



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA
COMPETITIVIDAD CORPORATIVA EN LAS
BOTICAS

MARIFARMA CAJAMARCA, 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

**IORELLA ASTRID CERNA MALVAS
ESTALIN DOMINGO MONSALVE SANCHEZ**

Asesor:

Mg. Lic. Jaquelin Mareli Mendoza Castañeda
<https://orcid.org/0000-0002-4419-1596>

Cajamarca - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	MARIA DEL PILAR MIRANDA GUERRA	42695300
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	JAMES GAMARRA BANDA	46860481
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	SARAI NELLY SAMAN CHINGAY	45650843
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Document Information

Analyzed document	EF_TALLER DE TESIS 2_CERNA MALVAS FIORELLA ASTRID_MONSALVE SANCHEZ ESTALIN DOMINGO.pdf (D120252462)
Submitted	2021-11-29T04:24:00.0000000
Submitted by	carol
Submitter email	carol.moreno@upn.pe
Similarity	5%
Analysis address	carol.moreno.delnor@analysis.orkund.com

El presente trabajo de investigación se lo dedicamos a nuestros padres por habernos forjado como las personas que somos en la actualidad, nos apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica para poder llegar a ser profesionales destacados.

También se lo dedicamos al forjador de nuestro camino, a nuestro padre celestial, el que nos acompaña y siempre nos levanta de nuestros continuos tropiezos, al creador de nuestros padres y de las personas que amamos, con nuestro más sincero amor.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a las personas que nos ayudaron profesionalmente, guiarnos por el buen camino, ser el apoyo y fortaleza en aquellos buenos y malos momentos. Asimismo, nuestros reconocimientos a la Universidad Privada del Norte, a toda la Facultad de Negocios, a nuestros docentes, quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos nos dieron su ayuda para la realización del presente trabajo de investigación. Al mismo tiempo agradecer de manera especial a Boticas Marifarma por permitirnos el acceso a la información y el compromiso brindado.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	11
RESUMEN	12
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática	13
1.2. Formulación del problema	30
1.3. Objetivos	30
Objetivo General	30
Objetivo específico	31
O1: Determinar la relación que existe entre la gestión logística y la competitividad de la división de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021.	31
Hipótesis	31
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	33
CAPÍTULO III: RESULTADOS	41
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	60
REFERENCIAS	69

ANEXOS	76
<i>ANEXO N° 4: INSTRUMENTO</i>	79
<i>ANEXO N° 4: FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO</i>	80
<i>ANEXO N° 5: ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL DE BOTICAS MARIFARMA</i>	83
<i>ANEXO N°6: CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS</i>	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Escala de medición de la encuesta	37
Tabla 2: Estadística de fiabilidad del instrumento por Alfa de Cronbach.....	38
Tabla 3: ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en Boticas Marifarma?.....	41
Tabla 4: Un objetivo primario de la logística en su empresa es tomar el control de las actividades que dan lugar a costes de compra y distribución.....	44
Tabla 5: En su empresa la logística facilita la aplicación de los conceptos de costes de inventario y adquisición de materiales justo a tiempo.....	44
Tabla 6: En su empresa la gestión hace hincapié en el logro de la distribución física coordinada a los clientes atendidos por varias unidades de negocio	45
Tabla 7: Un objetivo primario de la logística en su empresa es reduci la complejidad que enfrentan sus clientes al hacer negocios con ustedes.	45
Tabla 8: En su empresa se hace hincapié en la gestión de la coordinación y el control de los miembros del canal (distribuidores y/o minoristas)	47
Tabla 9: Un objetivo primario de la logística en su empresa es la gestión de los flujos de información y los niveles de inventario en todo canal de distribución	47
Tabla 10: En su empresa la logística facilita la gestión de los flujos de información entre los miembros del canal (distribuidoresy/o minoristas)	48
Tabla 11: La necesidad de una coordinación más estrecha con los proveedores, vendedores y otros miembros del canal ha fomentado mejores relaciones de trabajo entre áreas dentro de su empresa.....	49
Tabla 12: En su empresa, la planificación logística esta bien coordinada con el proceso general de planificación estratégica.	49

Tabla 13: En su área, las actividades logísticas de la empresa se coordinan eficazmente con los clientes, proveedores y otros miembros del canal.	50
Tabla 14: El logro de mayores niveles de servicio al cliente se ha traducido en un mayor énfasis en el desarrollo y formación de los empleados	51
Tabla 15: La atención al cliente en su empresa se coordina eficazmente con otras actividades logísticas.....	51
Tabla 16: El servicio al cliente que su empresa brinda le da una ventaja competitividad con respecto a su competencia.	52
Tabla 17: Su empresa responde con rapidez y eficacia a las necesidades cambiantes de clientes o proveedores en comparación con sus competidores.....	52
Tabla 18: Su empresa comercializa nuevos productos con rapidez y eficacia en comparación con sus competidores.	54
Tabla 19: Gestión Logística y sus dimensiones.	54
Tabla 20: Competitividad Corporativa y sus dimensiones.....	55
Tabla 21: Calificación general de las variables de Gestión Logística y Competitividad Corporativa.....	56
Tabla 22: Prueba de normalidad de la Gestión Logística y la Competitividad Corporativa de Boticas Marifarma.....	57
Tabla 23: Interpretación del Coeficiente de Spearman	57
Tabla 24: Prueba de hipótesis de la Gestión Logística y la Competitividad Corporativa de Boticas Marifarma.	58

Tabla 25: Prueba de hipótesis específica de la Gestión Logística y la dimensión Competitividad

de la división de Boticas Marifarma..... 59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Ha recibido capacitaciones sobre la Gestión Logística en el último año?	42
Figura 2: En su empresa, la gestión hace hincapié en lograr su máxima eficiencia de compras y distribución.	43
Figura 3: En su empresa la logística facilita la coordinación de varias unidades de negocio con el fin de proporcionar un servicio competitivo al cliente.	46
Figura 4: Su empresa responde con rapidez y eficacia a las cambiantes estrategias de la competencia en comparación con sus competidores.	53

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la Gestión Logística y Competitividad Corporativa de Boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca 2021. El tipo de estudio fue básico, enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal y alcance descriptivo correlacional. El instrumento empleado para la sustentación de las variables fue el cuestionario. Para los datos descriptivos se utilizaron tablas y figuras estadísticas; adicionalmente, para la comprobación de hipótesis, el coeficiente de Spearman. Se concluyó en base a los resultados obtenidos respecto a una muestra de 16 trabajadores, que un 60.42% estuvo “De acuerdo” con que la Gestión Logística fue de suma importancia en el proceso productivo; además, la dimensión de Efectividad de coordinación logística fue la más predominante con un 66.67% de trabajadores que estuvieron “De acuerdo”, referente a la Competitividad Corporativa; un 58.33% estuvo “De acuerdo” que la variable fue fundamental para mantenerse activos en el mercado y lograr el éxito empresarial. Con un coeficiente de correlación bilateral de 0.558 y un nivel de significancia bilateral de 0.025 se determinó que existe una relación directa y moderada entre la Gestión Logística y la Competitividad Corporativa.

PALABRAS CLAVES: Gestión logística, competitividad, empresas farmacéuticas, sistema logístico.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mypes y pymes) son agentes económicos clave, ya que la mayor parte de la población y de la economía dependen de su actividad, así como de su desempeño. En los países de la Unión Europea, América Latina y el Caribe representan aproximadamente el 99% del total de las empresas y generan un 67% del empleo total de las compañías, actúan en todo tipo de ámbitos de la producción y servicios. De hecho, la realidad de que las pymes tengan mayor presencia en la acogida de trabajo que en la producción, indica que sus niveles de productividad son inferiores a los de las grandes sociedades; además, su limitada participación en las exportaciones hace referencia a su orientación al mercado interno. Sin embargo, enfrentan una mayor competencia entre compañías y para afrontarla es fundamental reducir brechas de productividad, incorporando tecnología, innovación y conocimiento en los productos, así como impulsar mejoras en la gestión. Una adecuada gestión de las mypes y pymes conlleva a su integración con las cadenas globales de valor, obligando a estas empresas a modificar sus procesos para aprovechar las oportunidades que ofrecen mercados más competitivos (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2013).

En la actualidad la gestión logística y competitividad corporativa son fuertemente relevantes en el ámbito empresarial de las mypes y pymes, ya que impulsan el crecimiento y desarrollo para mejorar su rentabilidad y seguir inmersos en el mercado. Su correcta administración consiente que las compañías hagan hincapié en desarrollar los procesos originando ventajas competitivas. La relación de estas variables en la industria farmacéutica es esencial, de ello depende la satisfacción del cliente y, por ende, la capacidad de generar

mayores ventas. Si se gestiona correctamente el proceso logístico, la competitividad corporativa incrementará, debido a que ayuda a reducir costos, y mejora el servicio al cliente, determinando un alto índice de competitividad en el aspecto empresarial.

La gestión logística y la competitividad en conjunto suscitan el éxito en las boticas, debido a la naturaleza de la actividad comercial, situar los productos en el momento y lugar adecuados dependen de un proceso logístico desarrollado eficazmente. La industria farmacéutica se ha visto favorecida con el enorme avance en el campo científico y tecnológico. Puesto que estos progresos forjan un incremento en el descubrimiento y desarrollo de productos farmacéuticos innovadores. Asimismo, permite que las empresas provoquen diferenciación en la gestión de procesos y consecuentemente, se vuelvan entidades competitivas dentro de la industria farmacéutica. Sin embargo, según Cano y Orue (2013) la apertura de diversos mercados y la globalización de las cadenas de suministro demandan diversos cambios estructurales en los que la logística juega un papel estratégico y que presentemente, los clientes estiman la calidad del producto, el valor agregado y la disponibilidad en tiempo y forma, de ahí la necesidad de hacer eficientes los procesos (p.181).

Según el Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP, 1962) la apreciación de los mercados a nivel internacional hace que sea más arduo para las compañías satisfacer los requerimientos de los consumidores, así como de los usuarios de bienes y servicios mercantilizados en un entorno global de la economía de negocios. Es por ello, que se especifica a la gestión logística óptima para la ejecución de la cadena de abastecimiento de suministros, desde el punto de inicio hasta el punto de consumo, satisfaciendo las exigencias del cliente.

Según el Banco Mundial (BM, 2012) los avances en el desempeño de la logística en el ámbito comercial disminuyeron en los últimos años; sin embargo, los países que llevan a cabo reformas agresivas en cuestión de logística comercial continúan con la mejora en su ejercicio. Adicionalmente, según el BM (2016) Alemania, Holanda y Singapur son tres significativos líderes en gestión logística debido a un continuo desarrollo e impulso en la innovación para la competitividad, estimando que, en el 2016, Europa consolidaba a las empresas más sobresalientes en eficiencia logística. Por otra parte, en las naciones emergentes se destaca a Chile. El desempeño de la logística no se delimita por el nivel de ingreso per cápita, ya que gran cantidad de países pertenecientes a distintos grupos de ingreso han alcanzado mejores resultados que sus pares. En oposición, las corporaciones que no tienen una eficiente gestión de la logística están sujetas a esfumarse, debido a que serán compañías no competitivas y tendrán altos índices de riesgos dentro de sus procesos.

Por otro lado, según la Pontificia Universidad Católica del Perú (2019), el Perú bajo la presión que representa la gestión logística mediante la venta online, ocasiona que varios retailers que automatizan sus centros de distribución a través de fajas transportadoras, sistemas de pick to light, put to light y put-walls e introducen chatbots que responden a los clientes sobre sus pedidos en las páginas webs. Asimismo, implementan ciertas tecnologías que facilitan el ruteo y trackeo para rastrear la trayectoria del producto y mantener al cliente informado en qué lugar y momento se encuentra su pedido (p. 8).

Desde otro punto de vista, los procesos de la gestión logística de inventarios que poseen sistemas de control bien implementados, provocan que dicha área se vuelva más productiva en la organización, desde la perspectiva del control de recursos y materiales; por lo que, al efectuar una serie de políticas se impide pérdidas por errores y se proporciona seguridad en la empresa

(Ramírez, 2016, p.5). La logística determina las principales causas que originan ciertas dificultades en el área de almacenes de una organización, y para esto se hace hincapié en identificar las oportunidades de progreso que accedan a desarrollar propuestas para perfeccionar la gestión de almacenes (Balboa y Llave, 2018, p.30).

Referente a la competitividad se contiene en 4.80 puntos sobre 10 (nivel óptimo); ello indica que apenas el 41% declara tener una cadena de suministros automatizada, mientras que sólo la mitad considera que el manejo de su cadena en función a la demanda es eficaz. Sin embargo, no todas las empresas han recorrido el mismo camino, un grupo de competidores saca una clara ventaja, estas empresas han invertido anticipadamente en la automatización de sus procesos logísticos y en la formación del personal que se encargará de gestionarlos; por lo que, el 30% de las sociedades peruanas tienen cadenas de suministros competitivas, mientras tanto el 10 % de los organismos locales se hallan en proceso de aprendizaje, el 35% son primarios, es decir, empresas con bajo nivel de automatización y una reducida eficacia en la gestión de cadenas de suministros y por último, el 25% son los pragmáticos, aquellas que a pesar de tener niveles bajos de automatización logran ser eficaces en el manejo de su cadena de suministros. Esto simboliza que la importancia de la gestión logística en el país se encuentra en mejora y con mucho por transitar, ya que las empresas que han efectuado modelos logísticos eficientes sobresalen competitivamente frente a las otras (Peralta, 2015).

