

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

“LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU RELACIÓN CON  
LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS  
IMPORTADORAS DE LA GALERÍA COMERCIAL  
MALVITEC, 2022”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

**Autor:**

Mirian Esteban Mallqui

**Asesor:**

Mg. Guillermo Juniors Morales Benavides

<https://orcid.org/0000-0003-3969-4882>

Lima - Perú

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>VICTOR HUGO HARO HIDALGO</b>	<b>09862514</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>JUAN CARLOS GANOZA ALEMAN</b>	<b>30835154</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>GUSTAVO BARRANTES MORALES</b>	<b>40957810</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### “LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE LA GALERÍA COMERCIAL MALVITEC, 2022

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.uap.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.lamolina.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>www.coursehero.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>es.slideshare.net</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Católica San Pablo</b>	

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres por estar siempre presentes apoyándome y acompañándome en cada logro; también dedico a mi hermana por ser mi soporte.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme culminar mis estudios y protegerme a lo largo de la carrera. Asimismo, agradezco al Mg. Guillermo por estar presente en el desarrollo de la investigación y haberme guiado con su experiencia profesional.

## Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	30
CAPÍTULO III: RESULTADOS	34
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	46
REFERENCIAS	51
ANEXOS	55

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Confiabilidad.....	31
Tabla 2. Resultados descriptivos de la Gestión logística.....	34
Tabla 3. Resultados descriptivos de la Competitividad.....	34
Tabla 4. Resultados descriptivos de la Gestión de compras y abastecimiento .....	35
Tabla 5. Resultados descriptivos de la Gestión de inventarios.....	36
Tabla 6. Resultados descriptivos de la Gestión de distribución y almacenamiento.....	36
Tabla 7. Resultados descriptivos de la Gestión de transporte y distribución de carga .....	37
Tabla 8. Resultados descriptivos de la Calidad .....	38
Tabla 9. Resultados descriptivos de la Publicidad.....	38
Tabla 10. Resultados descriptivos de la Economía de escala.....	39
Tabla 11. Resultados descriptivos de la Innovación.....	40
Tabla 12. Normalidad por ítems.....	41
Tabla 13. Normalidad por variables .....	42
Tabla 14. Prueba de hipótesis general .....	42
Tabla 15. Prueba de hipótesis específica 1 .....	43
Tabla 16. Prueba de hipótesis específica 2.....	43
Tabla 17. Prueba de hipótesis específica 3.....	44
Tabla 18. Prueba de hipótesis específica 4.....	44
Tabla 19. Resultados descriptivos de la pregunta 1.....	55
Tabla 20. Resultados descriptivos de la pregunta 2.....	55
Tabla 21. Resultados descriptivos de la pregunta 3.....	56
Tabla 22. Resultados descriptivos de la pregunta 4.....	56
Tabla 23. Resultados descriptivos de la pregunta 5.....	57
Tabla 24. Resultados descriptivos de la pregunta 7.....	57
Tabla 25. Resultados descriptivos de la pregunta 8.....	58
Tabla 26. Resultados descriptivos de la pregunta 9.....	58
Tabla 27. Resultados descriptivos de la pregunta 10.....	59

Tabla 28. Resultados descriptivos de la pregunta 11.....	59
Tabla 29. Resultados descriptivos de la pregunta 12.....	60
Tabla 30. Resultados descriptivos de la pregunta 13.....	60
Tabla 31. Resultados descriptivos de la pregunta 14.....	61
Tabla 32. Resultados descriptivos de la pregunta 15.....	61
Tabla 33. Resultados descriptivos de la pregunta 16.....	62
Tabla 34. Resultados descriptivos de la pregunta 17.....	62
Tabla 35. Resultados descriptivos de la pregunta 18.....	63
Tabla 36. Resultados descriptivos de la pregunta 19.....	63
Tabla 37. Resultados descriptivos de la pregunta 20.....	64
Tabla 38. Resultados descriptivos de la pregunta 21.....	64
Tabla 39. Resultados descriptivos de la pregunta 22.....	65
Tabla 40. Resultados descriptivos de la pregunta 23.....	65
Tabla 41. Resultados descriptivos de la pregunta 24.....	66
Tabla 42. Resultados descriptivos de la pregunta 25.....	66
Tabla 43. Resultados descriptivos de la pregunta 26.....	67
Tabla 44. Matriz de consistencia .....	68
Tabla 45. Operacionalización de variables.....	69

## RESUMEN

La presente investigación planteó como objetivo general determinar la relación entre la gestión logística y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022; la cual se encontró ubicada en la ciudad de Lima. En relación a la metodología, el estudio fue de clasificación cuantitativa, correlacional, no experimental y transversal; empleando un cuestionario compuesto por 26 ítems en escala Likert con 5 opciones de respuesta; el cual pasó por un proceso de validez y confiabilidad dando como resultado un Alfa de Cronbach igual a 0.876, siendo aplicado a una muestra de 278 empresarios de la organización en cuestión, siendo dicha cifra producto de un muestreo aleatorio simple para muestras finitas. Al aplicar tal instrumento, fue posible demostrar, luego de un proceso descriptivo, de normalidad e inferencial, que existió una relación estadísticamente significativa a un nivel de confianza del 95%, entre la gestión logística y la competitividad, así como también entre sus dimensiones, al aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, elegida posterior a un análisis de normalidad, obteniendo así valores de significancia inferiores al margen de error (0.05); por lo que se afirmó que, ante un mejor manejo logístico, los niveles de competitividad en este tipo de organizaciones serán más elevados.

**PALABRAS CLAVES: Gestión logística, competitividad, importaciones.**

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

#### Problemática

A nivel mundial, la pandemia afectó a las corporaciones debido a las restricciones sanitarias por el Covid-19, Según lo presentado por Lossio (2021), en el caso de Perú el 16 de marzo del 2020 se aplicó cuarentena totalizada la cual duro más de 100 días a raíz de eso la mayoría de las empresas tuvieron que suspender la atención al público porque solo era permitido la venta de productos esenciales para el hogar, aun así estos servicios tuvieron limitaciones que de igual manera afecto a las empresas con los breves horarios de atención y control de aforos; cuando se creía que todo estaba mejorando a mediados del año 2021 las tarifas de transporte internacional, llegaron al monto exuberante como menciona Goodman (2021), el costo del flete del contenedor de 40 HQ costaba 2 mil dólares antes de la pandemia, para el año 2021 llego a costar 25 mil dólares y uno de los motivos fue la escases de equipos (contenedores y buques) generando cuellos de botella en los puertos. A pesar que la venta de los productos era mayor por los costos que se generaban en el transporte internacional, los clientes seguían solicitando estos productos extranjeros. Las tarifas de transporte internacional estuvieron en alza alrededor de medio año, en ese tiempo las empresas trataban de poder seguir en el mercado, teniendo a China como principal proveedor. Como menciona El diario Gestión (2022), el estado chino estableció horarios de corte de luz en general para viviendas y fabricas debido a los fenómenos naturales, afectando en la entrega de productos terminados por no cubrir la demanda en los tiempos establecidos de forma local e internacional.

Las pequeñas y medianas empresas aspiran a expandirse internacionalmente adquiriendo o vendiendo productos fuera del país. Para lograrlo, es esencial que se enfoquen en aspectos operativos clave, como la gestión logística. Mejorar esta área puede aumentar la competitividad de estas empresas en el mercado internacional y brindar oportunidades para el crecimiento internacional (Gómez et al., 2015).

De tal forma, La visibilidad y la evaluación de la cadena de abastecimiento, especialmente en la logística de distribución, son ventajas competitivas cruciales para una empresa en este campo. Al tener una visión clara de toda la cadena y detectar áreas de mejora potencial, la empresa puede optimizar sus procesos y abordar problemas logísticos de manera efectiva durante la distribución. Esto conduce a una mayor eficiencia, menores costos y un servicio más ágil y fiable, fortaleciendo así la competitiva de la empresa en el mercado (Custodio et al., 2021).

Profundizando en ello, a nivel regional, el rendimiento logístico en América Latina y el Caribe (ALC) presenta una brecha significativa en comparación con otras regiones a nivel global. Indicadores internacionales consistentemente muestran que ALC se ubica por debajo de las economías avanzadas, y esta calificación ha empeorado en los últimos años. Esta situación es preocupante ya que el bajo rendimiento logístico está asociado con costos de transporte más altos para los países de la región. Según el Índice de Desempeño Logístico (LPI) de 2018, ALC obtuvo el promedio de apenas 2.66 sobre 5, quedando muy por detrás de regiones como Europa (3.40) y Asia del Este y el Pacífico (3.13), y apenas superando al Medio Oriente y Norte de África (2.78) (Banco Mundial, 2018). Es preocupante destacar que este puntaje fue aún menor que el registrado en 2014, cuando la región alcanzó 2.74 puntos (Banco Mundial, 2018).

En todos los aspectos evaluados en el índice, América Latina y el Caribe (ALC) obtuvo calificaciones cercanas a las regiones de Asia del Sur y África Subsahariana. Específicamente, la calidad de las instalaciones de transporte y la eficiencia de aduanas fueron los componentes que recibieron las calificaciones más bajas en comparación con otros aspectos (Calatayud & Montes, 2018). Esta situación subraya la urgente necesidad de mejorar y fortalecer los aspectos logísticos en la región con el fin de reducir costos, incrementar la competitividad y facilitar el comercio tanto a nivel regional como internacional.

Ahora bien, al revisar el plano nacional, de acuerdo con el informe de Comex Perú (2021) sobre la Encuesta Nacional de Logística del Perú (ENL) revela datos cruciales sobre los costos logísticos en el país. Esta encuesta, realizada en colaboración con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), marca la primera medición cuantitativa de los costos logísticos en Perú. Según la ENL, el costo logístico nacional representa aproximadamente el 16% del valor de las ventas. Esto significa que, por cada S/ 100 vendidos, las empresas destinan alrededor de S/ 16 a actividades logísticas. Es notable que las microempresas, con recursos más limitados, enfrentan costos logísticos más altos, llegando al 21.1% del valor de las ventas. Según el crecimiento de las empresas, estos costos tienden a disminuir, alcanzando el 18.2% para las pequeñas, 16% para las medianas y 15.7% para las grandes. Aunque las diferencias en los costos no son extremadamente grandes, la ENL destaca una brecha significativa en el desempeño logístico entre las empresas grandes y las microempresas. Esto subraya la importancia para las empresas más pequeñas de optimizar sus operaciones logísticas para mejorar la competitividad y eficiencia en el mercado. Reducir los costos logísticos puede

tener un impacto considerable en la rentabilidad y la expansión de las micro y pequeñas empresas, permitiéndoles competir de manera más sólida con empresas más grandes.

De la misma manera, el estudio de Avolio et al. (2013) resalta la importancia de los factores operativos, particularmente en el contexto nacional, que afectan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES). Estos factores incluyen aspectos relacionados con el marketing, fijación de precios, control de la producción y gestión de inventarios. A medida que las MYPES maduran y compiten en el mercado, necesitan desarrollar estrategias que involucren la mejora de la calidad, la diferenciación, la segmentación del mercado y la fijación de precios. El control de inventarios es especialmente relevante, pero el estudio revela que muchos empresarios de MYPES tienen conocimientos básicos en esta área y gestionan sus inventarios manualmente, lo que puede generar costos adicionales. Para el éxito de las MYPES, es esencial mejorar sus capacidades en gestión de operaciones y logística. Una gestión eficiente de inventarios puede reducir costos, mejorar la disponibilidad de productos y optimizar el flujo de trabajo, lo que les permite competir y adaptarse mejor en el mercado empresarial.

Revisando las importaciones anuales del Perú a través de la página TRADE MAP se observa que en el año 2022 se realizó un valor total de USD 60,246,491 importaciones que representa 37,720,205 de toneladas de las cuales los productos más importados fueron productos tecnológicos, maquinarias, vehículos, fertilizantes y artículos de plástico. Con todo lo anterior expuesto, el presente estudio se enfoca en las empresas importadoras la galería comercial Malvitec, ubicado específicamente en el Cercado de Lima, en donde se han evidenciado la demanda de importaciones de artículos adicionales para celulares como también ciertos problemas relacionados con la gestión logística, en donde se destacan la demora en el ingreso de mercaderías, ausencia de órdenes de llegada, incumpliendo de

cronogramas de envío, entre otros puntos, lo que desencadena en un manejo ciertamente ineficiente que repercutiría en sus niveles de competitividad. Dicho sector reúne considerables negocios como micro y pequeñas empresas, que fueron afectadas en los últimos años debido a la crisis sanitaria, también por la inestabilidad de los fletes internacionales, es por ello que tienen la necesidad de realizar ajustes en diversas secciones de la logística y optimizar los procesos, de tal forma se incrementa sus niveles de competitividad. Es así como, se pretende evidenciar la Gestión logística y su relación con la Competitividad en dicho contexto.

### **Bases teóricas**

#### **Gestión logística**

El término logística, según Mora (2016), tiene sus orígenes en el área militar que hace referencia a la gestión de adquisición y abastecimiento de equipos y materiales necesarios para cumplir una misión. Tradicionalmente, los ingenieros logísticos de las empresas han coordinado el abastecimiento y materiales, asegurando que sus ejércitos tengan todos los recursos necesarios para el éxito en las batallas. En la actualidad, cada vez más organizaciones, especialmente multinacionales con múltiples puntos de suministro y clientes dispersos geográficamente, utilizan este término para describir sus actividades de abastecimiento de materiales, fabricación y distribución en diferentes países.

Según Hurtado (2018), la logística implica el flujo de materias primas, productos en proceso y productos terminados, y es fundamental para satisfacer las necesidades de los clientes. En otras palabras, su objetivo principal es entregar el producto correcto, en la cantidad necesaria, en el lugar adecuado, en el momento preciso y a un costo razonable, todo con la finalidad de complacer al cliente. Otras definiciones de logística se centran en la

planificación, ejecución y control del abastecimiento, movimiento y ubicación de personal, materiales y recursos para alcanzar objetivos en campañas, planes, proyectos o estrategias. En resumen, la logística se refiere a la gestión de inventarios en movimiento y todas las actividades relacionadas con esta operación.

Tejada et al. (2022) destacan que la logística abarca un amplio espectro de actividades que va más allá de las tareas tradicionales de abastecimiento, como compras y gestión de almacenes. No se limita a contratos de compra, como a menudo se supone. La logística comprende diversas actividades cruciales que requieren personal altamente capacitado en todos los niveles, desde gerentes hasta operadores. Un principio fundamental es la aplicación de las ciencias de la administración en los procesos técnicos del sistema de abastecimiento. Esto garantiza el éxito de la función logística en una organización.

Asimismo, la diferencia entre "logística" y "cadena de suministro" (SC) a menudo genera confusión. La logística abarca actividades internas y la coordinación con otras empresas, mientras que la cadena de suministro se refiere a una red de empresas que colaboran para ofrecer un producto o servicio al mercado. Una empresa puede participar en varias cadenas de suministro según sus productos. La logística incluye aprovisionamiento, almacenaje, transporte, gestión de stocks, envase, embalaje, distribución y gestión de información. Algunos distinguen entre cadena de suministro (SC) y gestión de la cadena de suministro (SCM), donde SCM es más amplio e involucra marketing, finanzas, desarrollo de productos y servicio al cliente. La logística mejora la eficacia y eficiencia de la cadena de suministro (SC) en su área específica (Mauleón & Prado, 2021).

Dentro del ámbito logístico, se encuentran actividades cruciales que se comparten en múltiples empresas, tal como lo destaca Ballou (2004). Estas tareas desempeñan un papel esencial en la gestión de la cadena de suministro.

En primer lugar, el servicio al cliente se rige como una prioridad. Asegurar la satisfacción del cliente implica una entrega puntual y precisa de productos y servicios solicitados, además de la atención a consultas, el seguimiento de pedidos y la resolución de cualquier problema que pueda surgir en el proceso de entrega.

El transporte, como segundo punto, adquiere relevancia. La gestión eficiente de este componente es esencial, ya que se encarga de trasladar los bienes desde los proveedores hasta los clientes o entre diferentes ubicaciones dentro de la empresa. Este proceso puede involucrar diversos medios de transporte, desde camiones hasta barcos, aviones y trenes.

En tercer lugar, la administración de inventarios se destaca por su importancia. Controlar y gestionar adecuadamente los niveles de inventario es esencial para garantizar la disponibilidad necesaria para satisfacer la demanda, evitando al mismo tiempo excesos que puedan generar costos innecesarios.

Finalmente, el procesamiento de órdenes abarca toda la gestión desde la recepción y procesamiento de órdenes de clientes hasta su entrega final.

Estas actividades son los cimientos de la logística y su gestión adecuada es esencial para asegurar una cadena de suministro efectiva y la satisfacción plena de los clientes.

En el ámbito de la logística empresarial, se han observado cambios significativos y una expansión en su alcance a lo largo del tiempo, según lo señala Gómez (2013). Estos cambios se pueden dividir en tres áreas principales:

La primera área se enfoca en la logística como distribución física, priorizando la reducción de los costos de transporte. Aquí, el énfasis recae en la gestión eficiente de los procesos relacionados con la distribución y entrega de productos.

La segunda área considera la logística como la integración de las actividades internas que involucran el flujo de materiales dentro de la empresa, abarcando tanto la distribución física como la fabricación. Sin embargo, esta perspectiva no contempla las relaciones con proveedores y clientes, centrándose en la optimización de los procesos internos.

La tercera área amplía aún más la visión de la logística al considerarla como la integración de actividades internas y externas relacionadas con el flujo de materiales en toda la cadena de suministro de la empresa. Aquí, el objetivo principal es obtener una ventaja competitiva tanto en la producción (mediante la reducción de costos) como en la competitividad (mediante la disminución de precios). Esta perspectiva más abierta involucra la consideración de las relaciones con proveedores y clientes, y busca optimizar toda la cadena de suministro para obtener ventajas en el mercado.

En los dos primeros contextos descritos, las operaciones empresariales se perciben como tareas individuales y desvinculadas unas de otras. No se designa a un responsable que supervise de forma global la gestión, desde la evaluación de las necesidades de suministros hasta la entrega definitiva de los productos a los clientes. En esta situación, la logística se interpreta como un conjunto de actividades que están mayormente vinculadas a la función de ventas, en lugar de ser reconocida como un proceso que aporta valor a la totalidad de la empresa (Gómez, 2013).

El propósito fundamental de la logística es fortalecer las ventajas competitivas de la empresa, atrayendo y manteniendo clientes, y generando un incremento en las ganancias derivadas de la comercialización y producción de bienes y servicios. Este objetivo se alcanza mediante la coordinación de diversas actividades, que abarcan la distribución física, el abastecimiento de materias primas, la gestión de la información, los tiempos de respuesta, el control de inventarios, el análisis de la demanda y el servicio al cliente. Todas estas

operaciones se traducen en una mayor rentabilidad y un incremento en la tasa de retorno de la inversión para la empresa (Mora, 2008).

## **Dimensiones de la Gestión Logística**

### **Gestión de compras y abastecimientos**

La función de compras ocupa un lugar esencial en la gestión y control de las operaciones relacionadas con el flujo físico de materiales. Representa el primer eslabón dentro de la cadena de suministro, ya que su inicio depende de la identificación de las necesidades de materias primas, materiales de empaque, repuestos para mantenimiento, recursos humanos, y otros recursos esenciales como papel para fotocopias y horas de montacargas en un centro de distribución. Estas actividades se determinan a través de la planificación y el pronóstico de la demanda realizados por una empresa en particular. La función de compras se integra a este proceso, al igual que al de innovación y desarrollo, como un actor con conocimiento de las fuentes de suministro y, por lo tanto, de aquellos proveedores capaces de satisfacer de manera óptima los requisitos de adquisición de la empresa (Mora, 2010).

### **Gestión moderna de inventarios**

Los inventarios son recursos almacenados que se utilizan según la necesidad. Su principal función es separar las actividades internas de una empresa, como la fabricación y la distribución. El objetivo es encontrar un equilibrio que satisfaga las expectativas de los clientes, brindando el mejor servicio con el menor inventario posible. La falta de un producto cuando un cliente lo necesita puede resultar en pérdida de ventas presentes y futuras. Por otro lado, tener exceso de inventario implica costos. Una gestión de inventario eficiente

busca mantener la cantidad adecuada para evitar la escasez o el exceso, garantizando un flujo constante en la producción y comercialización (Mora, 2010).

### **Gestión logística en distribución y almacenes**

El rol que cumple un almacén en la cadena de suministro de una empresa puede variar dependiendo de su naturaleza. En ciertos casos, el almacén funge como un punto de transición donde se preparan las cantidades necesarias para los clientes utilizando el flujo de materiales y las unidades de empaque disponibles. En esta situación, el enfoque principal se centra en la gestión de materiales en lugar de simplemente el almacenamiento. Las actividades físicas involucradas comprenden la recepción, el resguardo, la preparación de pedidos y la distribución (Mora, 2010).