Posteriormente, en una organización es necesario el perfeccionamiento de indicadores de gestión logística, así como encaminar decisiones para mejorarlos firmemente, con la finalidad de utilizar la información de manera pertinente y tomar decisiones, optimizando los procesos y los resultados alcanzados (Gómez, 2018, p.11). La correcta gestión logística colabora esencialmente a los objetivos estratégicos de una organización, para sobrellevar las necesidades

de distribución de los canales de venta es imperativo cambiar el conocimiento con el que opera la cadena de suministro; por lo que, se requiere lograr un nivel de atención y servicio a clientes destacados como un pilar clave en la oferta de valor de cualquier organización, también la cadena de suministro debe estar alineada para cumplir su parte dentro de este objetivo. Igualmente, la gestión logística es de suma importancia para las organizaciones, porque no consta solo tener una gran cartera de productos o una fuerza de ventas exitosa, si no se pone la atención requerida y los recursos suficientes (Urday y Cebreros, 2017, pp.21-23).

Con respecto a las normas que regulan las variables mencionadas, según el Decreto Supremo N° 345-2018-EF de la Competitividad y Productividad (2018) establece en sus artículos que es necesario el desarrollo de las políticas del estado en materia de la logística, competitividad y productividad en el Perú, también se menciona que en base a este tema todas las entidades de los diferentes poderes del Estado son de cumplimiento obligatorio. Asimismo, en el plan nacional se desarrollan ciertos objetivos y lineamientos precisando metas, indicadores, acciones, plazos, y organizaciones responsables para su implementación, estas son de carácter indispensable para el sector privado y la sociedad civil. Sin embargo, el consejo nacional de competitividad y formalización, conduce la política nacional de la logística, donde las entidades del Estado que se encuentran dentro del ámbito de aplicación tienen a su cargo la implementación y ejecución de la misma.

Por otro lado, existen reglas que también regulan la cadena de suministros en base a la gestión logística, son las normas ISO 28000, que permiten a la gestión logística tener un marco de buenas prácticas para reducir los riesgos de las personas y las cargas ante importantes decisiones emprendidas en el sector privado; además, destaca la iniciativa de Business Alliance for Secure Commerce y las certificaciones de calidad y seguridad; por lo que, tiene un modelo

de carácter transversal que promueve las excelentes habilidades en la auditoria de riesgos (CEPAL, 2011).

Por otra parte, la norma a emplear con respecto a la competitividad, es la ISO 14001, hace énfasis en evitar impactos negativos debido a la explotación de recursos por parte del ser humano que afectan la estabilidad del medio ambiente. Además, dicha norma implanta un sistema de gestión ambiental que asegura el cuidado del entorno y genera grandes oportunidades de inversión para las empresas. La competitividad es el factor que caracteriza a la industria farmacéutica; es por ello, que la logística se ha convertido en un mecanismo primordial para operar eficientemente los niveles de stock y reducir los costos en el proceso de almacenamiento, así como en las etapas de transporte y distribución. La logística farmacéutica abarca el control de considerables procesos y variables complejas (NG Logística, 2008).

En Cajamarca, la importancia de la gestión logística influye en la rentabilidad de las organizaciones; por lo que, logran mayor utilidad y competitividad en un mercado en el que los clientes cada vez que superan sus expectativas son más exigentes (Leiva y Marín, 2017). Por otro lado, la gestión logística tiene incidencia en la disminución de costos logísticos; por consecuente, la adaptación de procesos en los avances tecnológicos permite excluir métodos repetitivos en la incrementación de la productividad dirigiéndose hacia la competitividad de una manera trascendente para las empresas en la actualidad (Faichin, 2018).

En el sector farmacéutico cajamarquino se evalúan dificultades con respecto a los stocks disponibles para el despacho de medicinas al público, y se enfatiza si es que existe una incorrecta gestión de la logística en sus procesos. Asimismo, las boticas tienen la finalidad de efectuar un eminente servicio en el mercado y su disposición para que estas ayuden a advertir y custodiar la

salud de las personas. Sin embargo, realmente no son competitivas si no que aprovechan al máximo cada uno de sus incrementos administrativos. A nivel local este estudio trata de investigar las posibles deficiencias en Boticas Marifarma con respecto a la gestión logística, ya que esto podría provocar que sea menos competitiva en el ámbito empresarial. Por lo tanto, la cadena logística es un proceso riguroso, y es preciso ahondar si en Boticas Marifarma se cumple con lo necesario y de ser así, estas ventajas ocasionarán un eficaz funcionamiento dentro del área de la organización.

Para la sustentación de la presente investigación entre gestión logística y competitividad corporativa se efectúan investigaciones previas; por lo que a continuación se presentan los antecedentes a nivel internacional.

Navarrete (2014) en la investigación titulada “*Logística y aprovisionamiento para una red de farmacia*”, de la Universidad de Guayaquil en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, una investigación de tipo correlacional, no experimental transversal, tiene como objetivo detallar los procedimientos a seguir para optimizar la capacidad instalada, así como un manejo técnico y eficiente del inventario de la organización, lo que permitirá la reducción de sus costos de venta, y una óptima capacidad instalada. La obligación de atender a los clientes que soliciten servicios dé forma ágil y oportuna con costos de ventas no muy elevados. En los resultados de la actual indagación se identifica que existe una relación entre la logística y aprovisionamiento, las cuales son importantes para una red farmacia. Por lo que, el autor concluye que una red de farmacia presenta un alto grado de correlación para las dimensiones establecidas según el coeficiente de Spearman, estadístico facilita inferir una relación directa positiva que presume cuánto mientras mayor sea la logística, el aprovisionamiento será susceptible a aumentar.

Brasales (2018) en la investigación titulada *“La gestión logística y la competitividad en el sector Florícola”* de la Universidad Técnica de Ambato en la ciudad de Ambato, Ecuador, una investigación de tipo exploratoria, descriptiva y correlacional. Tiene como objetivo determinar la importancia de un Modelo de Gestión Logística para mejorar la competitividad de la Empresa Hispanoroses Cía. Ltda., menciona que se debe estar alerta a los cambios que exigen los mercados para ser competitivos ante los rivales existentes, para ello se debe disponer de información oportuna y precisa que permita llevar a cabo una gestión logística y una toma de decisiones correctas; posteriormente, dice que para elevar la competitividad se debe brindar productos y servicios innovadores que se diferencien de los demás. Como resultados se obtienen que el Modelo de Gestión Logística tiene relevancia significativa en la competitividad empresarial del sector Florícola. El autor concluye que la gestión logística adecuada mejorará la competitividad en el sector Florícola, según la prueba de Wilcoxon, con una significación asíntota menor a 0,05.

Murillo (2018) en la investigación titulada *“La gestión logística y la competitividad en las empresas ferreteras de la provincia de Tungurahua”* de la Universidad Técnica de Ambato en la ciudad de Ambato, Ecuador, una investigación de tipo correlacional, descriptiva y transversal. Tiene como objetivo establecer la relación existente entre la gestión logística y la competitividad en organizaciones dedicadas a la comercialización de insumos de construcción en la provincia de Tungurahua, menciona que la función logística cobra relevancia, ya que actúa como factor diferenciador competitivo de satisfacción del cliente, así las empresas compiten como cadenas de suministros integradas dejando de lado la estructura autónoma. Como resultados obtenidos se identifica que el desempeño actual que posee la Gestión Logística es un factor clave en la cadena de abastecimiento que añade valor al cliente y genera la disponibilidad

del producto y la satisfacción del cliente. El autor concluye que en las empresas de comercialización ferretera en la ciudad de Ambato presentan un alto grado de correlación, según el coeficiente de Pearson, en que el 91.95 de la variación en la competitividad empresarial se debe a la Gestión Logística ($R=0.919$) p valor <0.05 . evidencia una coherencia directa positiva que supone donde mayor sea la implementación logística, la competitividad será susceptible a extenderse.

Seguidamente, se presentan los antecedentes a nivel nacional.

Espíritu (2015) en el estudio titulado *“Logística de inventarios y su incidencia en las ventas de la Botica “24 horas” de la provincia de Ambo – 2013”* de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán en ciudad de Ambo, Perú, una indagación de tipo correlacional, no experimental, transaccional, tiene como objetivo definir la incidencia de la logística de inventarios en las ventas de la Botica “24 Horas”. Indica que en la actualidad los constantes cambios que se producen en el contexto empresarial provocan la implementación de herramientas y técnicas en las Pymes, lo que implica el procesamiento de pedidos, inventarios y transporte, donde hay dos objetivos: mantener un nivel de los productos que esté acorde a la demanda y mantener un nivel de productos adecuado a los costos más bajos. El resultado que se alcanza es que los colaboradores ostentan que el manejo de inventarios que realiza la organización no es la adecuada puesto que no son tomados en consideración en la adaptación de planes en la toma de decisiones, ambiente que menosprecia a los nuevos paradigmas de la competencia y al cliente. El autor al finalizar alude que la logística de inventarios tiene una evolución significativa en innovación y en toma de decisiones orientados a los resultados del uso de inventarios, debido a que los sistemas logísticos repercuten significativamente en las ventas.

Benavides y Paredes (2016) en la investigación titulada *“El soporte logístico y su relación con la competitividad internacional de las empresas exportadoras en la provincia de San Martín, 2016”* de la Universidad Nacional de San Martín en la ciudad de Tarapoto, Perú, una indagación de tipo aplicada correlacional no experimental. Asimismo, posee el objetivo de estipular la concordancia entre el soporte logístico y la competitividad internacional en las organizaciones exportadoras. Mencionan que en la actualidad es trascendental que exista un soporte logístico dentro de los almacenes de una organización, puesto que establece correctamente el costo de venta de los productos vendidos permitiendo alcanzar la competitividad en el mercado. Con respecto a los resultados se alcanza presumir que la inserción en el mercado internacional de las compañías grandes es debido a la firme búsqueda de nuevos mercados y decisión propia de las empresas. Los autores al finalizar indican que, si existe una relación directa sólida entre el soporte logístico y la competitividad mundial, mediante el coeficiente de Pearson.

Campos (2017) en la investigación titulada *“Logística de Entrada y la Competitividad de las Mypes Gastronómicas de San Juan De Lurigancho, 2016”* de la Universidad César Vallejo de Lima, Perú, una investigación de tipo aplicada, nivel de investigación correlacional y diseño de investigación no experimental, donde tiene como objetivo establecer estrategias que permitan promover la logística y competitividad en las que se propongan habilidades genéricas a través de actividades para lograr el propósito; como un buen producto y servicio para el cliente. Los resultados del estudio establecen que las industrias extiendan su participación en el mercado en el que el precio, la calidad y las oportunidades cada vez son mejores ante la competencia; lo que demanda la gestión de ventajas competitivas, así como actividades y habilidades en las que se destacan algunas variables que obtienen el papel de indicadores en favor de mayor adaptación

continúa en las sociedades. El autor al concluir, menciona que si existe relación positiva moderada entre las variables logística de entrada y competitividad de las mypes del sector gastronómico.

Adrianzen, Flores, y Donayre (2018) en la investigación titulada “*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*” de la Universidad Nacional de Ucayali en la ciudad de Pucallpa, Perú, una investigación cuantitativa, con diseño no experimental y transversal explicativa causal. Tiene como finalidad fijar la relación que existe entre la gestión logística y la competitividad en las pymes del sector construcción. Mencionan que la logística se encarga de la gestión del flujo de materiales e indagación a lo largo del transcurso de la creación de valor: aprovisionamiento, producción y distribución. De esta forma, gestiona un grupo de acciones que tienen lugar en la empresa con el propósito de brindar valor al cliente mediante la innovación de factores productivos. Los resultados indican que la gestión logística en las pymes si influye en la competitividad como eje de desarrollo empresarial. Los autores concluyen que si hay relación relevante entre las variables Gestión logística y la Competitividad en las Pymes del sector Construcción Importadoras de maquinarias, dado a los resultados en el valor “p” asociado de 0.029 es inferior a 0.05, es decir, la prueba de Rho de Spearman si es significativa.

Mejía (2019) en la investigación titulada “*Logística internacional y la competitividad en la Cadena de supermercados Mayorsa S.A, Cercado de Lima, 2019*” de la Universidad César Vallejo en la ciudad del Callao, Perú, un estudio de tipo deductivo con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal, tipo básica aplicada y de nivel descriptiva correlacional, tiene como objetivo saber cuáles son las necesidades que poseen las compañías para conseguir

un servicio sobre la logística internacional y competitividad; asimismo, estar al tanto del componente fundamental que instituya la decisión de inspeccionar dicho servicio. Refleja que la logística toma un rol notable en las operaciones de transferencia de mercadería, ya que la finalidad es reducir el tiempo, gastos, con el propósito de satisfacer los requerimientos de los clientes y elevar la competitividad en el mercado. En los resultados se demuestra que en un mercado donde existe mucha competencia, las empresas tienden a crear una ventaja competitiva y sostenible con el propósito de agrandar su posición en el mercado. El autor concluye que el componente primordial es la calidad de servicio que brinda la organización hacia los clientes, por ello se debe desarrollar planes en el área logística. En esta investigación se determina que hay una relación entre variables con un coeficiente de correlación de Spearman el cual proporciona un resultado de 0.720 y un valor significativo de 0.000, aprobando la hipótesis.