### **Gestión del transporte y distribución de carga**

La función de transporte abarca todas las acciones relacionadas con el traslado de productos a sus destinos adecuados, teniendo en cuenta aspectos como la seguridad, el nivel de servicio y los costos involucrados. En síntesis, su tarea principal consiste en movilizar un producto desde su lugar de almacenamiento hasta el lugar donde debe ser entregado. Esta función desempeña un papel crucial en la distribución, ya que influye significativamente en la calidad del servicio ofrecido, los gastos asociados y las inversiones de capital necesarias (Mora, 2010).

### **Competitividad**

Según Palomo & Pedroza (2014), la competitividad empresarial es un concepto relativo y se relaciona con la capacidad de una empresa para destacar en comparación con

sus competidores, generalmente en términos de calidad o costos. Porter (1991), en su teoría de la ventaja competitiva, contribuye significativamente a esta perspectiva, identificando dos tipos principales de ventaja: la ventaja en costos, que se refleja en los precios de los productos o servicios, y la ventaja por diferenciación, que puede manifestarse en aspectos relacionados con el proceso de producción o las características únicas del producto.

De acuerdo con Rubio y Baz (2015), la competitividad de una empresa se basa en su propia estructura interna y su capacidad para producir de manera eficiente, lo que le permite aumentar sus ventas y superar a sus competidores. Esto subraya la importancia de iniciar el proceso de mejora de la competitividad de una industria a través de la organización y la optimización de sus operaciones, la determinación de su capacidad de producción y la mejora de su infraestructura, entre otros elementos internos. Una vez que estos aspectos se identifican, se vuelve más factible implementar políticas institucionales que fomenten un ambiente de trabajo favorable, lo que contribuirá al fortalecimiento de la competitividad de la organización a lo largo del tiempo.

La competitividad de una empresa es de vital importancia, ya que en los mercados internacionales es la propia empresa, y no su país de origen, la que compite directamente, lo que facilita que las empresas se esfuercen por mejorar su posición competitiva en el ámbito global (Porter, 1998).

Según Ramírez et al. (2018), este concepto tiene sus raíces en la teoría económica y se refiere a la capacidad de competir de manera efectiva, ya sea a nivel individual, empresarial o nacional. A lo largo del tiempo, la teoría económica ha desarrollado múltiples perspectivas en torno a la competencia y la competitividad.

Sin embargo, no existe una única definición de competitividad. Desde la perspectiva empresarial, implica la habilidad de competir con éxito tanto en mercados internacionales como contra productos importados en su mercado local. Por otro lado, políticos y analistas suelen evaluar la competitividad mediante indicadores cuantitativos como el empleo, el crecimiento económico y el equilibrio comercial (Rubio & Baz, 2015).

Asimismo, Cabrera et al. (2011) abordan la capacidad de competir en términos de ventaja absoluta, comparativa y competitiva.

### **Ventaja absoluta**

Cuando se produce una competencia entre dos o más participantes, se describe como una ventaja absoluta cuando uno de ellos demuestra una productividad superior en relación con los otros. Esta productividad se mide según la capacidad de producir más con menos recursos. Siguiendo la perspectiva de Smith, la generación de riqueza se basa en dos aspectos fundamentales: la división del trabajo, que mejora la productividad a través de la especialización, y el tamaño de la población involucrada en el proceso de producción, ya que Smith considera que el tamaño del mercado es un factor esencial (Cabrera et al., 2011).

### **Ventaja comparativa**

La ventaja comparativa no se enfoca en la productividad total, sino en el concepto de costo de oportunidad. En el contexto del comercio internacional, un país posee una ventaja comparativa cuando el costo de oportunidad de producir un bien es menor en comparación con sus competidores. Esta ventaja suele relacionarse con la disponibilidad en abundancia de ciertos recursos (Cabrera et al., 2011).

### **Ventaja competitiva**

El éxito o fracaso de una empresa se vincula directamente con su estrategia competitiva. La estrategia se refiere a una habilidad o destreza, mientras que la competitividad representa la capacidad de una empresa para competir en el mercado y superar a sus competidores. Ser competitivo significa buscar una posición ventajosa en el mercado en comparación con los demás, lo que le permite a la empresa mantenerse y expandirse. Según Porter, no todas las actividades empresariales generan la misma rentabilidad, y esta rentabilidad debe ser suficiente, en constante crecimiento y sostenible a lo largo del tiempo para garantizar la supervivencia de la empresa (Cabrera et al., 2011).

### **Dimensiones de la competitividad**

Las dimensiones de la competitividad, según Rubio & Baz (2015), se componen de los siguientes elementos:

#### **Calidad**

La calidad de un producto o servicio no se restringe a lo que el productor incluye en él, sino a la percepción del consumidor y a cuánto estaría dispuesto a pagar por ese valor percibido. Los consumidores aprecian y pagan por lo que consideran útil y beneficioso. Alcanzar niveles superiores de calidad puede requerir desde pequeñas modificaciones hasta una transformación completa del mercado al que se dirige una empresa (Rubio & Baz, 2015).

#### **Publicidad**

La publicidad representa una herramienta de comunicación social empleada para promocionar un producto o servicio. Su importancia radica en las estrategias para incrementar las ventas, particularmente en productos donde se valora la marca. No obstante, una estrategia publicitaria exitosa solo resultará eficaz si está respaldada por un producto o servicio de alta calidad (Rubio & Baz, 2015).

## **Economía de Escala**

Las economías de escala implican la reducción del costo unitario de un producto a medida que la cantidad total producida en un período específico aumenta. Estar atento a estas dinámicas en varias industrias es útil para detectar posibles oportunidades empresariales y comprender cómo se desarrollan (Rubio & Baz, 2015).

## **Innovación**

La innovación conlleva una acción deliberada y organizada que se lleva a cabo con un propósito específico y se basa en la experimentación y el aprendizaje a partir de errores para alcanzar objetivos deseados. Implica la aplicación de nuevas ideas y enfoques creativos que, al ser implementados, tienen el potencial de alterar las normas y la dinámica competitiva en el mercado (Rubio & Baz, 2015).

## **Antecedentes**

### **Antecedentes internacionales**

En una investigación realizada por Zuleta (2022) se analizó el impacto de la logística en la competitividad de la empresa Prilabsa. Se empleó una metodología mixta que incluyó encuestas a 22 empleados y una entrevista con el gerente de ventas. Los resultados indicaron que la estrategia de agilizar las entregas ha mantenido la satisfacción de los clientes y atraído nuevos, resultando en un aumento en el volumen de entregas y, por lo tanto, en la competitividad de Prilabsa.

Manzaba (2023) llevó a cabo un estudio que se centró en analizar la gestión logística y su influencia en la competitividad de una empresa ubicada en Portoviejo, basándose en teorías de administración. La eficiencia y competitividad de las empresas son cruciales en la actualidad, y los desafíos logísticos pueden impactar significativamente en la

interdependencia funcional de una organización. El estudio utilizó una metodología descriptiva con enfoque de campo no experimental, incluyendo entrevistas, encuestas y observaciones directas. Los resultados señalaron deficiencias en la gestión logística, especialmente en el almacén de suministros, lo que sugiere la necesidad de políticas de infraestructura y gestión de la cadena de suministro más integrales para mejorar la competitividad y la eficiencia de la organización. Agregar valor a la gestión logística puede generar ventaja competitiva al mejorar la eficiencia y la rentabilidad.

El estudio realizado por Espinoza (2023) se enfocó en analizar la gestión logística en la comercialización de productos textiles artesanales en el cantón Gualaceo. La investigación constó de dos fases. En la primera fase, se exploraron teorías y conceptos relacionados con la gestión logística en este contexto, así como las opciones disponibles para los artesanos. En la segunda fase, se llevó a cabo una encuesta dirigida a líderes y gerentes de centros artesanales en Gualaceo. Los resultados destacaron desafíos importantes para los artesanos, como la falta de personal especializado, limitado conocimiento en comercialización, problemas en la gestión financiera y burocracia. La mayoría expresó la necesidad de establecer relaciones cercanas con proveedores logísticos expertos y adoptar sistemas de seguimiento de paquetes para mejorar la competitividad en el mercado.

El estudio realizado por Linzán (2022) tuvo como objetivo analizar la transformación digital en la cadena de suministro, enfocándose en la colaboración entre los miembros de la cadena y el uso de herramientas tecnológicas para mejorar la gestión. Este enfoque considera las diferentes etapas de los procesos, las operaciones y la logística, incluyendo la distribución, dentro de una perspectiva sistémica. En empresas industriales, la estrategia implica la automatización de los procedimientos en la cadena de suministro, lo que hace que la organización sea más receptiva a las demandas cambiantes. La investigación reveló que

la transformación digital reduce costos y aumenta la rentabilidad en todas las fases de los procesos.

El estudio realizado por Quintero & Sotomayor (2018) tenía como objetivo analizar los problemas en el área de logística de la empresa "Tramacoexpress Cía. Ltda." y su impacto en la satisfacción del cliente. Utilizaron varios métodos de investigación, incluyendo la verificación del proceso logístico, encuestas a clientes y entrevistas con el personal de la empresa. Encontraron que la falta de conocimiento de los empleados sobre sus roles y responsabilidades contribuía a los problemas logísticos. En respuesta, propusieron perfiles de funciones para los diferentes cargos en logística y establecieron indicadores para medir la gestión en esta área, con el objetivo de tomar decisiones rápidas para resolver problemas.

### **Antecedentes nacionales**

El estudio de Díaz (2021) se centró en investigar la relación entre la gestión logística y la competitividad en la empresa Vidriería Jazmín S&I S.A.C. de Huacho. Utilizó un enfoque metodológico aplicado y correlacional, con una muestra de 24 participantes. Recopiló datos mediante un cuestionario tipo Likert evaluado por expertos y los analizó con SPSS versión 25. Los resultados mostraron una correlación positiva moderada entre la gestión logística y la competitividad, lo que sugiere que una gestión logística eficiente contribuye significativamente a la competitividad de la vidriería, representando el 50% de la misma.

Delgado et al. (2020) llevaron a cabo una investigación centrada en la incidencia de la gestión logística en la rentabilidad y competitividad en una organización ubicada en Huánuco. Utilizaron la metodología de investigación científica, desde la formulación del problema hasta la prueba de la hipótesis. El estudio buscó eficiencia y soluciones

técnicamente óptimas en tiempos adecuados, enfocándose en aspectos como compras, almacenamiento, transporte y atención al cliente. Concluyeron que estas unidades de la gestión logística tuvieron un impacto positivo en la rentabilidad de la distribuidora Atachagua, permitiéndoles alcanzar sus objetivos de investigación.

Rodríguez (2019) realizó una investigación para examinar cómo la gestión logística afecta la competitividad de las mypes el sector de la construcción en el distrito de San Marcos, provincia de Huari. Se utilizó una metodología aplicada, con enfoque explicativo y diseño no experimental, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. La población estudiada comprendió a 27 gerentes o dueños de MYPES en la construcción. Los resultados destacaron deficiencias en la gestión logística, como seguimiento de compras, cumplimiento de requisitos de productos y proyecciones de demanda. También se identificaron problemas en la competitividad relacionados con costos, participación de empleados en la toma de decisiones y conocimiento del mercado. Concluyó que existe una relación positiva significativa entre la gestión logística y la competitividad de estas MYPES ( $p < 0.05$ ).

Herrera (2020) realizó un estudio para investigar cómo la gestión logística afecta la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras en el distrito de Arequipa en 2019. La investigación se basó en las teorías de gestión logística y ventaja competitiva, centrándose en sus dimensiones e indicadores. La metodología utilizada fue de tipo básico, con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo-explicativo, método hipotético-deductivo y diseño no experimental. Se recopiló información mediante encuestas y cuestionarios validados por expertos y se evaluó la confiabilidad de los datos utilizando el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach. En resumen, se encontró una influencia positiva y significativa de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras de Arequipa.

Adrianzen et al. (2020) llevaron a cabo una investigación para examinar la relación entre la gestión logística y la competitividad en las pymes del sector de la construcción, que se dedican a la importación de maquinarias, equipos y herramientas en el distrito de Callería. Utilizaron un enfoque descriptivo correlacional y aplicaron dos cuestionarios con preguntas cerradas que abordaban 13 ítems cada uno. Estos cuestionarios se analizaron mediante el software SPSS versión 24 utilizando la prueba estadística del coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Los resultados revelaron una relación significativa entre la gestión logística y la competitividad en estas pymes, lo que indica que una buena gestión logística influye en su nivel de competitividad.

## **1.2. Formulación del problema**

### **General**

¿Existe relación entre la gestión logística y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?

### **Específicos**

¿Existe relación entre la gestión de compras y abastecimientos y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?

¿Existe relación entre la gestión de inventarios y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?

¿Existe relación entre la gestión de centros de distribución y almacenes y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?

¿Existe relación entre la gestión transporte y distribución de carga y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022??

### **1.3. Objetivos**

#### **General**

Determinar la relación entre la gestión logística y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.

#### **Específicos**

Determinar la relación entre la gestión de compras y abastecimientos y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.

Determinar la relación entre la gestión de inventarios y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.

Determinar la relación entre la gestión de distribución y almacenes y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?

Determinar la relación entre la gestión de transporte y la distribución de carga y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?

### **1.4. Hipótesis**

#### **General**

Existe relación positiva entre la gestión logística en la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.

#### **Específicos**

Existe relación positiva entre la gestión de compras y abastecimientos y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.

Existe relación positiva entre la gestión de inventarios y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.

Existe relación positiva entre la gestión de distribución y almacenes y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.

Existe relación positiva entre la gestión de transporte y la distribución de carga y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### Tipo de investigación

Hernández y Mendoza (2018) establecen que las investigaciones empíricas se categorizan según su enfoque, alcance, diseño y corte. En este estudio, se emplea un enfoque cuantitativo para analizar los datos y abordar la pregunta de investigación, siguiendo un enfoque probatorio y empírico secuencial. En cuanto al alcance, se trata de un estudio correlacional que busca identificar relaciones entre variables sin profundizar en sus causas. El diseño es no experimental, ya que no se manipulan las variables, simplemente se observan. Por último, el corte del estudio es transversal, lo que significa que la recolección de datos se lleva a cabo en un solo momento.

### Población y muestra

Según Hernández y Mendoza (2018), la población se refiere al conjunto completo de empresas que forman parte de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, compuesto por un total de 1000 empresas. En contraste, la muestra es una porción representativa de esta población que se selecciona con el propósito de analizarla y hacer inferencias sobre la población en su conjunto. En este estudio, se optó por un muestreo aleatorio simple para muestras finitas, dado que se conoce el número total de empresas en la población, lo que permite calcular el tamaño adecuado de la muestra de manera precisa.

$$m = \frac{nz^2 * p * q}{d^2(n - 1) + z^2 * p * q}$$

Entonces, la muestra estará conformada por 278 empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima.

### Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Para la recolección de datos en este estudio cuantitativo, se emplearon técnicas y herramientas específicas. La técnica seleccionada fue la encuesta, ampliamente reconocida por su flexibilidad y objetividad en la investigación social, y que se considera eficaz para recopilar datos de manera eficiente. El instrumento utilizado fue un cuestionario, que es un método comúnmente empleado en estudios que involucran a un gran número de individuos. Este cuestionario se basó en una Escala de Likert para obtener respuestas directas de los microempresarios participantes.

Es importante mencionar que, para la variable Gestión Logística, se realizó el cuestionario a partir del libro de Mora (2006), titulado “Gestión Logística Integral”, en donde se describieron los principales macroprocesos que componen la variable. Asimismo, para la variable Competitividad, se realizó el cuestionario que permitió su medición a partir del libro de Rubio & Baz (2015), titulado “El Poder de la Competitividad”. Finalmente, ambos cuestionarios pasaron por un proceso de validez, mediante la evaluación de 3 expertos; así como también de confiabilidad, a través de la obtención del coeficiente Alfa de Cronbach, el cual fue igual a 0.876.

Tabla 1.

*Confiabilidad*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,876	26

## **Procedimiento**

El proceso de recolección de datos se realizó mediante la aplicación de cuestionarios de forma presencial. Esta elección se justificó por la falta de viabilidad de contactar a los microempresarios de manera virtual, además de considerar que algunos de ellos podrían

enfrentar dificultades para completar la encuesta en una plataforma digital, lo que podría afectar la objetividad de sus respuestas. Asimismo, es importante mencionar que, el tiempo en el que los microempresarios respondieron a los cuestionarios no excedió los 10 minutos, siempre haciéndoles hincapié de que no existen respuestas correctas ni incorrectas. Luego, los datos obtenidos se transfirieron a un programa estadístico, en este caso, SPSS versión 25, para llevar a cabo tanto un análisis descriptivo como inferencial de la información recopilada.

### **Análisis de datos**

Los datos obtenidos fueron procesados asignando puntuaciones a cada respuesta del cuestionario, empleando una escala tipo Likert que variaba desde "siempre" hasta "nunca". Este proceso implicó una reorganización de los resultados para su posterior análisis. Seguidamente, se evaluó la fiabilidad del instrumento utilizado para garantizar su consistencia y precisión. En una etapa posterior, se procedió a realizar un análisis descriptivo de los datos, presentando los resultados a través de tablas con el fin de brindar una visión general de los hallazgos. En esta fase, los datos recopilados se agruparon y resumieron para su mejor comprensión. Por último, se efectuó un análisis inferencial para examinar las hipótesis planteadas en el estudio. Con este propósito, se empleó la prueba estadística no paramétrica conocida como Rho de Spearman, la cual se consideró adecuada debido a la naturaleza de las variables y el alcance de la investigación. Cabe destacar que todas estas etapas de análisis de datos se llevaron a cabo utilizando el software SPSS versión 25.

### **Aspectos éticos**

La investigación se adhirió a las pautas de estilo APA con el fin de asegurar la originalidad y atribución adecuada de las fuentes que enriquecieron el estudio. Los

resultados, derivados del cuestionario administrado a la muestra indicada, se presentan con precisión. Además, se enfatiza que se mantuvo la confidencialidad de los participantes y se trató a los empresarios con respeto y cortesía durante todo el proceso de investigación.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS

### Análisis descriptivo

Tabla 2.

*Resultados descriptivos de la Gestión logística*

<b>GESTIÓN LOGÍSTICA</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INEFICIENTE	3	1,1	1,1	1,1
	REGULAR	149	53,6	53,6	54,7
	EFICIENTE	126	45,3	45,3	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Los resultados descriptivos de la variable Gestión Logística permitieron demostrar que dicho elemento a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado se encontró en un nivel eficiente, representado por el 45.3%, los cuales fueron consultados por los 4 macroprocesos logísticos contemplados, siendo la gestión de compras y abastecimiento, gestión de inventarios, gestión de distribución y almacenes, y gestión de transporte y distribución de carga; mientras que el 53.6% calificó a dicha gestión como regular.

Tabla 3.

*Resultados descriptivos de la Competitividad*

<b>COMPETITIVIDAD</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	,4	,4	,4
	MEDIO	153	55,0	55,0	55,4
	ALTO	124	44,6	44,6	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Los resultados descriptivos de la variable Competitividad permitieron demostrar que dicho elemento a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado se encontró en un nivel alto, representado por el 44.6%, los cuales fueron consultados por elementos como la calidad, la publicidad, economía de escala e innovación; mientras que el 55% calificó a dicho punto dentro de un nivel medio.

Tabla 4.

*Resultados descriptivos de la Gestión de compras y abastecimiento*

<b>GESTIÓN DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INEFICIENTE	2	,7	,7	,7
	REGULAR	144	51,8	51,8	52,5
	EFICIENTE	132	47,5	47,5	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Los resultados descriptivos de la dimensión Gestión de compras y abastecimiento permitieron demostrar que dicho elemento a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado se encontró en un nivel eficiente, representado por el 47.5%, los cuales fueron consultados por elementos como la selección de proveedores, la gestión de las órdenes de compras y el seguimiento de las mismas, así como también el stock con el que operan; mientras que el 51.8% calificó a dicha gestión como regular.

Tabla 5.

*Resultados descriptivos de la Gestión de inventarios*

<b>GESTIÓN DE INVENTARIOS</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INEFICIENTE	16	5,8	5,8	5,8
	REGULAR	123	44,2	44,2	50,0
	EFICIENTE	139	50,0	50,0	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Los resultados descriptivos de la dimensión Gestión de inventarios permitieron demostrar que dicho elemento a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado se encontró en un nivel eficiente, representado por el 50%, los cuales fueron consultados por elementos como la evaluación de la oferta y la demanda, así como también el stock con el que operan; mientras que el 44.2% calificó a dicha gestión como regular.

Tabla 6.