A continuación, se presentan los antecedentes a nivel local.

Valera (2016) en la investigación titulada *“Relación de la gestión logística con el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de productos lácteos La Marquesita, Cajamarca 2016”* de la Universidad Privada del Norte en la ciudad de Cajamarca, Perú, una indagación de tipo correlacional, descriptiva y transversal, tiene como objetivo estipular la relación de la gestión logística con el nivel de satisfacción en la compañía de productos lácteos La Marquesita, Cajamarca 2016. Enuncia que la falta de stock en almacén origina una incompleta proyección de ventas y falta de comunicación con los distribuidores, lo que ocasiona falencias en la cadena de suministros y como consecuencia, la incomodidad en los clientes. Como resultados de la investigación se alcanza la correlación con la prueba Pearson, donde se obtiene un resultado superior a 0 (cero) para la variable gestión logística, su estimación es alta y se relaciona

directamente con la satisfacción del cliente. El autor al finalizar menciona que la relación entre variables es directa, y que a mayor gestión logística mayor es la satisfacción del cliente.

Cabrera y Vásquez (2018) en la investigación titulada “*Relación de la gestión logística con el proceso de compras en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento de Cajamarca S.A. en el año 2015*” de la Universidad Privada del Norte en la ciudad de Cajamarca, Perú, una investigación de tipo descriptiva, transversal y no experimental, tiene como objetivo fijar la relación existente entre la gestión logística y el proceso de compras en la empresa. Enuncia que los procesos de compra y la comunicación con los proveedores se ve perjudicada, debido a la demora de emisión de las órdenes de compras; por lo que, se toman medidas correctivas en la agilización de procedimientos de la gestión logística. El resultado del estudio refleja el nivel de efectividad con el que se ejecuta la dimensión de determinación estándar; por lo que, el 50% de las veces no se cumple. Los autores concluyen que, si no se efectúa la determinación estándar en el proceso de adquisiciones, este último es defectuoso y por ende conmueve en parte a la efectividad de la gestión logística.

En relación a la primera variable de la investigación, “Gestión Logística”, según Ballou (2004), indica que la teoría introduce el concepto de la logística integral y la importancia de su gestión, por ello, menciona que los negocios son un campo respectivamente nuevo de estudio integrado de la administración si se hace una comparación con los usuales campos de las finanzas, el marketing y la productividad, es por ello, que las personas han llevado ciertas actividades de logística durante mucho tiempo y es así que las organizaciones se han ocupado consecutivamente de las actividades de movimiento y almacenamiento de una manera eficiente con respecto a bienes y servicios (p. 3).

Por otro lado, gracias a diversos estudios se posee una incidencia constante en temática de la evolución y un desempeño competitivo en la organización bajo un enfoque en la estrategia de gestión logística general, surge en diferentes áreas de interés académico y comercial, haciendo énfasis en la necesidad de ahondar conocimientos en la adecuada administración de la cadena de suministros en presencia de un escenario globalizado y sumamente competitivo en el cual se proyectan importantes retos en la empresa al transcurrir el tiempo.

La teoría de la gestión logística hace énfasis en las dimensiones; estrategia logística, efectividad de coordinación logística y compromiso de servicio al cliente, que aborda la importancia de la estrategia que se adapta a un enfoque de mercado como medio para añadir valor al cliente durante la toma de decisiones logísticas sobre la cadena de suministros es así, que diversos indagadores hacen énfasis en el estudio de las dimensiones mencionadas. Con respecto a las dimensiones de la gestión logística (Murillo, 2018; Spillan, Mintu y Kara, 2018) las definieron de la siguiente manera.

La *estrategia logística* se convierte en una de las bases fundamentales en el enfoque global de la empresa, ya que adopta una orientación acerca de añadir valor al cliente en el mercado respecto a la toma de decisiones logísticas sobre la cadena de suministros. Sin embargo, se establece como primera habilidad específica de gestión logística donde tiene por objetivo diligenciar los flujos materiales con la intención de alcanzar control sobre las actividades que otorguen generadores de costos. Seguidamente, se puntualiza en el mercado con el motivo de reducir confusiones que afrontan los clientes en la adquisición de productos y servicios, por otra parte, esta estrategia facilita un único punto de contacto para los clientes donde se adquieren diferentes productos de diversas divisiones o instalaciones de la misma empresa. Posteriormente, hace referencia a la concertación de flujos de información; por lo que facilita la

contribución y coordinación entre los diferentes miembros del canal, a través de que la empresa decide realizar un intercambio de información interna y externa.

La *efectividad de coordinación logística* genera mejores prácticas laborales entre las áreas de la empresa y una formación con la proyección estratégica, donde es ineludible recalcar que en un 25.4% esta dimensión demuestra un grado de dificultad que enfrentan hoy en día algunas empresas para su total aplicación al tener barreras y jerarquías que impiden una coordinación armónica ante complejas disposiciones que se presentan en las empresas. Sin embargo, el objetivo principal en esta dimensión es la planificación y gestión de todas las operaciones que están directamente relacionadas con el flujo de materias primas y productos terminados, desde su origen hasta el consumidor final. Esta dimensión permite que la efectividad de la logística abarque el hecho de ser eficientes y eficaces, actualmente es importante en toda actividad de una empresa, esto concibe que cualquier esfuerzo dentro del ámbito laboral tenga sentido, siempre y cuando éste haya sido planificado de manera positiva.

El *compromiso del servicio al cliente* es uno de los atributos multifuncionales de la gestión logística los cuales añaden valor al cliente y deben estar intrínsecamente inmersos en la estrategia global de negocio, donde se considera un vínculo hacia el cliente y el proveedor. De esta manera, es un proceso que crea rendimientos al añadir diversos aspectos de la calidad de contacto del personal. Asimismo, es una dimensión importante en cuanto a la flexibilidad activa, por ello, se refiere a la medida en que una compañía puede apropiarse de una forma rápida y positiva a los diversos cambios que el cliente quiere y también generar perspectivas valiosas. Además, esta dimensión añade un elemento único de valor, el cual representa acciones estratégicas y un sistema de toma de decisiones que admiten a las empresas ampliar las operaciones logísticas para interponerse como una fuerza de mercado decisivo. De este modo,

la variable Gestión Logística debe tener una fuerte disposición de servicio al cliente, por ende, el diseño de las cadenas de suministros se ejecutará hacia las necesidades definidas de los consumidores.

Adicionalmente en el caso de la *estrategia logística* según Meade y Sarkis (1998) es una tendencia de relevancia significativa a las empresas ya que está encaminada a alcanzar eficiencia al tramitar los flujos de materiales e información para obtener el control sobre actividades generadoras de costos en un mercado saturado que requiere enfatizar la verificación de costos y ampliar el poder de negociación con la existencia de proveedores estratégicos a un largo plazo en los que se desarrolla una relación y se logra presencia dentro del mercado.

Referente a la segunda variable de la investigación, la “Competitividad Corporativa” se fundamenta en las siguientes bases teóricas. Según Porter (2008), considerado el padre de la estrategia empresarial competitiva moderna, enuncia que la competitividad es la capacidad de una organización para producir y comercializar diversos productos en mejores condiciones de costo y calidad, donde la empresa mediante sus decisiones puede tratar de constituir ciertas reglas de juego en áreas, como son las políticas de productos y estrategia de precios (pp. 240-241). La competitividad corporativa en una organización se encadena a su habilidad para sostener un aumento firme en relación a la capacidad de diseñar, producir y comercializar bienes y servicios. Prevalciendo en las tendencias de un producto, el progreso científico y tecnológico (Porter, 1991, p. 11).

El estudio de la competitividad corporativa estima la eficiencia competitiva de pequeñas y medianas organizaciones y que, a partir de bases teóricas de enfoques instaurados en recursos, se plantea el control de un conjunto de sociedades en base a hallazgos de índices de progresos.

A su vez, se hace hincapié en técnicas y estrategias que favorecen la toma de decisiones a nivel empresarial, las cuales colaboran con el diseño de tácticas orientadas a la asignación de recursos y capacidades. Por consiguiente, dicha teoría ha evolucionado a lo largo del tiempo, ya que existen diferentes avances en el desarrollo empresarial, donde se identifican diversos alcances, como perfeccionamientos de controles y rendimiento sobre el capital invertido a través de la creación de ciertas estrategias en el ámbito empresarial.

Debido a diversos factores relacionados en el mundo empresarial, la competitividad corporativa se basa en aspectos de orden teórico donde se analiza diferentes recapitulaciones existentes que ayudan a fijar la competencia de las empresas para enfrentarse al mundo de la internacionalización, es así que hoy en día los estudios advierten que para que una compañía sea competitiva requiere instaurar, desarrollar y perfeccionar métodos adecuados, así como, planificar, organizar, dirigir y controlar, para conseguir altos niveles de satisfacción entre los individuos. A continuación, la teoría de la competitividad corporativa hace énfasis en la dimensión; competitividad de la división (Murillo, 2018; Spillan, Mintu y Kara, 2018).

La *competitividad de la división* posee una capacidad de respuesta eficaz en cuanto a necesidades y ofertas en comparación a los competidores de productos y servicios, ya que esta dimensión surge como respuesta sistemática de estrategias generadoras. Asimismo, tiene como objetivo lograr un efecto rápido de respuesta ante diferentes grupos de interés de la empresa; como son los competidores, proveedores y clientes. Además de responder eficazmente a la comercialización de los productos para generar ventajas competitivas.

La presente investigación permite extender los conocimientos en esta rama del estudio, complementando las indagaciones actuales referentes al tema, el avance de este estudio ayuda a la ejecución de averiguaciones a futuro enfocadas al impulso y progreso empresarial.

1.2. Formulación del problema

Problema General

PG: ¿Qué relación existe entre la gestión logística y la competitividad corporativa de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca 2021?

Problema específico

P1: ¿Qué relación existe entre la gestión logística y la competitividad de la división de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021?

1.3. Objetivos

Objetivo General

OG: Determinar la relación que existe entre la gestión logística y competitividad corporativa de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021.

Objetivo específico

O1: Determinar la relación que existe entre la gestión logística y la competitividad de la división de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021.

Hipótesis

Hipótesis General

H1. Existe una relación directa y significativa entre la gestión logística y competitividad corporativa de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021.

Hipótesis específica

He1: Existe una relación directa entre la gestión logística y la competitividad de la división de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021.

La situación específica que lleva a cabo la realización del estudio en la empresa Boticas Marifarma es con la finalidad de una correcta y eficiente relación entre la logística y la competitividad corporativa, se evalúa si las boticas en Cajamarca requieren de un adecuado proceso logístico y si desarrollan una competitividad con eficiencia. Con respecto a la primera variable se apunta a lograr que la empresa disponga de los productos en el tiempo y lugar requeridos, haciendo hincapié en la estrategia logística, efectividad de coordinación logística, y el compromiso de servicio al cliente; de esta manera, el cliente cumplirá con sus necesidades y se sentirá satisfecho; por lo que, volverá a recurrir a los servicios brindados por Boticas Marifarma; por ende, la empresa podrá fidelizar a este cliente, el cual solicitará nuevamente la

adquisición del producto. Un funcionamiento apropiado y una correcta administración del proceso logístico, eleva la competitividad de la empresa que se ve influida por la competitividad de la división. Por lo mencionado, se estudia la relación directa y significativa de estas variables, ya que si la gestión logística se lleva a cabo correctamente permitirá que la competitividad se eleve considerablemente, permitiendo generar una diferenciación de Marifarma en la industria farmacéutica.

De esta forma, la gestión logística de la organización ayuda a satisfacer la demanda de mejores condiciones de servicios, calidad y costos, ocasionando una ventaja competitiva, que permite agrandar el beneficio de la empresa. Igualmente, los procesos de comunicación entre todas las áreas de la compañía y los clientes se ven mejorados, a fin de asegurar la coordinación óptima de la entrega de los productos en tiempo y forma, permitiendo agrandar la participación en el mercado y mantener satisfechos a los clientes, creando mayores oportunidades. La empresa también proporciona un beneficio social, el cual se basa en generar servicios y productos de alta calidad a la comunidad cajamarquina, de este modo, Boticas Marifarma facilita medicinas legales y confiables a la población, quienes depositan su entera confianza en la empresa, generando fidelización con la misma.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Para el recojo de la información en el presente estudio se trabajó con información no experimental, se empleó el instrumento elaborado y validado por McGinnis, M.A., Kohn, J.W. and Spillan, J.E. (2010), “A longitudinal study of logistics strategy: 1990-2008” y a su vez fue adaptado por Spillan, Wimsatt y Kara (2018) en la tesis titulada “Role of logistics strategy, coordination and customer service commitment on Chinese manufacturins firm competitiveness”, en el que se establecieron dimensiones para cada variable de estudio, Gestión Logística y Competitividad Corporativa, dicho cuestionario fue sustento de las variables del tema de investigación. El instrumento se adjuntó en el Anexo 3 y la validación en el Anexo 4.