*Resultados descriptivos de la Gestión de distribución y almacenamiento*

<b>GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENAMIENTO</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INEFICIENTE	14	5,0	5,0	5,0
	REGULAR	153	55,0	55,0	60,1
	EFICIENTE	111	39,9	39,9	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Los resultados descriptivos de la dimensión Gestión de distribución y almacenamiento permitieron demostrar que dicho elemento a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado se encontró en un nivel eficiente, representado por el 39.9%, los cuales fueron consultados por elementos como la recepción de la mercadería, la forma de almacenaje de productos y el control del mismo; mientras que el 55% calificó a dicha gestión como regular.

Tabla 7.

*Resultados descriptivos de la Gestión de transporte y distribución de carga*

<b>GESTIÓN DE TRANSPORTE</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INEFICIENTE	4	1,4	1,4	1,4
	REGULAR	181	65,1	65,1	66,5
	EFICIENTE	93	33,5	33,5	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

En relación a la dimensión Gestión de transporte y distribución de carga, se demostró que dicho elemento a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado se encontró en un nivel eficiente, representado por el 33.5%, los cuales fueron consultados por elementos como el sistema de transporte empleado y el periodo de distribución; mientras que el 65.1% calificó a dicha gestión como regular.

Tabla 8.

*Resultados descriptivos de la Calidad*

<b>CALIDAD</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	,4	,4	,4
	MEDIO	209	75,2	75,2	75,5
	ALTO	68	24,5	24,5	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

En relación a la dimensión Calidad, los resultados demostraron que dicho elemento, a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado, se encontró en un nivel alto, representado por el 24.5%, los cuales fueron consultados por puntos como el valor agregado y la satisfacción de sus clientes; mientras que el 75.2% calificó a dicho punto dentro de un nivel medio.

Tabla 9.

*Resultados descriptivos de la Publicidad*

<b>PUBLICIDAD</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	2,5	2,5	2,5
	MEDIO	210	75,5	75,5	78,1
	ALTO	61	21,9	21,9	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

En relación a la dimensión Publicidad, los resultados demostraron que dicho elemento, a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado, se encontró en un nivel alto, representado por el 21.9%, los cuales fueron consultados por puntos como la comunicación social y la tendencia de ventas que manejan; mientras que el 75.5% calificó a dicho punto dentro de un nivel medio.

Tabla 10.

*Resultados descriptivos de la Economía de escala*

<b>ECONOMÍA DE ESCALA</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	17	6,1	6,1	6,1
	MEDIO	173	62,2	62,2	68,3
	ALTO	88	31,7	31,7	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

En relación a la dimensión Economía de escala, los resultados demostraron que dicho elemento, a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado, se encontró en un nivel alto, representado por el 31.7%, los cuales fueron consultados por puntos como el análisis interno y externo del mismo; mientras que el 62.2% calificó a dicho punto dentro de un nivel medio.

Tabla 11.

*Resultados descriptivos de la Innovación*

		<b>INNOVACIÓN</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	,7	,7	,7
	MEDIO	107	38,5	38,5	39,2
	ALTO	169	60,8	60,8	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

En relación a la dimensión Innovación, los resultados demostraron que dicho elemento, a partir de la postura de los empresarios importadores del centro analizado, se encontró en un nivel alto, representado por el 60.8%, los cuales fueron consultados por puntos como la aplicación de nuevas ideas y los pensamientos creativos; mientras que el 38.5% calificó a dicho punto dentro de un nivel medio.

## Análisis de normalidad

Tabla 12.

### Normalidad por ítems

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
¿Analiza a los proveedores teniendo en cuenta los criterios de credibilidad, tiempo y tecnología?	,313	276	,000
¿Realiza comparaciones de precio que ofrecen sus proveedores con los de otros?	,216	276	,000
¿Considera que el Incoterms de negociación es el adecuado?	,202	276	,000
¿La comunicación con los proveedores es eficaz?	,202	276	,000
¿Considera adecuada el tiempo que toma la fabricación de estos productos?	,224	276	,000
¿Solicita a los proveedores productos en stock?	,168	276	,000
¿Realiza proyecciones de demanda?	,205	276	,000
¿Cuenta con stock en temporadas de campaña?	,244	276	,000
¿Con que frecuencia analiza la disponibilidad de stock?	,204	276	,000
¿Los productos recepcionados cumplen con los requerimientos de la empresa?	,190	276	,000
¿Considera que los productos son conservados adecuadamente?	,212	276	,000
¿Con que frecuencia maneja sistemas de control de inventarios?	,224	276	,000
¿Evalúa los costos de transporte para tomar la decisión con que modalidad de envío trabajar?	,201	276	,000
¿El tipo de transporte es el adecuado según la demanda?	,210	276	,000
¿Prevé los tiempos de importación teniendo en cuenta teniendo en cuenta el transporte internacional y tramites de aduana?	,203	276	,000
¿Brindan productos en función de las necesidades de los clientes?	,242	276	,000
¿Periódicamente solicitud muestras de nuevos modelos a los proveedores?	,188	276	,000
¿Periódicamente realiza comparaciones de los productos actuales con sus anteriores importaciones?	,199	276	,000
¿Anuncia por las redes sociales?	,238	276	,000
¿Promociona por las redes sociales?	,230	276	,000
¿Evalúa la tendencia de ventas después de realizar los anuncios?	,196	276	,000
¿Importa mercadería en stock para optimizar costos y tiempos?	,209	276	,000
¿Se acoge a algún tratado del TLC para reducir los impuestos?	,164	276	,000
¿Con que frecuencia diseña, acopla y mejora ideas para nuevos productos?	,298	276	,000
¿Solicita a los proveedores la nueva presentación de sus productos acorde a sus ideas?	,321	276	,000
¿Con que frecuencia obtiene productos en tendencia o nuevos modelos en base a la temporada?	,290	276	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 13.

*Normalidad por variables*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
GESTIÓN LOGÍSTICA	,350	278	,000
COMPETITIVIDAD	,364	278	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se realizó una prueba de normalidad, tanto a los ítems como a los resultados agrupados de las variables a partir de la prueba Kolmogorov Smirnov, la cual fue seleccionada de acuerdo a la cantidad de elementos que compuso la muestra del estudio (278 empresarios); demostrando así que la distribución de los resultados fue de tipo no normal, al alcanzar un valor sig. inferior al margen de error contemplado (0.05).

**Análisis inferencial**

Es importante mencionar que, se seleccionó la prueba no paramétrica Rho de Spearman, a partir de las características del estudio, siendo este de tipo correlacional, presentar un instrumento en escala Likert y poseer resultados con distribución no normal.

Tabla 14.

*Prueba de hipótesis general*

<b>Correlaciones</b>				
			GESTIÓN	
			LOGÍSTICA	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	GESTIÓN LOGÍSTICA	Coefficiente de correlación	1,000	,385**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	278	278
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,385**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	278	278

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

Se demostró a través de la prueba estadística mencionada líneas arriba que, la Gestión logística guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras de la galería comercial Mavitec, al alcanzar una significancia igual a 0.000; y una correlación positiva de nivel débil ( $Rho=0.385$ ).

Tabla 15.

*Prueba de hipótesis específica 1*

<b>Correlaciones</b>				
			GESTIÓN DE COMPRAS Y	
			ABASTECIMIENTO	COMPETITIVIDAD
Rho de	GESTIÓN DE COMPRAS	Coefficiente de correlación	1,000	,301**
Spearman	Y ABASTECIMIENTO	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	278	278
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,301**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	278	278

Se demostró a través de la prueba estadística Rho de Spearman, que la Gestión de compras y abastecimiento guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras de la galería comercial Mavitec, al alcanzar una significancia igual a 0.000; y una correlación positiva de nivel débil ( $Rho=0.301$ ).

Tabla 16.

*Prueba de hipótesis específica 2*

<b>Correlaciones</b>				
			GESTIÓN DE	
			INVENTARIOS	COMPETITIVIDAD
Rho de	GESTIÓN DE	Coefficiente de correlación	1,000	,381**
Spearman	INVENTARIOS	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	278	278
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,381**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	278	278

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

Se demostró a través de la prueba estadística Rho de Spearman, que la Gestión de inventarios guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras de la galería comercial Mavitec, al alcanzar una significancia igual a 0.000; y una correlación positiva de nivel débil ( $Rho=0.381$ ).

Tabla 17.

*Prueba de hipótesis específica 3*

<b>Correlaciones</b>				
		GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENAMIENTO		
		COMPETITIVIDAD		
Rho de	GESTIÓN DE	Coefficiente de correlación	1,000	,348**
Spearman	DISTRIBUCIÓN Y	Sig. (bilateral)	.	,000
	ALMACENAMIENTO	N	278	278
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,348**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	278	278

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

Se demostró a través de la prueba estadística Rho de Spearman, que la Gestión de distribución y almacenamiento guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras de la galería comercial Mavitec, al alcanzar una significancia igual a 0.000; y una correlación positiva de nivel débil ( $Rho=0.384$ ).

Tabla 18.

*Prueba de hipótesis específica 4*

<b>Correlaciones</b>				
		GESTIÓN DE TRANSPORTE		
		COMPETITIVIDAD		
Rho de	GESTIÓN DE	Coefficiente de correlación	1,000	,191**
Spearman	TRANSPORTE	Sig. (bilateral)	.	,001
		N	278	278
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,191**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	278	278

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

Se demostró a través de la prueba estadística Rho de Spearman, que la Gestión de transporte y distribución de carga guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec del Cercado de Lima, al alcanzar una significancia igual a 0.001; y una correlación positiva de nivel débil ( $Rho=0.191$ ).

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### Discusión

De acuerdo con los hallazgos descriptivos e inferenciales de la presente investigación, fue posible demostrar la existencia de una relación significativa, tanto de la variable Gestión logística, así como también de sus cuatro macroprocesos que la componen, frente a la Competitividad empresarial en las empresas importadoras del centro comercial en cuestión. Es así como, en el plano general, se evidenció una relación de nivel positivo débil (0.385) entre ambas variables. Al desarrollar un contraste de tales resultados frente a estudios previos consultados en la investigación, dicha información condice en el plano inferencial con lo obtenido por Díaz (2021), la cual situó su investigación en la empresa Vidriería Jazmín ubicada en la ciudad de Huacho, en donde, a través de la misma prueba no paramétrica, demostró una significancia de 0.002 y un coeficiente de correlación Rho igual a 0.596, siendo superior al hallado en esta tesis. Siguiendo con lo mencionado, Zuleta (2022) señala que al analizar una empresa industrial en La Libertad, Ecuador, se destacan dos factores cruciales que han contribuido al aumento de la competitividad en dicha compañía: el incremento en la promoción publicitaria y la implementación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial. Estos factores se vinculan estrechamente con el progreso tecnológico y la innovación en la gestión logística, siempre bajo un enfoque de mejora continua. Por otro lado, Espinoza (2023), en su estudio sobre el sector textil en Cuenca, señala uno de los principales desafíos que enfrentan las organizaciones, especialmente las pymes y mipymes, en términos de gestión logística para la comercialización de sus productos. Esto se debe a la carencia de personal especializado, la burocracia, las dificultades en el seguimiento de pagos y cobros, así como la falta de conocimiento en los mecanismos de comercialización y un presupuesto limitado destinado

a esta área. En contraste, Linzán (2022), quien analizó la cadena de suministro en Guayaquil, específicamente en las organizaciones del sector industrial, destaca que la transformación digital de la cadena de suministro ha llevado a una automatización de datos, mayor agilidad y eficiencia en la gestión de información y la adopción de sistemas digitales. Esto ha optimizado los procesos y la colaboración entre los elementos de la cadena de suministro. En resumen, considerar este factor es esencial para promover un ambiente de integración y confianza, lo que resulta fundamental para mejorar las actividades y procesos dentro de la cadena de suministro.

Continuando con lo narrado, como se mencionó anteriormente, en el plano específico fue posible aceptar las cuatro hipótesis planteadas, en donde, en todos los casos, se demostró que existen relaciones estadísticamente significativas. Específicamente, al abordar los resultados inferenciales de la primera hipótesis específica, se pudo afirmar que, la gestión de compras y abastecimiento se relaciona con la competitividad en las empresas importadoras analizadas, alcanzando un valor Rho igual a 0.301; denotando un nivel de correlación débil. En la misma línea, investigaciones como la de Adrianzén et al. (2020), concluyó que ambos elementos guardan una relación positiva, considerando como unidad de análisis a pymes importadores, pero del sector construcción (Rho igual 0.459).

Respecto a la segunda hipótesis específica, la gestión de inventarios presentó una relación positiva de nivel débil (Rho igual a 0.381), frente a la competitividad; lo que condice con lo hallado por Díaz (2021), hallando un valor de significancia igual a 0.005 y un coeficiente de correlación igual a 0.555. Es importante mencionar que, tanto en dicho estudio como en la presente investigación, la correlación entre estos elementos fue la de nivel más alto en ambas tesis.

Por otro lado, respecto a la tercera hipótesis específica, se demostró que la gestión de distribución y almacenamiento guardó relación con la competitividad a un nivel positivo débil (Rho igual a 0.348), yendo así en la misma línea con lo hallado por Herrera (2020), el cual situó su estudio en las pequeñas empresas del rubro manufacturero de la ciudad de Arequipa, demostrando así que ambos elementos guardaron una vinculación estadísticamente significativa entre sí, alcanzando un valor de correlación Pearson igual a 0.488.

Finalmente, como resultado inferencial de la última hipótesis específica planteada, se demostró que, la gestión de transporte y distribución de carga guardaba relación con la competitividad empresarial en las empresas importadoras analizadas; no obstante, dicha relación fue la más débil de todo el estudio. Es así como, al comparar tal premisa con lo hallado por Díaz (2021), se demostró una similitud en dichos resultados, en donde la autora obtuvo un valor Rho igual a 0.596 y un valor sig. igual a 0.002.

### **Implicancias**

Desde una perspectiva teórica, este estudio se convierte en un punto de referencia valioso para futuras investigaciones en empresas del sector de importaciones que aspiren a fortalecer su posición competitiva mediante la aplicación de enfoques tecnológicos y estrategias logísticas. Además, contribuye al crecimiento del conocimiento del investigador al respaldar hallazgos positivos. Desde un enfoque práctico, este análisis proporciona a las organizaciones que forman parte del centro comercial examinado un conjunto de estrategias aplicables como soluciones a los desafíos en su gestión logística. Estas estrategias representan las alternativas más efectivas para elevar su competitividad en el mercado y garantizar un control logístico eficiente. También resulta beneficioso para los profesionales a cargo del ámbito logístico en estas organizaciones, ya que ofrece información crucial sobre

aspectos esenciales relacionados con la adquisición, almacenamiento, gestión de inventarios y distribución, lo que conduce a procesos más eficaces y de alta calidad. Por último, desde una perspectiva metodológica, esta investigación sirve como un modelo a seguir, ya que demuestra la relación entre la gestión logística y la mejora de la competitividad en las empresas analizadas. Además, al adoptar el enfoque de mejora continua en sus procesos logísticos, otros investigadores pueden validar la eficacia de esta mejora en la competitividad empresarial.

### **Limitaciones**

La naturaleza de la investigación estuvo condicionada por la disponibilidad de información proporcionada por los propietarios de las empresas importadoras de la galería comercial Mavitec. En algunos casos, estos propietarios optaron por no divulgar ciertos datos debido a su carácter confidencial.

### **Conclusiones**

En relación al objetivo general, se demostró a través de los resultados de la prueba no paramétrica Rho Spearman que la Gestión logística guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras del centro Mavitec ( $Rho=0.385$ ); por lo que ante un mejor proceso de gestión logística, la competitividad de dichas organizaciones mejorará.

Respecto al objetivo específico 1, se demostró a través de los resultados de la prueba no paramétrica Rho Spearman que la Gestión de compras y abastecimiento guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras del centro Mavitec, ( $Rho=0.301$ ); por lo que ante un mejor proceso de gestión de compras y abastecimiento, la competitividad de dichas organizaciones mejorará.

En relación al objetivo específico 2, se demostró a través de los resultados de la prueba no paramétrica que la Gestión de inventarios guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras de la galería comercial Mavitec, ( $Rho=0.381$ ); por lo que ante un mejor proceso de gestión de inventarios, la competitividad de dichas organizaciones mejorará.

Acorde con el objetivo específico 3, se demostró a través de los resultados de la prueba no paramétrica que la Gestión de distribución y almacenamiento guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras de la galería comercial Mavitec ( $Rho=0.384$ ); por lo que ante un mejor proceso de gestión de distribución y almacenamiento, la competitividad de dichas organizaciones mejorará.

Finalmente, en relación con objetivo específico 4, se demostró a través de los resultados de la prueba no paramétrica que la Gestión de transporte guarda relación significativa con la competitividad en las empresas importadoras de la galería comercial Mavitec ( $Rho=0.191$ ); por lo que ante un mejor proceso de gestión de transporte, la competitividad de dichas organizaciones mejorará.

## REFERENCIAS

- Adrianzén, A. (2020). *Gestión logística y su influencia en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Callería, 2018*. Tesis de pregrado: Universidad Nacional de Ucayali. [http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4516/UNU\\_ADMINISTRACION\\_2020\\_T\\_ALBERTO-ADRIANZEN%20DELGADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4516/UNU_ADMINISTRACION_2020_T_ALBERTO-ADRIANZEN%20DELGADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (2013). Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, 70-80.
- Ballou, R. (2004). *Logística: Administración de la cadena de suministro*. México: Prentice Hall.
- Banco Mundial. (2018). *Logistics Performance Index. Logistics Performance Index*. doi:[https://doi.org/10.1787/eco\\_surveys-svn-2017-graph37-en](https://doi.org/10.1787/eco_surveys-svn-2017-graph37-en)
- Cabrera, A., & Ramírez, P. L. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Bogotá: Universidad Central. [https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-files/2015\\_competitividad\\_empresarial\\_001.pdf](https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-files/2015_competitividad_empresarial_001.pdf)
- Calatayud, A., & Montes, L. (2018). *Logística en América Latina y el Caribe: oportunidades, desafíos y líneas de acción*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Comex Perú. (2021). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú. Resultados 2021*. Lima. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-comexperu-001.pdf>
- Custodio, D., Martínez, G., Guzmán, C., & Morales, T. (2021). Importancia de los KPI de logística en las PYMES. *Publicaciones e Investigación*, 1-5. doi:<https://doi.org/10.22490/25394088.5548>
- Delgado, J. (2020). *Gestión logística y su influencia en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias*. Tesis de pregrado: Universidad Nacional de Ucayali. [http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4516/UNU\\_ADMINISTRACION\\_2020\\_T\\_ALBERTO-ADRIANZEN%20DELGADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4516/UNU_ADMINISTRACION_2020_T_ALBERTO-ADRIANZEN%20DELGADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ON\_2020\_T\_ALBERTO-

ADRIANZEN%20DELGADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Diario Gestión. (2022). *El calor y la sequía provocan apagones industriales en China*. Lima.  
<https://gestion.pe/mundo/el-calor-y-la-sequia-provocan-apagones-industriales-en-china-noticia/>

Díaz, S. (2021). *Gestión logística y competitividad en la Vidriería Jazmín S&I S.A.C., Huacho 2021*. Tesis de pregrado: Universidad César Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/71558/D%c3%adaz\\_SSS-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/71558/D%c3%adaz_SSS-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Espinoza, S. (2023). *Sistema de gestión logístico para el proceso de comercialización del sector textil artesanal del Cantón Gualaceo*. Tesis de pregrado: Universidad Católica de Cuenca.  
<https://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/ucacue/14901/1/ESPINOZA%20JIMENEZ%20SHEYLA%20MICAELA.pdf>

Gómez, J. (2013). *Gestión logística y comercial*. España: Mc Graw Hill.  
[https://valparaiso.redfuturotecnico.cl/wp-content/uploads/2020/06/Gestion\\_logistica\\_y\\_comercial.pdf](https://valparaiso.redfuturotecnico.cl/wp-content/uploads/2020/06/Gestion_logistica_y_comercial.pdf)

Gomez, P., Salcido, D., Lujan, L., & Melendez, R. (2015). Globalización y Logística: importancia para las pymes. *Revista de Negocios & PyMES*, 14-28.  
[https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Negocios\\_y\\_PyMES/vol1num1/Negocios-&-PYMES-21-35.pdf](https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Negocios_y_PyMES/vol1num1/Negocios-&-PYMES-21-35.pdf)

Goodman, P. (2021). *¿Por qué hay tanta escasez de mercancías?* The New York Times.  
<https://www.nytimes.com/es/2021/10/25/espanol/escasez-mundial-cadena-suministro.html>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill.

Herrera, J. (2020). *La influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019*. Tesis de pregrado: Universidad Alas Peruanas.

[https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10374/Tesis\\_Influencia\\_Gest%C3%B3nLog%C3%ADstica\\_VentajaCompetitiva\\_Peque%C3%B1as%20EmpresasManufactureras\\_Arequipa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10374/Tesis_Influencia_Gest%C3%B3nLog%C3%ADstica_VentajaCompetitiva_Peque%C3%B1as%20EmpresasManufactureras_Arequipa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hurtado, F. (2018). *Gestión Logística*. Lima: Fondo Editorial.