La presente investigación, de tipo básica se caracterizó por representar un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un problema, sin explicar el porqué. Asimismo, la metodología se llevó a cabo en base a los conceptos desarrollados por (Hernández et al., 2014). Además, se consideró el enfoque cuantitativo, caracterizado por representar un conjunto de procesos, secuenciales y probatorios. Cada etapa procedió a la siguiente; por lo que, no se pudieron eludir pasos por su orden riguroso. Una vez delimitada la idea, se derivaron objetivos y preguntas de investigación, de allí, se construyó el marco teórico. De las preguntas se establecieron hipótesis y determinaron variables, se utilizó la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación; se midieron las variables en un determinado contexto, se analizaron las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos y se realizaron conclusiones.

En la investigación se trabajó con el diseño no experimental, es decir, que se realizó sin manipular deliberadamente las variables. Se observaron fenómenos tal y como se dieron en el contexto natural para su posterior análisis. Las variables independientes ocurrieron y no fue posible manipularlas, no se tuvo el control directo sobre dichas variables ni se pudo influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. Por otro lado, el diseño no experimental se basó en categorías, conceptos, variables, sucesos, contextos que se dieron sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador alterara el objeto de investigación.

La estrategia utilizada en la investigación fue de alcance descriptivo correlacional, tuvo como finalidad conocer la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular, en el presente caso, se analizó la relación entre dos variables. Para evaluar el grado de asociación entre las dos variables primero se midió cada una de estas, y después se cuantificaron, analizaron y establecieron vinculaciones, se sustentaron en hipótesis que fueron sometidas a prueba. Asimismo, se trató de averiguar de qué manera los cambios de una variable influyeron en los valores de otra variable.

Por otra parte, este tipo de investigación presentó diseños claros y fáciles de poner en práctica. Como primer aspecto, se planteó una hipótesis en la que se sospechó sobre la correlación entre dichas variables. También, conocida por ser el punto de partida en los modelos de retroceso. Una vez que se supo el grado de variación y la dirección de las variables comparadas, se generó un modelo explicativo.

La población fue definida como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Las poblaciones se situaron claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo. En el adjunto se trabajó con una población finita, ya que se conoce

el número concreto de los elementos que conformaron la tesis. La población que se consideró fueron los trabajadores de la empresa Marifarma, la cual está constituida por 19 trabajadores.

La muestra resultó a consecuencia de un subgrupo de la población, la misma debió ser representativa. La determinación de la muestra de la presente investigación, se tomó en base a distintos criterios de inclusión y exclusión. Los criterios de inclusión que se tuvieron en cuenta fueron que los trabajadores pertenecieran al área logística, administrativa y ventas. Los criterios de exclusión fueron no tomar en cuenta a aquellos trabajadores que trabajaran en el área médica y aquellos que laboraban como operarios de limpieza.

El tamaño de la muestra según los criterios de exclusión e inclusión fue de 16.

En esta investigación se alcanzaron conocimientos de lo frecuente a lo específico y viceversa; por lo que se aplicó el Método Inductivo- Deductivo. El método inductivo residió en un razonamiento que pasa de la observación de los fenómenos a una ley general para todos los fenómenos de una misma índole, es así, una generalización que condujo de los casos individuales a la ley general. El método deductivo empezó por las ideas generales y pasó a los casos particulares y, por lo tanto, no planteó un problema, la deducción implicó certidumbre y exactitud, en cambio la inducción involucró probabilidad. Asimismo, el método inductivo conllevó ejecutar búsquedas concretas; mientras que el método deductivo, consintió constituir un vínculo de alianza entre especulación e investigación, para ello se facilitó la deliberación a partir de heterogéneas teorías llevando a un proceso de aseveraciones generales y obteniendo aseveraciones específicas utilizando criterios de la lógica (Baena, 2017, p. 34).

Por otro lado, se aplicó el Método Hermenéutico, el cual tuvo orientación a la interpretación de textos escritos, e intentó poner al descubierto el sentido original de los textos

a través de un procedimiento muy selecto de corrección. Además, este método se introdujo en el argumento, la dinámica del individuo estudiado y los alcances adquiridos, luego de la interpretación del tema (Behar, 2008, p. 47).

Las técnicas alcanzaron un conjunto de procedimientos establecidos sistemáticamente que sitúan al investigador en penetrar en el conocimiento y proyectos de diferentes líneas de investigación (Maya, 2014, p. 4).

Según Ander (2011) las técnicas y procedimientos de recogida de datos e información estudiados destacaron por ser variados, cada uno de ellos presentó fortalezas y debilidades, así como con distintas categorías de complejidad en su aplicación y dependieron de la naturaleza de la investigación (p. 117).

Por lo tanto, las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos en esta investigación fueron la entrevista y la encuesta. En primer lugar, una entrevista focalizada dirigida al gerente general de Boticas Marifarma, la misma estableció una interacción comunicativa entre el entrevistador y permitió estandarizar e integrar el proceso de una forma ordenada en la recopilación de información con respecto al tema específico. Por otro lado, se aplicó una encuesta a los trabajadores de Boticas Marifarma, cuyo objetivo fue afirmar que los trabajadores sean libres de debatir o en todo caso hacer algunas correcciones de algunas hipótesis del investigador, ya que las interrogantes estuvieron plasmadas, para su posterior recuento y tabulación de datos.

Respecto al procedimiento en el presente estudio se utilizó la encuesta que constó de dos secciones; la primera buscó evaluar la Gestión Logística, con un total de 15 preguntas, definida a través de 3 dimensiones; 9 preguntas de la dimensión Estrategia logística (ESL) que constó de

tres indicadores, es decir, 3 preguntas de Proceso, 3 preguntas de Mercado y 3 preguntas de Información. Para la dimensión Efectividad coordinación de la logística (EFC), constó de 1 indicador, la Integración; por lo que, contó con 3 preguntas. Para la dimensión Compromiso de servicio al cliente (CSC) también contó con 1 indicador, la satisfacción al cliente; por lo que contó con 3 preguntas. La segunda sección buscó evaluar la competitividad corporativa con un total de 3 preguntas, ya que contó con una dimensión, la competitividad de la división (COMP). Las respuestas fueron medidas mediante la escala de Likert de cinco puntos, donde el 1 significó “Muy en desacuerdo” y 5 significó “Muy de acuerdo”, esto evaluó si los trabajadores poseían fuerte o débil conocimientos sobre la Gestión Logística y Competitividad Corporativa de la empresa Marifarma.

Tabla 1

Escala de medición de la encuesta

Escala valorativa	Respuesta
Muy de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

Con respecto a la validez y confiabilidad del instrumento, fue validado y adaptado previamente, dichas investigaciones arrojaron altos índices de fiabilidad en cada indicador. En el aporte de Murillo (2018) se mencionó que la elección fue realizada con objetividad del

instrumento propuesto por Spillan, Wimsatt, y Kara (2018) por ende fueron evaluados a través del coeficiente Alfa de Cronbach, siendo evidente que el instrumento dio lugar a la medición de las variables definidas en dichas investigaciones.

Tabla 2

Estadística de fiabilidad del Instrumento por Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,890	,879	18

Nota: Adaptado de Spillan, Wimsatt, & Kara (2018)

La validez del contenido se obtuvo a través de la técnica de juicio de expertos (Hernández et al., 2014) en donde se determinó la representatividad de los ítems contenidos en la encuesta en respecto a las variables susceptibles de medición, mediante esta técnica se evaluó; la claridad, objetividad, organización, suficiencia, intencionalidad, relación y metodología; a través de la opción de los expertos en el área de Gestión logística y competitividad. La evaluación fue efectiva y permitió la posterior aplicación del instrumento. Con respecto al proceso de recolección de datos, se formuló una encuesta de 20 preguntas utilizando el Google Forms, se la envió al asesor del curso para que haga la revisión respectiva y retroalimente el trabajo, luego de la aplicación de las mejoras el asesor revisó nuevamente y dio el visto bueno para la aplicación de la encuesta. Posteriormente, se procedió a dialogar con el gerente y trabajadores de Boticas Marifarma y se les envió la encuesta con anticipación para que no existan inconvenientes que retrasen la investigación. Se tuvo en cuenta la

confidencialidad de cada uno de los trabajadores, ya que no se les solicitó su nombre para mantener su privacidad. La encuesta se llevó a cabo para conocer la situación de los trabajadores en relación a su conocimiento sobre la gestión logística de la empresa, haciendo hincapié en el conocimiento que tienen los colaboradores sobre las dimensiones e indicadores del tema. Luego de las respuestas de los trabajadores y el gerente de Boticas Marifarma, se prosiguió a ordenar la información obtenida en el programa SPSS en su versión IBM 27, mediante los cuales se elaboraron tablas y figuras que representan los resultados finales de las variables y dimensiones del tema elegido. Finalmente, la elaboración del informe se llevó a cabo mediante la utilización del paquete Microsoft Office 2019.

Los aspectos éticos de esta investigación fueron diseñados y ejecutados de acuerdo al reglamento propuesto por la Universidad Privada del Norte, según los artículos que hacen mención al respeto, autonomía, veracidad y originalidad, entre otros artículos referentes a la resolución N° 104 – 2016 – UPN – SAC. Se tuvo el propósito de cumplir con todos los criterios establecidos, llevando a cabo una investigación única, auténtica, clara y transparente. Asimismo, esta investigación se basó en el método científico y siempre respetando todos los valores como la honestidad, honradez, que un investigador debe tener en cuenta, sin alterar datos reales. Dicha investigación se realizó con el consentimiento del Gerente de la empresa Marifarma, teniendo en cuenta ciertas condiciones que abarca el estudio, como la de velar por la buena reputación de la empresa sin levantar falsos y plasmar los resultados obtenidos en busca de realizar mejoras dentro de la gestión logística de la compañía. Desde el punto de vista de los investigadores, se hace hincapié que, para realizar una indagación de manera correcta, principalmente es esencial el respeto a las personas involucradas, la búsqueda del bien y de la justicia, de esta manera se

lograrán los máximos beneficios, reduciendo el mínimo daño de equivocación en el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Los resultados (tablas y figuras) presentados en este capítulo fueron obtenidos a partir de la aplicación de una encuesta sobre la Gestión Logística y Competitividad Corporativa (Anexo N° 3) siendo la muestra de 16 trabajadores de Boticas Marifarma de Asunción – Cajamarca, el recojo de datos fue a través de correo electrónico. Para la creación de la base de datos, visualización, tabulación y representaciones gráficas de datos obtenidos, se utilizó el programa estadístico SPSS Statistics 27.

Tabla 3

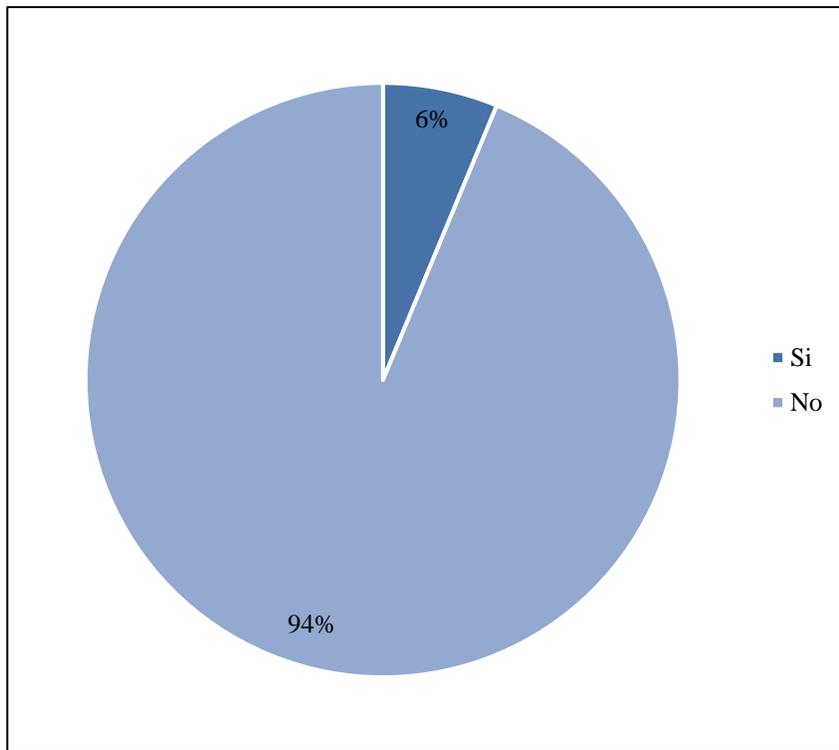
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en Boticas Marifarma?

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 6 meses	2	13%
6 meses	4	25%
1 año	5	31%
2 años	3	19%
3 años	2	13%
Total	16	100%

Según la Tabla 3, el 13% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma lleva trabajando “Menos de 6 meses”; por consiguiente, el 25% trabaja “6 meses” en la empresa, un 31% tiene “1 año” de antigüedad, un 19% trabaja “2 años” y finalmente el 13% de los trabajadores encuestados lleva trabajando “3 años” en Boticas Marifarma.

Figura 1

¿Ha recibido capacitaciones sobre la Gestión Logística en el último año?

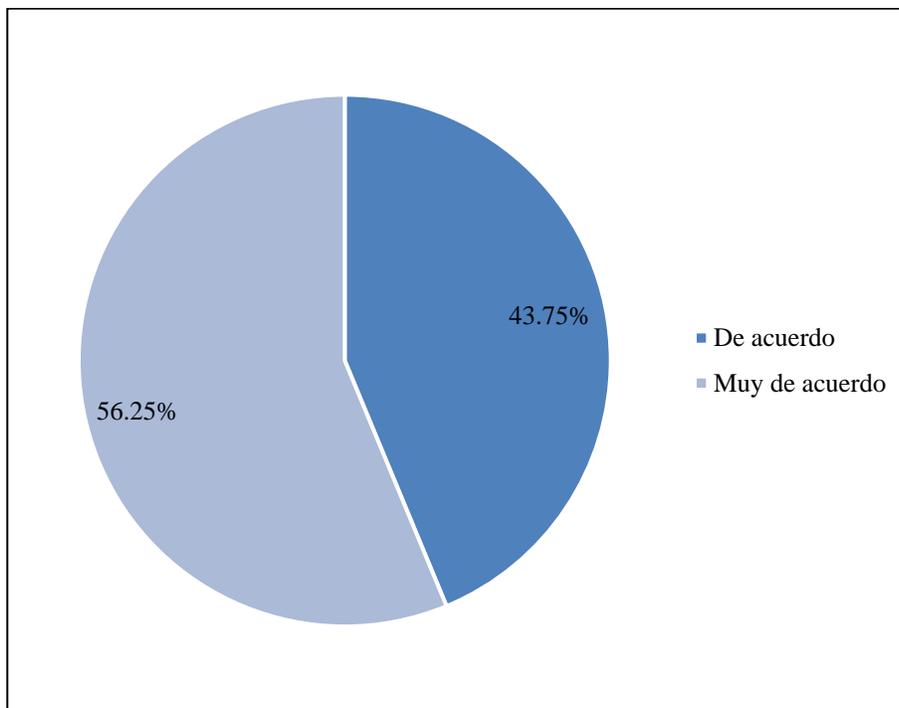


Según la Figura 1, el 94% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma no ha recibido capacitaciones sobre la Gestión Logística en el último año; sin embargo, un 6% si se ha capacitado sobre el tema en el último año.

Objetivo 1: Determinar la relación que existe entre la gestión logística y la competitividad de la división de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021.

Figura 2

En su empresa, la gestión hace hincapié en lograr su máxima eficiencia de compras y distribución. (1)



Según la Figura 2, el 43.75% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma respondieron que está "De acuerdo" que, en su empresa, la gestión hace hincapié en lograr su máxima eficiencia de compras y distribución. Sin embargo, el 56.25% de los encuestados respondieron que se encuentran "Muy de acuerdo".

Tabla 4

Un objetivo primario de la logística en su empresa es tomar el control de las actividades que dan lugar a costes de compra y distribución. (2)

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	6,3
De acuerdo	12	75,0
Muy de acuerdo	3	18,8
Total	16	100,0

Según la Tabla 4, el 6,3% de los trabajadores de Boticas Marifarma respondieron que se encuentran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con respecto a que el objetivo primario de la logística en su empresa es tomar el control de las actividades que dan lugar a costes de compra y distribución. Por otro lado, el 75% de los encuestados se encuentran “De acuerdo”. Por último, el 18.8% se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 5

En su empresa la logística facilita la aplicación de los conceptos de costes de inventario y adquisición de materiales justo a tiempo. (3)

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	6,3
De acuerdo	7	43,8
Muy de acuerdo	8	50,0
Total	16	100,0

Según la Tabla 5, el 6.3% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma se encuentra “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con respecto a que en su empresa la logística facilita la aplicación de los conceptos de costes de inventario y adquisición de materiales justo a tiempo.

El 43.8% de los encuestados se encuentra “De acuerdo”; finalmente, el 50% de los trabajadores de Boticas Marifarma afirma que se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 6

En su empresa la gestión hace hincapié en el logro de la distribución física coordinada a los clientes atendidos por varias unidades de negocio. (4)

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	6,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	18,8
De acuerdo	10	62,5
Muy de acuerdo	2	12,5
Total	16	100,0

Según la Tabla 6, el 6.3% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma se encuentra “Muy en desacuerdo” con respecto a que en su empresa la gestión hace hincapié en el logro de la distribución física coordinada a los clientes atendidos por varias unidades de negocio, seguido de un 18.8% que se encuentran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, un 62.5% dice que está “De acuerdo”; finalmente, un 12.5% de los encuestados afirma estar “Muy de acuerdo”.

Tabla 7

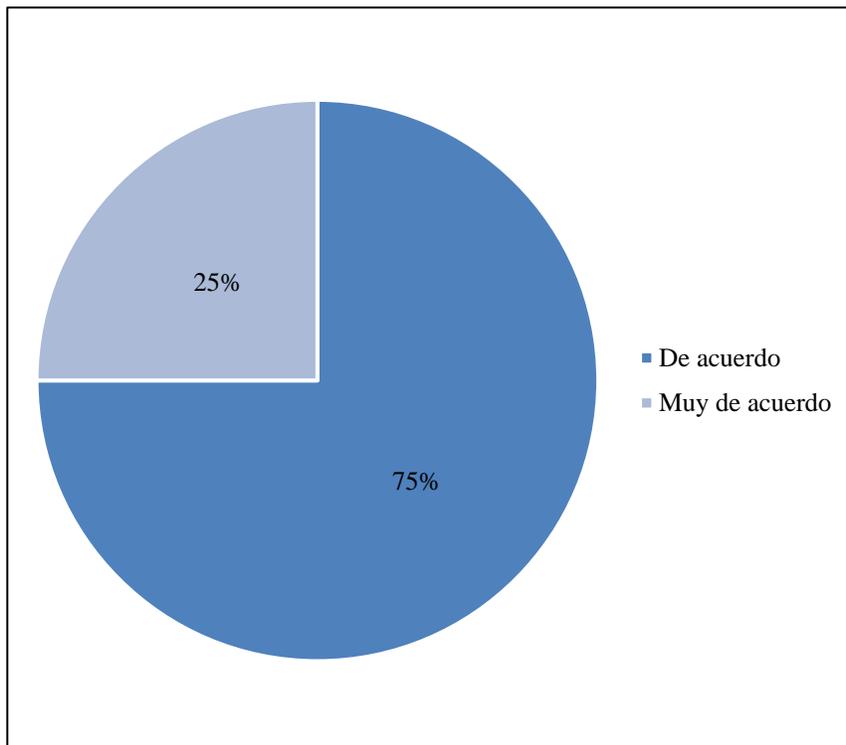
Un objetivo primario de la logística en su empresa es reducir la complejidad que enfrentan sus clientes al hacer negocios con ustedes. (5)

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	12,5
De acuerdo	9	56,3
Muy de acuerdo	5	31,3
Total	16	100,0

Según la Tabla 7, el 12.5% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma se encuentran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con que un objetivo primario de la logística en su empresa es reducir la complejidad que enfrentan sus clientes al hacer negocios con su empresa; por consiguiente, un 56.3% opina que se encuentra “De acuerdo” y por último un 31.3% afirma estar “Muy de acuerdo”.

Figura 3

En su empresa la logística facilita la coordinación de varias unidades de negocio con el fin de proporcionar un servicio competitivo al cliente. (6)



Según la Figura 3, el 25% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma se encuentran “De acuerdo” con respecto a que en su empresa la logística facilita la coordinación de varias

unidades de negocio con el fin de proporcionar un servicio competitivo al cliente; sin embargo, el 75% se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 8

En su empresa se hace hincapié en la gestión de la coordinación y el control de los miembros del canal (distribuidores y/o minoristas). (7)

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	6,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	12,5
De acuerdo	12	75,0
Muy de acuerdo	1	6,3
Total	16	100,0

Según la Tabla 8, el 6.3% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma se encuentran “En desacuerdo” con respecto a que en su empresa se hace hincapié en la gestión de la coordinación y el control de los miembros del canal (distribuidores y/o minoristas), un 12.5% opina estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; por consiguiente, un 75% de los encuestados afirma estar “De acuerdo” y por último el 6.3% se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 9

Un objetivo primario de la logística en su empresa es la gestión de los flujos de información y los niveles de inventario en todo canal de distribución. (8)

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	18,8
De acuerdo	11	68,8
Muy de acuerdo	2	12,5
Total	16	100,0

Según la Tabla 9, el 18.8% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma está “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con respecto a que un objetivo primario de la logística en su empresa es la gestión de los flujos de información y los niveles de inventario en todo canal de distribución, el 68.8% de los encuestados afirma estar “De acuerdo”; finalmente, el 12.5% se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 10

En su empresa la logística facilita la gestión de los flujos de información entre los miembros del canal (distribuidores y/o minoristas). (9)

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	6,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	37,5
De acuerdo	6	37,5
Muy de acuerdo	3	18,8
Total	16	100,0

Según la tabla 10, el 6.3% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma está “En desacuerdo” con respecto si en su empresa la logística facilita la gestión de los flujos de información entre los miembros del canal (distribuidores y/o minoristas), el 37.5% de los encuestados afirma estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; por consiguiente, el 37.5% opina estar “De acuerdo”, finalmente el 18.8% se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 11

La necesidad de una coordinación más estrecha con los proveedores, vendedores y otros miembros del canal ha fomentado mejores relaciones de trabajo entre áreas dentro de su empresa. (10)

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	6,3
De acuerdo	10	62,5
Muy de acuerdo	5	31,3
Total	16	100,0

Según la Tabla 11, el 6,3% de los trabajadores de Boticas Marifarma respondieron que se encuentran “Muy en desacuerdo” con respecto a la necesidad de una coordinación más estrecha con los proveedores, vendedores y otros miembros del canal ha fomentado mejores relaciones de trabajo entre áreas dentro de su empresa; por otro lado, el 62.5% de los encuestados se encuentran “De acuerdo”; por último, el 31.3% se encuentra “Muy de acuerdo”

Tabla 12

En su empresa, la planificación logística está bien coordinada con el proceso general de planificación estratégica. (11)

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	12,5
De acuerdo	12	75,0
Muy de acuerdo	2	12,5
Total	16	100,0

Según la Tabla 12, el 12.5% de los trabajadores de Boticas Marifarma respondieron que se encuentran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con respecto a que, en su empresa la planificación logística está bien coordinada con el proceso general de planificación estratégica; por otro lado, el 75% de los encuestados se encuentran “De acuerdo”; finalmente, el 12.5% se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 13

En su área, las actividades logísticas de la empresa se coordinan eficazmente con los clientes, proveedores y otros miembros del canal. (12)

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	12,5
De acuerdo	10	62,5
Muy de acuerdo	4	25,0
Total	16	100,0

Según la Tabla 13, el 12.5% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma se encuentra “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con respecto a que, en su área, las actividades logísticas de la empresa se coordinan eficazmente con los clientes, proveedores y otros miembros del canal; por consiguiente, un 62.5% opina que se encuentra “De acuerdo” y por último un 25% afirma estar “Muy de acuerdo”.

Tabla 14

El logro de mayores niveles de servicio al cliente se ha traducido en un mayor énfasis en el desarrollo y formación de los empleados. (13)

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	6,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	12,5
De acuerdo	9	56,3
Muy de acuerdo	4	25,0
Total	16	100,0

Según la tabla 14, el 6.3% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma está “En desacuerdo” con respecto si el logro de mayores niveles de servicio al cliente se ha traducido en un mayor énfasis en el desarrollo y formación de los empleados; el 12.5% de los encuestados afirma estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, por consiguiente, el 56.3% opina estar “De acuerdo”; por último, el 25% se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 15

La atención al cliente en su empresa se coordina eficazmente con otras actividades logísticas. (14)

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	6,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	12,5
De acuerdo	9	56,3
Muy de acuerdo	4	25,0
Total	16	100,0

Según la tabla 15, el 6.3% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma está “Muy en desacuerdo” con respecto a la atención al cliente en su empresa se coordina eficazmente con

otras actividades logísticas; el 12.5% de los encuestados afirma estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; por consiguiente, el 56.3% opina estar “De acuerdo”, finalmente, el 25% se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 16

El servicio al cliente que su empresa brinda le da una ventaja competitiva con respecto a su competencia. (15)

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	12,5
De acuerdo	8	50,0
Muy de acuerdo	6	37,5
Total	16	100,0

Según la Tabla 16, el 12.5% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma se encuentra “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” a que si el servicio al cliente que su empresa brinda le da una ventaja competitiva con respecto a su competencia.; por otro lado, un 50% opina que se encuentra “De acuerdo” y por último un 37.5% afirma estar “Muy de acuerdo”.

Tabla 17

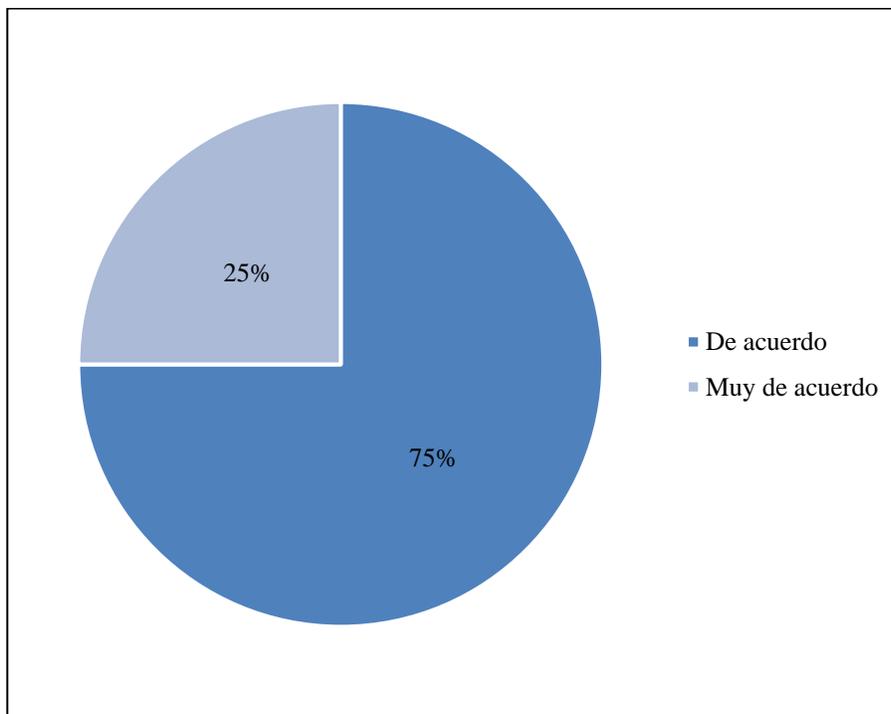
Su empresa responde con rapidez y eficacia a las necesidades cambiantes de clientes o proveedores en comparación con sus competidores. (16)

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	6,3
De acuerdo	11	68,8
Muy de acuerdo	4	25,0
Total	16	100,0

Según la Tabla 17, el 6.3% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma se encuentra “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con respecto si su empresa responde con rapidez y eficacia a las necesidades cambiantes de clientes o proveedores en comparación con sus competidores; por otro lado, un 68.8% opina que se encuentra “De acuerdo” y finalmente un 25% afirma estar “Muy de acuerdo”.

Figura 4

Su empresa responde con rapidez y eficacia a las cambiantes estrategias de la competencia en comparación con sus competidores. (17)



Según la Figura 4, el 25% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma se encuentra “De acuerdo” con respecto a que su empresa responde con rapidez y eficacia a las cambiantes estrategias de la competencia en comparación con sus competidores, sin embargo, el 75% se encuentra “Muy de acuerdo”.

Tabla 18

Su empresa comercializa nuevos productos con rapidez y eficacia en comparación con sus competidores. (18)

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	18,8
De acuerdo	5	31,3
Muy de acuerdo	8	50,0
Total	16	100,0

Según la tabla 18, el 18.8% de los trabajadores encuestados de Boticas Marifarma está “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con respecto a que su empresa comercializa nuevos productos con rapidez y eficacia en comparación con sus competidores; el 31.3% de los encuestados afirma estar “De acuerdo”; por último, el 50% se encuentra “Muy de acuerdo”.

A continuación, se presentan las variables y sus dimensiones.

Tabla 19

Gestión Logística y sus dimensiones

INDICADORES	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de			MODA	OPINIÓN
			acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo		
Estrategia logística	25.69%	60.42%	11.81%	1.39%	0.69%	4	De acuerdo
Efectividad coordinación de logística	22.92%	66.67%	8.33%	0.00%	2.08%	4	De acuerdo
Compromiso de servicio al cliente	29.17%	54.17%	12.50%	2.08%	2.08%	4	De acuerdo
TOTAL	77.78%	181.25%	32.64%	3.47%	4.86%		

Gestión Logística	25.93%	60.42%	10.88%	1.16%	1.62%	4	De acuerdo
-------------------	--------	--------	--------	-------	-------	---	------------

Con respecto a la variable Gestión Logística se tiene que la dimensión de Efectividad coordinación de logística ha sido calificada con un valor de 66.67%; por lo que, los trabajadores de Boticas Marifarma están “De acuerdo” con que su empresa hace hincapié en tácticas y prácticas laborales de la logística.

Tabla 20

Competitividad Corporativa y sus dimensiones

INDICADORES	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de			MODA	OPINIÓN
			acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo		
Competitividad de la división	33.33%	58.33%	8.33%	0.00%	0.00%	4	De acuerdo
TOTAL	33.33%	58.33%	8.33%	0.00%	0.00%		
Competitividad Corporativa	33.33%	58.33%	8.33%	0.00%	0.00%	4	De acuerdo

Respecto a la variable Competitividad Corporativa se tiene que la dimensión de competitividad de la división ha sido calificada con un valor de 58.33% por los colaboradores de Boticas Marifarma, quienes están “De acuerdo” con que en su empresa se hace énfasis en la competitividad de la división.

Tabla 21

Calificación general de las variables Gestión Logística y Competitividad Corporativa

VARIABLE	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	MODA	OPINIÓN
Gestión Logística	25.93%	60.42%	10.88%	1.16%	1.62%	4	De acuerdo
Competitividad corporativa	33.33%	58.33%	8.33%	0.00%	0.00%	4	De acuerdo

Dichas variables tienen una calificación general de “De acuerdo” con respecto a las variables Gestión Logística y Competitividad Corporativa, donde el 60.42% opina estar “De acuerdo” con que Boticas Marifarma hace énfasis la Gestión Logística; por otro lado, el 58.33% se encuentra “De acuerdo” con que la organización le da importancia a la Competitividad Corporativa en sus diversos procesos.

A continuación, se presenta la prueba de normalidad realizada para esta investigación

Tabla 22

Prueba de normalidad de la Gestión Logística y la Competitividad Corporativa de Boticas Marifama

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Logística	0.638	16	0.00004
Competitividad Corporativa	0.638	16	0.00004

La prueba de normalidad de Shapiro - Wilk muestra que existe una significancia de 0.00004. De este modo, se aplicará la prueba de hipótesis de Spearman, debido a que la significancia es menor a 0.05.

A continuación, se presenta la prueba de hipótesis realizada para esta investigación

Tabla 23

Interpretación del coeficiente de Spearman

<i>Coeficiente de Spearman</i>		
-1	PERFECTA	
$-1 \leq r_{xy} < -0.75$	ALTA	RELACIÓN INVERSA
$-0.75 \leq r_{xy} < -0.50$	MODERADA	
$-0.50 \leq r_{xy} < -0.25$	MEDIA	
$-0.25 \leq r_{xy} < 0$	BAJA	
0	NULA	
$0 < r_{xy} < 0.25$	BAJA	RELACIÓN DIRECTA
$0.25 \leq r_{xy} < 0.50$	MEDIA	
$0.50 \leq r_{xy} < 0.75$	MODERADA	
$0.75 \leq r_{xy} < 1$	ALTA	
1	PERFECTA	

Nota: Extraído de Hernández – Sampieri et al., 2017

Tabla 24

Prueba de hipótesis de la Gestión Logística y la Competitividad Corporativa de Boticas

Marifama

			Gestión Logística	Competitividad Corporativa
Rho de Spearman	Gestión Logística	Coefficiente de correlación	1.000	,558*
		Sig. (bilateral)		0.025
		N	16	16
	Competitividad Corporativa	Coefficiente de correlación	,558*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.025	
		N	16	16

La prueba de Spearman muestra que existe correlación entre las variables, ya que la significancia es de 0.025, siendo menor a 0.05. De este modo existe una correlación de 0.558; por lo que, se acepta la hipótesis general de la investigación y se rechaza la hipótesis nula. A su vez la relación directa y moderada entre la Gestión Logística y Competitividad Corporativa de Boticas Marifarma en la ciudad de Cajamarca, 2021 indica que, a mayor Gestión Logística, se tendrá mayor Competitividad Corporativa.

Tabla 25

Prueba de hipótesis específica de la Gestión Logística y la dimensión de Competitividad de la división de Boticas Marifarma

			Gestión Logística	Competitividad Corporativa
Rho de Spearman	Gestión Logística	Coefficiente de correlación	1.000	,558*
		Sig. (bilateral)		0.025
		N	16	16
	Competitividad Corporativa	Coefficiente de correlación	,558*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.025	
		N	16	16

La prueba de Spearman muestra que existe correlación entre la variable Gestión Logística y la dimensión de Competitividad de la división, ya que la significancia es de 0.025, siendo menor a 0.05. De este modo existe una correlación de 0.558; por lo que, se acepta la hipótesis específica. A su vez la relación directa y moderada entre la Gestión Logística y Competitividad de la división de Boticas Marifarma en la ciudad de Cajamarca, 2021 indica que, a mayor Gestión Logística, se tendrá mayor Competitividad de la división.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

En la presente investigación respecto a la empresa Boticas Marifarma en el mercado cajamarquino, surge la necesidad de analizar qué elementos de la Gestión Logística se relacionan a la Competitividad Corporativa; así como la opinión y participación de los trabajadores respecto a la rentabilidad y competitividad que la empresa genera en el mercado. Siendo el objetivo principal determinar la relación de la gestión logística y competitividad corporativa en la empresa Marifarma Cajamarca 2021; por lo que, la investigación tiene un aporte descriptivo - correlacional al analizar las dimensiones de la gestión logística y competitividad corporativa de manera independiente y correlacional al elaborar el cruce de variables y dimensiones por cada variable.

Es importante tener en cuenta que los resultados encontrados son adaptables a la realidad de los trabajadores de la empresa Marifarma en la ciudad de Asunción, Cajamarca en el año 2021. Además, es posible que se puedan generalizar y aplicar comparaciones a mercados diferentes utilizando las mismas dimensiones de las variables mencionadas, para quienes estén interesados en analizar la relación de la gestión logística con la competitividad corporativa. De esta manera, el proceso metodológico utilizado, el manejo estadístico y el instrumento aplicado sirven para futuras investigaciones, de esta manera evitar sesgos en el planteamiento. Para el desarrollo de este proceso de validez y confiabilidad se lleva a cabo mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach.

En relación a los resultados obtenidos se presentan diferentes hallazgos que permiten esclarecer la relación entre la gestión logística y competitividad corporativa.

La presente investigación coincide con las opiniones de Navarrete (2014), Benavides y Paredes (2016) y Valera (2016) quienes en sus estudios mencionan la importancia de la gestión logística basada en un manejo técnico y eficiente del inventario dentro del almacén, permite la reducción de los costos de ventas y la optimización de capacidad instalada; por el contrario, si existe falta de stock en almacén ocasiona una deficiente proyección de ventas. A su vez, estos procesos logísticos son respaldados por Council of Supply Chain Management Professionals (1962) que especifica la gestión logística como óptima para la ejecución de la cadena de suministros en las organizaciones, desde el punto de origen hasta el punto de consumo del cliente. Se reafirma lo mencionado en base a los hallazgos que tienen relación, ya que el 100% de los encuestados se encuentran “Muy de acuerdo y “De acuerdo” respecto a que la gestión logística de Boticas Marifarma hace hincapié en lograr su máxima eficiencia en abastecimiento y compras. Y un total del 100% se encuentran “Muy de acuerdo y “De acuerdo” respecto a que la empresa tiene como objetivo primario de la logística tomar control de las actividades de costes de compras y distribución. Por último, el 93.8% opina estar “Muy de acuerdo y “De acuerdo” con que su empresa facilita la aplicación de los conceptos de costes de inventario y adquisición de materiales justo a tiempo.

La actual investigación coincide con las opiniones de Adrianzen, Flores, y Donayre (2018) y Mejía (2019) quienes indican que la logística se ocupa de la administración de flujo de materiales a lo largo del proceso de creación de valor con respecto al aprovisionamiento, producción y distribución; también, se encuentra al tanto con respecto a las necesidades que tienen las empresas para lograr un servicio eficiente sobre la logística, de esta forma saber el mecanismo clave para satisfacer las exigencias de los clientes y aumentar la competitividad en el mercado. Se confirma lo mencionado en base a los hallazgos que tienen relación con la

coordinación del proceso logístico hacia los clientes, ya que el 75% están “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” respecto que si en la empresa la gestión hace hincapié en el logro de la distribución física coordinada a los clientes por varias unidades de negocio. Seguidamente, el 75% se encuentran “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” a que en la empresa la logística facilita la coordinación de varias unidades de negocio con el fin de proporcionar un servicio competitivo al cliente. Y un total de 87.6% están “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” a que un objetivo primario de la logística en la empresa es reducir la complejidad que enfrentan sus clientes al hacer negocios con ellos. Por último, el 81.3% está “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” respecto a que la atención al cliente en Boticas Marifarma se coordina eficazmente con otras actividades logísticas.

La presente investigación coincide con Cabrera y Vásquez (2018) quienes manifiestan que los procesos de compra y la comunicación con los proveedores se ve perjudicada, debido a la demora de emisión de las órdenes de compras; por lo que deben tomar medidas correctas para la agilización de procedimientos de la gestión logística. También, Balboa y Llave (2018) indican conceptos similares, que la logística establece principales causas que originan ciertas dificultades en el área de almacenes de una organización, y se hace hincapié en identificar las oportunidades de progreso que accedan a desarrollar propuestas para perfeccionar la gestión de almacenes. Se reafirma lo mencionado en base a los hallazgos que tienen relación al énfasis que se le debe dar a la coordinación con los miembros del canal; por lo que, el 81.2% se encuentran “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” respecto a que en Boticas Marifarma se hace hincapié en la gestión de la coordinación y el control de los miembros del canal. Posteriormente, el 93.8% está “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” con respecto a que la necesidad de una coordinación más estrecha con los proveedores, vendedores y otros miembros del canal fomenta mejores

relaciones entre las áreas. Finalmente, el 87.5% opina estar “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” a que en el área las actividades logísticas de la empresa se coordinan eficazmente con los clientes, proveedores y otros miembros del canal.

La actual investigación coincide con Brasales (2018), Espíritu (2015) y Campos (2017) quienes mencionan que se debe estar alerta a los cambios que exigen los mercados para ser competitivos ante los rivales existentes, para ello se debe disponer de información oportuna y precisa, sin embargo, los constantes cambios que se producen en el contexto empresarial impulsan la implementación de herramientas y técnicas en las Pymes, que involucra el procesamiento de pedidos, inventario y transporte. Asimismo, determinar estrategias que promuevan la logística y competitividad, proponer habilidades genéricas que efectúen actividades para alcanzar un buen producto y servicio para el cliente. Se corrobora lo mencionado en base a los hallazgos, que el flujo de información mejora la relación entre miembros del canal de distribución, ya que el 81.3% está “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” a que un objetivo primario de la logística en Boticas Marifarma es la gestión de los flujos de información y los niveles de inventario en todo canal de distribución. Por otra parte, el 56.3% se encuentran “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” que en la empresa la logística facilita la gestión de los flujos de información entre los miembros del canal. Por último, el 87.5% está “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” que, en la empresa, la planificación logística está bien coordinada con el proceso general de planificación estratégica.

El presente estudio concuerda con Murillo (2018) quien en su investigación menciona que la función logística actúa como factor diferenciador competitivo; por lo que aquellas empresas que implementen cadenas de suministros integradas destacan ante las demás. A la par, el Banco Mundial (2016) recalca que las empresas que no tienen una eficiente gestión de la

logística están propensas a desaparecer, serán compañías no competitivas y tendrán altos índices de riesgos dentro de sus procesos. Se sustenta que la competitividad se basa en la satisfacción del cliente; por ende, el servicio al cliente se ve relacionado a una buena gestión logística, la mayoría de los encuestados de Marifarma, el 87.5%, está “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” con que el servicio brindado otorga ventajas competitivas ante la competencia. Además, el 93.7% está “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” con que la empresa responde con rapidez y eficacia a las necesidades cambiantes de los clientes, en comparación a la competencia. Por último, el 75% dice que la empresa responde con eficacia a las cambiantes estrategias de la competencia en comparación a sus competidores.

En la presente investigación se determina que los trabajadores de Boticas Marifarma se encuentran “De acuerdo” con la importancia de la relación entre la Gestión Logística y Competitividad Corporativa en sus procesos internos, siendo su aceptación de un 60.42% y un 58.33% respectivamente. Con respecto a las dimensiones de la variable Gestión Logística, destaca la Efectividad de coordinación logística, con un 66.67 % de aceptación por parte de los trabajadores, quienes están “De acuerdo”, con que la empresa genera mejores prácticas laborales entre las áreas de la empresa y una formación con proyección estratégica. En contraste, la dimensión de la Competitividad Corporativa, es decir, la Competitividad de la división, con un 58.33% que opina estar “De acuerdo” en que la empresa posee una capacidad eficaz en cuanto a necesidades y ofertas en comparación con los competidores.

En base a las implicancias teóricas de la investigación en relación a la variable Gestión Logística se sustenta lo mencionado por Ballou (2004) que introduce el concepto de la logística integral, su importancia en el campo de los negocios y el factor diferenciador que genera en las organizaciones que a través del tiempo han hecho énfasis en las actividades de movimiento y

almacenamiento respecto a los productos a comercializar. Se evidencia en la presente investigación que un buen manejo logístico, aplicando las dimensiones; estrategia logística, efectividad de la coordinación de la logística y el compromiso al cliente mejora el proceso productivo; por ende, eleva la competitividad corporativa en el mercado farmacéutico.

En relación a la variable Competitividad Corporativa se respalda lo indicado por Porter (2008) donde menciona que la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y comercializar diferentes productos en mejores contextos de costo y calidad; por lo que, la organización mediante mejores decisiones pueda constituir ciertas reglas de juego para mantener un incremento constante en la capacidad de diseñar y producir bienes y servicios. Se evidencia en la actual investigación que la dimensión de la competitividad de la división da respuesta eficaz en cuanto a necesidades y ofertas en comparación con la competencia, y lograr un efecto rápido de respuesta ante diversos grupos de interés en la empresa.

Las limitaciones teóricas del estudio en base a la variable Gestión Logística que se presentan, son pequeñas deficiencias en torno a la comunicación y la gestión de flujos de información entre los miembros del canal, al no ser demasiado estrechas no fomentan que las relaciones de trabajo sean totalmente efectivas, lo que genera leves condiciones en el área logística. Por otro lado, la falta de capacitación en el tema logístico en el último año ha influido menudamente en el logro de mayores niveles de servicio al cliente; sin embargo, a largo plazo esto puede cambiar, ya que se debe hacer énfasis en la formación constante de los colaboradores de la empresa, como consecuencia ser menos competitivos en el mercado.

Por otra parte, la gestión logística se emplea en diversos rubros, pero aplicada a los servicios se torna más complicada de llevar a cabo, ya que la logística de servicios intangibles son tareas y procesos que no requieren de una logística de productos exigentes. Por ende, se

vuelven más flexibles quitando importancia a esta parte de la gestión estratégica de una empresa.

Por ello, a modo general se necesita mejoras en los diversos rubros de las industrias; asimismo, estas restricciones implican soluciones que se llevan a cabo en base a planificaciones, evaluaciones y control de métodos complejos en las actividades logísticas, ya que se conducen a la existencia de un sistema integrado, y cada actividad requiere de una adecuada coordinación para optimizar el funcionamiento del proceso de negocios y reducir costos.

CONCLUSIONES

El desarrollo de las conclusiones se efectúa en base a los objetivos planteados anteriormente, por consiguiente, se dice que:

El presente trabajo tiene como objetivo general determinar la relación existente entre la Gestión Logística y Competitividad Corporativa de Boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021, en base a los resultados obtenidos se corrobora que 16 de los trabajadores encuestados de la empresa, un 60.42% se encuentra “De acuerdo” con que la Gestión Logística es de suma importancia en el proceso productivo; por otro lado un 58.33% está “De acuerdo” referente a que la Competitividad Corporativa es fundamental para que la empresa tenga una constante evolución frente a su competencia, de esta manera, mantenerse firmemente en el mercado farmacéutico. Además, con la prueba de hipótesis se determina que existe una relación entre las variables de Gestión Logística y Competitividad Corporativa con un coeficiente de correlación bilateral 0.558 y un nivel de significancia bilateral 0.025.

A su vez, se determina la existencia entre la Gestión Logística y la dimensión de la Competitividad de la división, mediante la prueba de hipótesis específica, donde se demuestra que el coeficiente de correlación bilateral es de 0.558 y un nivel de significancia bilateral 0.025, que simboliza la existencia de una relación directa y moderada la Gestión Logística y dimensión de la Competitividad de la división.

Para finalizar, la investigación tiene consistencia teórica con lo expuesto por Ballou (2004) y Porter (2008), encontrándose una correlación entre ambas proposiciones. Por consiguiente, se concluye que la Gestión Logística se aplica a lo largo del tiempo en los negocios, siendo sumamente importante en el proceso productivo de bienes y servicios, esto

relacionado a la capacidad de la empresa de producir y comercializar en mejores contextos de costos y calidad para los clientes, lo que eleva la Competitividad Corporativa en el mercado.

REFERENCIAS

- Adrianzen, A., Flores, J. C., y Donayre, P. (2018). *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]. Repositorio http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4516/UNU_ADMINISTRACION_2020_T_ALBERTO_ADRIANZEN%20DELGADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ander, E. (2011). *Aprender a investigar: nociones para la investigación social* (Primera ed.). Córdoba: Editorial Brujas. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2017/05/Aprender-a-investigar-nociones-basicas-Ander-Egg-Ezequiel-2011.pdf>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Grupo Editorial Patria. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Ballou, R. (2004), *Logística Administración de la cadena de suministro*. Pearson Educación. https://laclasedotblog.files.wordpress.com/2018/05/logistica_administracion_de_la_cadena_de_suministro_5ta_edicion_-_ronald_h_ballou.pdf
- Balboa Sarmiento, Y.L. y Llave Ticona, J.M. (2018). “*Propuesta de mejora de la Gestión Logística de Entrada de los Almacenes de suministros y embalajes de una Empresa Agroindustrial, Arequipa 2018*” [tesis de pregrado, Universidad Católica San Pablo]. Repositorio UCSP http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15728/1/BALBOA_SARMIENTO_YU_V_GES.pdf

Banco Mundial (2012). El desempeño a nivel mundial de la logística comercial disminuyó en medio de la recesión y de acontecimientos importantes.

<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2012/05/15/global-trade-logistics-performance-slows-down-amid-recession-and-major-events>

Banco Mundial (2016). International LPI. <https://lpi.worldbank.org/international/global/2016>

Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom. <https://es.calameo.com/read/004416166f1d9df980e62>

Benavides Vásquez, R.F., y Paredes Ríos, E. (2016). “*El soporte logístico y su relación con la competitividad internacional de las empresas exportadoras en la provincia de San Martín, 2016*” [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Tarapoto]. Repositorio <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2948/ADMINISTRACION%20-%20Roxana%20Fiorella%20Banamides%20Vasquez%20%26%20Esthefany%20Paredes%20Rios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Brasales, S. (2018). *La Gestión Logística y la Competitividad en el Sector Florícola*. [tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28260/1/016%20GMC.pdf>

Butter, C. (1985). *Statistics in Linguistics*. Basil Blackwell. <https://bookdown.org/dietrichson/metodos-cuantitativos/coeficientes-de-correlacion.html>

Cabrera, J., y Vásquez, M. (2018). *Relación de la gestión logística con el proceso de compras en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento de Cajamarca S.A. en el año 2015*. Cajamarca. [tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte] Repositorio

institucional UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12998>

Campos Soto, Y. M. (2017). *“Logística de Entrada y la Competitividad de las Mypes Gastronómicas de San Juan De Lurigancho, 2016”* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo Lima]. Repositorio UCV.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20683/CAMPOS_SYM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cano Olivos, P, y Orue Carrasco, F. (2013). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México. *Contaduría y Administración*. <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v60n1/v60n1a8.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2011). *Seguridad de la cadena logística y su incidencia en la competitividad de Mesoamérica*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36084/FAL-300-WEB_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2013). *Cómo mejorar la competitividad de las Pymes en la Unión Europea y América Latina y el Caribe. 5-11*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3094/1/S2013021_es.pdf.

Council Supply Chain Management Professionals. (1962). *CSCMP Glossary*. https://cscmp.org/CSCMP/Academia/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx?hkey=60879588-f65f-4ab5-8c4b-6878815ef921

Decreto Supremo N° 345-2018-EF de la Competitividad y Productividad, Ley N° 29158 (2018). *Ministerio de Economía y Finanzas*.

<https://portal.concytec.gob.pe/images/publicaciones/politicas/Politica-Nacional-de>

Competitividad-y-Productividad-2019-2030.pdf

- Espíritu Roque, A. Ponce Morales, S. (2015). “*Logística de inventarios y su incidencia en las ventas de la Botica "24 Horas" de la provincia de Ambo- 2013*” [tesis de Pregrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán Huánuco]. UNHEVAL-Institucional. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNHE_d8a8e21e04b2a0a35c4db8588835a2c9
- Faichin Ramirez, E.R. (2018). “*Modelo de gestión logística para disminuir costos logísticos en Ferretería Ruiz S.A.C*” [tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio UNC <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2099/tesis%20ERIKA%20ROXANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gómez Ternero, E. (2018). “*Análisis de la relación entre los costos logísticos adicionales y el costo de importación de la empresa Best Security del Perú S.A.C. 2016-2017*” [tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio USMP https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3647/gomez_te.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Mc Graw Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Leiva, A, y Marín, V.M. (2016). “*Influencia de la gestión logística en la rentabilidad de la empresa productora de hortalizas y legumbres flores andinas S.R.L en los periodos 2014-2015 en la ciudad de Cajamarca*” [tesis de Pregrado, Universidad Privada Antenor Guillermo Urrelo]. Repositorio UPAGU <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/541/Cont0044.pdf?sequence>

=1&isAllowed=y

- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. México, Distrito Federal.
http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Meade, L. y Sarkis, J. (1998). *Strategic analysis of logistics and supply chain management systems using the analytical network process*. Academia Edu.
https://www.academia.edu/749208/Strategic_analysis_of_logistics_and_supply_chain_management_systems_using_the_analytical_network_process1
- Mejía Mendoza, J. G. (2019). “*Logística internacional y la competitividad en la Cadena de supermercados Mayorsa S.A, Cercado de Lima, 2019*” [tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo Callao]. Repositorio UCV
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46627/Mejia_MJG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Murillo, K. (2018). *La gestión logística y la competitividad en las empresas ferreteras de la provincia de Tungurahua* [tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio UTA.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32118/1/10%20ADE.pdf>
- Navarrete Gómez, R. (2014). *Logística y aprovisionamiento para una red de farmacia* [tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio UG
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/4572>
- NG Logística. (2008, septiembre). Logística en la Industria Farmacéutica.
<http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=994&ni=logistica-en-la-industria-farmaceutica->

Peralta, Norka (2015). Cuarto estudio sobre la situación del Supply Chain Management en el

Perú. *Semana Económica*, 28.

https://gs1pe.org/pdf_gs1pe/04_cuarto_estudio_SC_Peru_gs1pe_web.pdf

Pontificia Universidad Católica del Perú (2019). *Informe laboral del área logística*.

<https://cdn01.pucp.education/btpucp/2019/12/12175448/informe-final-logistica-1.pdf>

Porter, M. (1991). *Ventaja Competitiva*. *Cecsa*.

[http://aulavirtual.iberamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-](http://aulavirtual.iberamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Porter,%20M.%20(1991).pdf)

[descarga/1.%20Porter,%20M.%20\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Porter,%20M.%20(1991).pdf)

Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva*. *Grupo editorial patria*.

https://issuu.com/guillermomodimas/docs/docfoc.com-m._porter_-_estrategia_c

Ramírez Marquina, E.L. (2016). “*El control de inventarios en el área de logística y su incidencia*

en la rentabilidad de la empresa Electrotiendas del Perú S.A.C.” [tesis de pregrado,

Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio UNT

[https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8039/ramirezmarquina_erika.p](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8039/ramirezmarquina_erika.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[df?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8039/ramirezmarquina_erika.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Spillan, J.E., Mintu-Wimsatt, A. y Kara, A. (2018), "Role of logistics strategy, coordination and

customer service commitment on Chinese manufacturing firm competitiveness", *Asia*

Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 30 No. 5, pp. 1365-

1378. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2017-0224>

Urday Jauregui, C.A. y Cebreros Gutiérrez, P. (2017). “*La gestión logística y su influencia en*

la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias,

equipos y herramientas del distrito de puente piedra” [tesis de pregrado, Universidad

San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2683/1/2017_Urday_La-gestion-logistica-y-su-influencia-en-la-competitividad.pdf

Valera, E. (2016). *Relación de la gestión logística con el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de productos lácteos La Marquesita, Cajamarca 2016*. Cajamarca. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del norte Cajamarca] Repositorio UPN.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/11328>

ANEXOS

ANEXO N° 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA COMPETITIVIDAD CORPORATIVA EN LAS BOTICAS MARIFARMA CAJAMARCA, 2021				
TÍTULO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE X: Gestión Logística	La gestión logística se apodera de la administración del proceso de la cadena de suministros que planea, y procede a controlar el flujo y almacenamiento de eficientes, y también efectivos de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de satisfacer los requerimientos de los clientes (Ballou, 2004; Council of Supply Chain Management Professionals; 1962).	Boticas Marifarma aplicará la gestión en su proceso logístico, para disponer de los productos requeridos por el cliente en el momento indicado.	Estrategia logística	Proceso Mercado Información
			Efectividad de coordinación logística	Integración
			Compromiso de servicio al cliente	Satisfacción del cliente
VARIABLE Y: Competitividad Corporativa	La competitividad corporativa es un factor fundamental en el proceso de comercialización, lo cual les permite a las empresas seguir estando inmersos en el mercado actual frente a compañías del rubro. Es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales (Porter, 2008).	Boticas Marifarma mediante la gestión logística aplicará un factor importante, la competitividad, de esta manera se volverá capaz de comercializar y estar a la altura de la competencia.	Competitividad de la división	

ANEXO N° 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
TÍTULO DE LA TESIS:		Relación entre la gestión logística y la competitividad corporativa en las boticas Marifarma Cajamarca, 2021.					
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN		Gestión de Mype y Pyme					
AUTOR(ES)		Cerna Malvas, Fiorella Astrid ; Monsalve Sánchez, Estalin Domingo					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	Variables o Indicadores				Medios de certificación
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable: Gestión logística				
¿Qué relación existe entre la gestión logística y la competitividad corporativa en las boticas de Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca 2021?	Determinar la relación que existe entre la gestión logística y la competitividad corporativa de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021	Existe una relación directa y significativa entre la gestión logística y la competitividad corporativa de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de valores	Técnicas: Encuesta y Entrevista Instrumento: Encuesta Preguntas Preestablecidas: Planteamiento de la pregunta, profundización en el tema entre ello revisión de estudios previos, entrevistas con expertos.
			Estrategia logística	Proceso Mercado Información	1,2,3,4,5,6,7,8,9	Escala: (5) Muy de acuerdo (4) De acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (2) En desacuerdo (1) Muy en desacuerdo	
			Efectividad coordinación de la logística	Integración	10,11,12		
			Compromiso de servicio al cliente	Satisfacción del cliente	13,14,15		
Problema específico	Objetivo específico	Hipótesis específica	Variable: Competitividad corporativa				
¿Qué relación existe entre la gestión logística y la competitividad de la división de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021?	Determinar la relación que existe entre la gestión logística y la competitividad de la división de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021	Existe una relación directa entre la gestión logística y la competitividad de la división de las boticas Marifarma en el sector farmacéutico Cajamarca en el año 2021	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de valores	Escala: (5) Muy de acuerdo (4) De acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (2) En desacuerdo (1) Muy en desacuerdo
			Competitividad de la división		16,17,18		
Tipo y diseño de investigación		Población y muestra	Técnicas e Instrumentos			Estadística a utilizar	
Enfoque: Cuantitativo Alcance: Descriptivo - correlacional Tipo: Básica Diseño: No experimental – transversal Unidad de análisis: Trabajadores de Marifarma E.I.R.L.		Población: 19 Trabajadores de las boticas Marifarma Tipo de muestreo: No probabilístico y por conveniencia Tamaño de la muestra: 16	Variable 1: Gestión logística Técnica: Encuesta y Entrevista Instrumento: Cuestionario Monitoreo: 20 min. Ámbito de aplicación: Boticas Marifarma			Descriptiva: Excel Variable 1: Gestión logística Variable 2: Competitividad corporativa	
			Variable 2: Competitividad corporativa Técnica: Encuesta y Entrevista Instrumento: Cuestionario Monitoreo: 20 min. Ámbito de aplicación: Boticas Marifarma			Inferencial: Paquete estadístico SPSS 27 Correlación de las variables 1 y 2 Coeficiente de Pearson	

ANEXO N° 3: FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA	
Instrumento	Cuestionario
Autor	Murillo Carrasco, Katherine Alejandra
Año	2018
Significación	<p>El cuestionario está constituido por 20 preguntas las cuales se dividen en tres partes. La primera parte consta de 2 preguntas, en la que se evalúa el tiempo que se lleva trabajando y si se han recibido capacitaciones o no. La segunda parte consta de 15 preguntas en la que evalúa la primera variable "Gestión Logística" analizando tres dimensiones: Estrategia logística, Efectividad de coordinación logística y Compromiso de servicio al cliente. La tercera parte consta de 3 preguntas, en la que se evalúa la segunda variable "Competitividad Corporativa" analizando solamente una dimensión entre ello la Competitividad de la división.</p>
Extensión	El instrumento consta de 20 preguntas
Administración	Responsables del estudio
Ámbito de aplicación	Trabajadores de la empresa Boticas Marifarma Cajamarca
Duración	El tiempo de duración para el desarrollo del cuestionario es aproximadamente 20 minutos.
Puntuación	Se considera la escala de Likert: 1= Muy en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4= De acuerdo, 5= Muy de acuerdo.

ANEXO N° 4: INSTRUMENTO



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
Facultad de Negocios
Licenciatura en Administración y Negocios Internacionales

Estimado/a:

El actual instrumento tiene como
investigación “Relación entre la
Corporativa en las Boticas

Escala valorativa	Respuesta
Muy de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

objetivo la recopilación de datos para la
Gestión Logística y la Competitividad
Marifarma, Cajamarca 2021.”

	Menos de 6 meses	6 meses	1 año	2 años	3 años
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en Boticas Marifarma?					
¿Ha recibido capacitaciones sobre la Gestión Logística en el último año?	Si			No	
1. GESTIÓN LOGÍSTICA	5	4	3	2	1
<i>Estrategia logística: Proceso</i>					
1)En su empresa, la gestión hace hincapié en lograr su máxima eficiencia de compras y distribución.					
2)Un objetivo primario de la logística en su empresa es tomar el control de las actividades que dan lugar a costes de compra y distribución.					
3)En su empresa la logística facilita la aplicación de los conceptos de costes de inventario y adquisición de materiales justo a tiempo.					
<i>Estrategia logística: Mercado</i>					
4)En su empresa la gestión hace hincapié en el logro de la distribución física coordinada a los clientes atendidos por varias unidades de negocio.					
5)Un objetivo primario de la logística en su empresa es reducir la complejidad que enfrentan sus clientes al hacer negocios con ustedes.					
6)En su empresa la logística facilita la coordinación de varias unidades de negocio con el fin de proporcionar un servicio competitivo al cliente.					
<i>Estrategia logística: Información</i>					
7)En su empresa se hace hincapié en la gestión de la coordinación y el control de los miembros del canal (distribuidores y/o minoristas).					
8)Un objetivo primario de la logística en su empresa es la gestión de los flujos de información y los niveles de inventario en todo canal de distribución.					
9)En su empresa la logística facilita la gestión de los flujos de información entre los miembros del canal (distribuidores y/o minoristas)					
<i>Efectividad coordinación de la logística (EfC): Integración</i>					
10)La necesidad de una coordinación más estrecha con los proveedores, vendedores y otros miembros del canal ha fomentado mejores relaciones de trabajo entre áreas dentro de su empresa.					
11)En su empresa, la planificación logística está bien coordinada con el proceso general de planificación estratégica.					
12)En su área, las actividades logísticas de la empresa se coordinan eficazmente con los clientes, proveedores y otros miembros del canal.					
<i>Compromiso de servicio al cliente: Satisfacción del cliente</i>					
13)El logro de mayores niveles de servicio al cliente se ha traducido en un mayor énfasis en el desarrollo y formación de los empleados.					
14)La atención al cliente en su empresa se coordina eficazmente con otras actividades logísticas.					
15)El servicio al cliente que su empresa brinda les da una ventaja competitiva con respecto a su competencia.					
2. COMPETITIVIDAD CORPORATIVA	5	4	3	2	1
<i>Competitividad de la división</i>					
16)Su empresa responde con rapidez y eficacia a las necesidades cambiantes de clientes o proveedores en comparación con sus competidores.					
17)Su empresa responde con rapidez y eficacia a las cambiantes estrategias de la competencia en comparación con sus competidores.					
18)Su empresa comercializa nuevos productos con rapidez y eficacia en comparación con sus competidores.					

ANEXO N° 4: FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para la investigación en curso con respecto a la temática "La gestión logística y la competitividad". En razón alcanzo el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda emitir sus apreciaciones sobre el mismo.

Agradezco de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento, criterio requerido para toda investigación

Tema: "La Gestión Logística y la competitividad en las empresas ferreteras de la provincia de Tungurahua"

Objetivo: Determinar la relación existente entre la gestión logística y la competitividad organizacional en las empresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción en la provincia de Tungurahua canton Ambato.

Instrumento: Este instrumento fue obtenido a través de los ítems validados y aplicados en la investigación realizada por Spillan, Wimsatt, & Kara (2018) titulada "Role of logistics strategy, coordination and customer service commitment on Chinese manufacturing firm competitiveness"

Aspectos de Validación

INDICADORES	CRITERIOS	Muy				
		Deficiente	Regular	Buena	Buena	Excelente
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				x	
Objetividad	Está expresado en conductas observables				x	
Organización	Existe una organización lógica				x	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				x	
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				x	
Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos				x	
Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				x	
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnostico				x	

Observaciones:

Indicar el objetivo y las instrucciones del cuestionario

Validado por:	Leonardo Gabriel Ballesteros López
Título Académico:	Ingeniero Comercial – Magister en Gestión Estratégica MBA.
Lugar y fecha de Validación:	Ambato, junio 17 de 2020
Cargo que desempeña:	Profesor Titular Agregado
Firma:	

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para la investigación en curso con respecto a la temática “La gestión logística y la competitividad”. En razón alcanzo el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda emitir sus apreciaciones sobre el mismo.

Agradezco de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento, criterio requerido para toda investigación

Tema: “La Gestión Logística y la competitividad en las empresas ferreteras de la provincia de Tungurahua”

Objetivo: Determinar la relación existente entre la gestión logística y la competitividad organizacional en las empresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción en la provincia de Tungurahua canton Ambato.

Instrumento: Este instrumento fue obtenido a través de los ítems validados y aplicados en la investigación realizada por Spillan, Wimsatt, & Kara (2018) titulada “Role of logistics strategy, coordination and customer service commitment on Chinese manufacturing firm competitiveness”

Aspectos de Validación

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					X
Objetividad	Está expresado en conductas observables					X
Organización	Existe una organización lógica					X
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					X
Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnostico					X

Observaciones:

Ninguna

Validado por:	Ing. Santiago Verdesoto V., MBA
Título Académico:	Magister en Gestión Estratégica Empresarial MBA
Lugar y fecha de Validación:	Ambato, 13 de julio del 2020
Cargo que desempeña:	Director Académico y Administrativo Posgrados FADM
Firma:	

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para la investigación en curso con respecto a la temática “La gestión logística y la competitividad”