Linzán, G. (2021). *Análisis de la cadena de suministros en las empresas industriales de Guayaquil*. Tesis de pregrado: Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23750/1/UPS-GT004040.pdf>

Lossio, J. (2021). Covid-19 en el Perú: respuestas estatales y sociales. *História, Ciências, Saúde*, 581-585. doi:<https://doi.org/10.1590/S0104-59702021005000001>

Manzaba, M. (2023). *Gestión logística y sus efectos en la competitividad de la distribuidora Aga del Cantón Portoviejo*. Tesis de pregrado: Universidad Estatal del Sur de Manabí. <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/5205/1/Manzaba%20Garcia%20Mariuxi%20Elizabeth.pdf>

Mauleón, M., & Prado, M. (2021). *Logística Inbound*. Diaz de Santos.

Mora, L. (2008). *Gestión Logística*. Editorial ECOE. [https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e\\_libros/logistica/gestion\\_logistica.pdf](https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e_libros/logistica/gestion_logistica.pdf)

Mora, L. (2010). *Gestión Logística Integral*. Bogotá: ECOE. <https://instipp.edu.ec/Libreria/libro/Mora%20Garcia%20Luis%20Anibal%20-%20Gestion%20Logistica%20Integral.pdf>

Mora, L. (2016). *Gestión Logística Integral*. Bogotá: ECOE. <https://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2016/12/Gestion-logistica-integral-2da-Edici%C3%B3n.pdf>

Palomo, M., & Pedroza, A. (2014). *La Competitividad Empresarial: El Desarrollo Tecnológico*. México: Tendencias. <https://eprints.uanl.mx/14494/1/La%20competitividad%20empresarial.pdf>

Porter, M. (1998). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.

- Quintero, A., & Sotomayor, J. (2018). *Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramacoexpress Cia.Ltda del Cantón Durán*. Tesis de pregrado: Universidad de Guayaquil.  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28590/1/TESIS%20Quintero-Sotomayor.pdf>
- Ramírez, B., Suástegui, C., Vázquez, L., Oleta, M., & Cañedo, L. (2018). *Competitividad en las Organizaciones*. México: Qartuppi.  
<http://qartuppi.com/2018/ORGANIZACIONES.pdf>
- Rodríguez, V. (2019). *Gestión logística y competitividad de las Mypes del sector construcción, distrito de San Marcos, provincia de Huari, 2019*. Tesis de pregrado: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.  
<https://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3028/VICTOR%20YOEL%20RODRIGUEZ%20VARGAS2.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Rubio, L., & Baz, V. (2015). *El poder de la competitividad*. México: CIDAC.
- Tejada, A., Prado, M., Cárdenas, A., Carranza, T., & Manrique, J. (2022). *Administración y Logística para los negocios*. Ecuador: Compás.  
<http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/778/1/i.pdf>
- Zuleta, G. (2022). *Logística y competitividad de la compañía Prilabsa del cantón la Libertad, año 2021*. Tesis de pregrado: Universidad Estatal Península de Santa Elena.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8777/4/UPSE-TAE-2022-0098.pdf>

## ANEXOS

### ANEXO 01. Análisis descriptivo por pregunta

Tabla 19.

*Resultados descriptivos de la pregunta 1*

<b>¿Analiza a los proveedores teniendo en cuenta los criterios de credibilidad, tiempo y tecnología?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	1,4	1,4	1,4
	A VECES	30	10,8	10,8	12,2
	CASI SIEMPRE	96	34,5	34,5	46,8
	SIEMPRE	148	53,2	53,2	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 20.

*Resultados descriptivos de la pregunta 2*

<b>¿Realiza comparaciones de precio que ofrecen sus proveedores con los de otros?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	13	4,7	4,7	4,7
	CASI NUNCA	32	11,5	11,5	16,2
	A VECES	117	42,1	42,1	58,3
	CASI SIEMPRE	76	27,3	27,3	85,6
	SIEMPRE	40	14,4	14,4	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 21.

*Resultados descriptivos de la pregunta 3*

<b>¿Considera que el Incoterms de negociación es el adecuado?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	9	3,2	3,2	3,2
	CASI NUNCA	40	14,4	14,4	17,6
	A VECES	101	36,3	36,3	54,0
	CASI SIEMPRE	71	25,5	25,5	79,5
	SIEMPRE	57	20,5	20,5	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 22.

*Resultados descriptivos de la pregunta 4*

<b>¿La comunicación con los proveedores es eficaz?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	23	8,3	8,3	8,3
	CASI NUNCA	35	12,6	12,6	20,9
	A VECES	102	36,7	36,7	57,6
	CASI SIEMPRE	89	32,0	32,0	89,6
	SIEMPRE	29	10,4	10,4	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 23.

*Resultados descriptivos de la pregunta 5*

<b>¿Considera adecuada el tiempo que toma la fabricación de estos productos?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	,4	,4	,4
	CASI NUNCA	6	2,2	2,2	2,5
	A VECES	73	26,3	26,3	28,8
	CASI SIEMPRE	100	36,0	36,0	64,7
	SIEMPRE	98	35,3	35,3	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 24.

*Resultados descriptivos de la pregunta 7*

<b>¿Solicita a los proveedores productos en stock?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	41	14,7	14,7	14,7
	CASI NUNCA	35	12,6	12,6	27,3
	A VECES	86	30,9	30,9	58,3
	CASI SIEMPRE	62	22,3	22,3	80,6
	SIEMPRE	54	19,4	19,4	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 25.

*Resultados descriptivos de la pregunta 8*

		<b>¿Realiza proyecciones de demanda?</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	,7	,7	,7
	CASI NUNCA	8	2,9	2,9	3,6
	A VECES	93	33,5	33,5	37,1
	CASI SIEMPRE	94	33,8	33,8	70,9
	SIEMPRE	81	29,1	29,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 26.

*Resultados descriptivos de la pregunta 9*

		<b>¿Cuenta con stock en temporadas de campaña?</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	,4	,4	,4
	CASI NUNCA	11	4,0	4,0	4,3
	A VECES	78	28,1	28,1	32,4
	CASI SIEMPRE	123	44,2	44,2	76,6
	SIEMPRE	65	23,4	23,4	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 27.

*Resultados descriptivos de la pregunta 10*

<b>¿Con que frecuencia analiza la disponibilidad de stock?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	11	4,0	4,0	4,0
	CASI NUNCA	23	8,3	8,3	12,2
	A VECES	97	34,9	34,9	47,1
	CASI SIEMPRE	97	34,9	34,9	82,0
	SIEMPRE	50	18,0	18,0	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 28.

*Resultados descriptivos de la pregunta 11*

<b>¿Los productos recepcionados cumplen con los requerimientos de la empresa?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	17	6,1	6,1	6,1
	CASI NUNCA	27	9,7	9,7	15,8
	A VECES	104	37,4	37,4	53,2
	CASI SIEMPRE	71	25,5	25,5	78,8
	SIEMPRE	59	21,2	21,2	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 29.

*Resultados descriptivos de la pregunta 12*

<b>¿Considera que los productos son conservados adecuadamente?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	7	2,5	2,5	2,5
	CASI NUNCA	24	8,6	8,6	11,2
	A VECES	106	38,1	38,1	49,3
	CASI SIEMPRE	80	28,8	28,8	78,1
	SIEMPRE	61	21,9	21,9	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 30.

*Resultados descriptivos de la pregunta 13*

<b>¿Con que frecuencia maneja sistemas de control de inventarios?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	1,1	1,1	1,1
	CASI NUNCA	23	8,3	8,3	9,4
	A VECES	90	32,4	32,4	41,7
	CASI SIEMPRE	110	39,6	39,6	81,3
	SIEMPRE	52	18,7	18,7	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 31.

*Resultados descriptivos de la pregunta 14*

<b>¿Evalúa los costos de transporte para tomar la decisión con que modalidad de envío trabajar?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	7	2,5	2,5	2,5
	CASI NUNCA	22	7,9	7,9	10,4
	A VECES	99	35,6	35,6	46,0
	CASI SIEMPRE	85	30,6	30,6	76,6
	SIEMPRE	65	23,4	23,4	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 32.

*Resultados descriptivos de la pregunta 15*

<b>¿El tipo de transporte es el adecuado según la demanda?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	1,8	1,8	1,8
	CASI NUNCA	20	7,2	7,2	9,0
	A VECES	85	30,6	30,6	39,6
	CASI SIEMPRE	72	25,9	25,9	65,5
	SIEMPRE	96	34,5	34,5	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 33.

*Resultados descriptivos de la pregunta 16*

<b>¿Prevé los tiempos de importación teniendo en cuenta teniendo en cuenta el transporte internacional y tramites de aduana?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	24	8,6	8,6	8,6
	CASI NUNCA	34	12,2	12,2	20,9
	A VECES	111	39,9	39,9	60,8
	CASI SIEMPRE	56	20,1	20,1	80,9
	SIEMPRE	53	19,1	19,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 34.

*Resultados descriptivos de la pregunta 17*

<b>¿Brindan productos en función de las necesidades de los clientes?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	,4	,4	,4
	CASI NUNCA	2	,7	,7	1,1
	A VECES	108	38,8	38,8	39,9
	CASI SIEMPRE	101	36,3	36,3	76,3
	SIEMPRE	66	23,7	23,7	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 35.

*Resultados descriptivos de la pregunta 18*

<b>¿Periódicamente solicitan muestras de nuevos modelos a los proveedores?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	10	3,6	3,6	3,6
	CASI NUNCA	15	5,4	5,4	9,0
	A VECES	86	30,9	30,9	39,9
	CASI SIEMPRE	80	28,8	28,8	68,7
	SIEMPRE	87	31,3	31,3	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 36.

*Resultados descriptivos de la pregunta 19*

<b>¿Periódicamente realiza comparaciones de los productos actuales con sus anteriores importaciones?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	68	24,5	24,5	24,5
	CASI NUNCA	44	15,8	15,8	40,3
	A VECES	106	38,1	38,1	78,4
	CASI SIEMPRE	32	11,5	11,5	89,9
	SIEMPRE	28	10,1	10,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 37.

*Resultados descriptivos de la pregunta 20*

<b>¿Anuncia por las redes sociales?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	18	6,5	6,5	6,5
	CASI NUNCA	55	19,8	19,8	26,3
	A VECES	123	44,2	44,2	70,5
	CASI SIEMPRE	47	16,9	16,9	87,4
	SIEMPRE	35	12,6	12,6	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 38.

*Resultados descriptivos de la pregunta 21*

<b>¿Promociona por las redes sociales?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	23	8,3	8,3	8,3
	CASI NUNCA	33	11,9	11,9	20,1
	A VECES	127	45,7	45,7	65,8
	CASI SIEMPRE	61	21,9	21,9	87,8
	SIEMPRE	34	12,2	12,2	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 39.

*Resultados*
*descriptivos de la pregunta 22*

<b>¿Evalúa la tendencia de ventas después de realizar los anuncios?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	1,1	1,1	1,1
	CASI NUNCA	18	6,5	6,5	7,6
	A VECES	84	30,2	30,2	37,8
	CASI SIEMPRE	95	34,2	34,2	71,9
	SIEMPRE	78	28,1	28,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 40.

*Resultados descriptivos de la pregunta 23*

<b>¿Importa mercadería en stock para optimizar costos y tiempos?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	1,8	1,8	1,8
	CASI NUNCA	10	3,6	3,6	5,4
	A VECES	101	36,3	36,3	41,7
	CASI SIEMPRE	102	36,7	36,7	78,4
	SIEMPRE	60	21,6	21,6	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 41.

*Resultados descriptivos de la pregunta 24*

<b>¿Se acoge a algún tratado del TLC para reducir los impuestos?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	35	12,6	12,6	12,6
	CASI NUNCA	62	22,3	22,3	34,9
	A VECES	88	31,7	31,7	66,5
	CASI SIEMPRE	55	19,8	19,8	86,3
	SIEMPRE	38	13,7	13,7	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 42.

*Resultados descriptivos de la pregunta 25*

<b>¿Solicita a los proveedores la nueva presentación de sus productos acorde a sus ideas?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	,4	,4	,4
	CASI NUNCA	9	3,2	3,2	3,6
	A VECES	84	30,2	30,2	33,8
	CASI SIEMPRE	42	15,1	15,1	48,9
	SIEMPRE	142	51,1	51,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Tabla 43.

*Resultados descriptivos de la pregunta 26*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	1,8	1,8	1,8
	CASI NUNCA	6	2,2	2,2	4,0
	A VECES	95	34,2	34,4	38,4
	CASI SIEMPRE	43	15,5	15,6	54,0
	SIEMPRE	127	45,7	46,0	100,0
Total		278	100,0	100,0	

## ANEXO 02. Matriz de consistencia

Tabla 44.

### Matriz de consistencia

LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE LA GALERÍA COMERCIAL MALVITEC, CERCADO DE LIMA, 2022							
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología		
Generales					Tipo de investigación		
¿Existe relación entre la gestión logística y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima 2022?	Determinar la relación entre la gestión logística y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.	Existe relación positiva entre la gestión logística en la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.	GESTION LOGISTICA	Gestión Compras y Abastecimientos	Enfoque: Cuantitativo		
				Gestión Inventarios	Diseño No experimental		
				Gestión Distribución y Almacenes	Corte: Transversal		
				Gestión Transporte y distribución de carga	Tipo Básico		
Específicos			COMPETITIVIDAD	Alcance Correlacional	<b>Población: 1,000 EMPRESAS IMPORTADORAS DE LA GALERÍA COMERCIAL MALVITEC, CERCADO DE LIMA</b>		
¿Existe relación entre la gestión de compras y abastecimientos y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?	Determinar la relación entre las compras y abastecimientos y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.	Existe relación positiva entre la gestión de compras y abastecimientos y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.					
¿Existe relación entre la gestión de inventarios y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?	Determinar la relación entre la gestión de inventarios y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.	Existe relación positiva entre la gestión de inventarios y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.					
¿Existe relación entre la gestión de centros de distribución y almacenes y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?	Determinar la relación entre la gestión de distribución y almacenes y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.	Existe relación positiva entre la gestión de distribución y almacenes y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.					
¿Existe relación entre la gestión de transporte y distribución de carga y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?	Determinar la relación entre la gestión de transporte y distribución de carga y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.	Existe relación positiva entre la gestión de transporte y distribución de carga y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.	COMPETITIVIDAD	Calidad	<b>Muestra: 278 EMPRESAS IMPORTADORAS DE LA GALERÍA COMERCIAL MALVITEC, CERCADO DE LIMA</b>		
¿Existe relación entre la gestión de transporte y distribución de carga y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022?	Determinar la relación entre la gestión de transporte y distribución de carga y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.	Existe relación positiva entre la gestión de transporte y distribución de carga y la competitividad de las empresas importadoras de la galería comercial Malvitec, Cercado de Lima, 2022.		Publicidad		<b>Técnica (s) e instrumento (s) de recolección de datos</b> <b>Técnica: Encuesta</b>	
				Economía de escala			Técnica: Encuesta
				Innovación			Instrumento: Cuestionario
			<b>Análisis de datos</b> SPSS				

### ANEXO 03. Operacionalización de variables

Tabla 45.

#### Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES
GESTIÓN LOGÍSTICA	Mora (2010) Menciona que la gestión logística empieza desde la materia prima hasta la entrega del producto final o el servicio, según los acuerdos negociados inicialmente.	GESTIÓN DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO	SELECCIÓN DE PROVEEDORES
			GESTIONAR ÓRDENES DE COMPRA
			SEGUIMIENTO DE COMPRAS
		GESTIÓN DE INVENTARIOS	OFERTA Y DEMANDA
			EVALUACION DE STOCK
		GESTIÓN DE DISTRIBUCION Y ALMACENES	RECEPCIÓN DE MERCADERÍA
			ALMACENAMIENTO
			CONTROL DE MERCADERIA
		GESTIÓN DE TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN DE CARGA	SISTEMAS DE TRANSPORTE
			PERIODO DE DISTRIBUCION
COMPETITIVA	Rubio & Baz (2015) Mencionan que la competitividad es la capacidad de una empresa que a través de sus productos o servicios compite en el mercado nacional o internacional. Teniendo en cuenta los factores externos e internos, para poder tener mayor posicionamiento en los clientes.	CALIDAD	VALOR AGREGADO
			SATISFACCION DEL CLIENTE
		PUBLICIDAD	COMUNICACIÓN SOCIAL
			TENDENCIA DE VENTAS
		ECONOMIA DE ESCALA	INTERNO
			EXTERNO
		INNOVACIÓN	APLICACIÓN DE NUEVAS IDEAS
			PENSAMIENTOS CREATIVOS

### ANEXO 04. Cuestionario

ESCALA VALORATIVA				
Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)

N°		1	2	3	4	5
<b>GESTIÓN LOGÍSTICA</b>						
<b>GESTIÓN DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO</b>						
1	¿Analiza a los proveedores teniendo en cuenta los criterios de credibilidad, tiempo y tecnología?					
2	¿Realiza comparaciones de precio que ofrecen sus proveedores con los de otros?					
3	¿Considera que el Incoterms de negociación es el adecuado?					
4	¿La comunicación con los proveedores es eficaz?					
5	¿Considera adecuada el tiempo que toma la fabricación de estos productos?					
<b>GESTIÓN DE INVENTARIOS</b>						
6	¿Solicita a los proveedores productos en stock?					
7	¿Realiza proyecciones de demanda?					
8	¿Cuenta con stock en temporadas de campaña?					
9	¿Con que frecuencia analiza la disponibilidad de stock?					
<b>GESTIÓN DE DISTRIBUCION Y ALMACENES</b>						
10	¿Los productos recepcionados cumplen con los requerimientos de la empresa?					
11	¿Considera que los productos son conservados adecuadamente?					
12	¿Con que frecuencia maneja sistemas de control de inventarios?					
<b>GESTIÓN DE TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN DE CARGA</b>						
13	¿Evalúa los costos de transporte para tomar la decisión con que modalidad de envío trabajar?					
14	¿El tipo de transporte es el adecuado según la demanda?					
15	¿Prevé los tiempos de importación teniendo en cuenta el transporte internacional y tramites de aduana?					
<b>COMPETITIVIDAD</b>						
<b>CALIDAD</b>						
16	¿Brindan productos en función de las necesidades de los clientes?					
17	¿Periódicamente solicitan muestras de nuevos modelos a los proveedores?					
18	¿Periódicamente realiza comparaciones de los productos actuales con sus anteriores importaciones?					
<b>PUBLICIDAD</b>						
19	¿Anuncia por las redes sociales?					
20	¿Promociona por las redes sociales?					
21	¿Evalúa la tendencia de ventas después de realizar los anuncios?					
<b>ECONOMIA POR ESCALA</b>						
22	¿Importa mercadería en stock para optimizar costos y tiempos?					
23	¿Se acoge a algún tratado del TLC para reducir los impuestos?					
<b>INNOVACION</b>						
24	¿Con que frecuencia diseña, acopla y mejora ideas para nuevos productos?					
25	¿Solicita a los proveedores la nueva presentación de sus productos acorde a sus ideas?					
26	¿Con que frecuencia obtiene productos en tendencia o nuevos modelos en base a la temporada?					

**ANEXO 05. Validaciones**

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:		"LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU RELACIÓN EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE LA GALERÍA COMERCIAL MALVITEC, 2022"		
Línea de investigación:		Desarrollo sostenible y Gestión empresarial		
Apellidos y nombres del experto:		Santoro Ramirez Juan Carlos		
El instrumento de medición pertenece a la variable:		Gestión Logística y Competitividad		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias:				
Firma del experto: 				
Dni: 25838289				
Numero de Colegiatura: 045-XI CLAP				



**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Título de la investigación:	"LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU RELACIÓN EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE LA GALERÍA COMERCIAL MALVITEC, 2022"		
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial		
Apellidos y nombres del experto:	BARBARA RAZ MIBUEL OÑEEL		
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Gestión Logística y Competitividad		

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

Dni: 25793885

Numero de Colegiatura: CEL 7890

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	"LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU RELACIÓN EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE LA GALERÍA COMERCIAL MALVITEC, 2022"			
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial			
Apellidos y nombres del experto:	MG. VASQUEZ NASSI GÉNARO EMILIO			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Gestión Logística y Competitividad			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias:				
Firma del experto: 				
Dni: 42718721				
Numero de Colegiatura: 08873				

**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

<b>Título de la investigación:</b>	"LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU RELACIÓN EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE LA GALERÍA COMERCIAL MALVITEC, 2022"
<b>Línea de investigación:</b>	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial
<b>Apellidos y nombres del experto:</b>	MARISON HUANCAYA GODOY
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Gestión Logística y Competitividad

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?			
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

Dni:

Numero de Colegiatura: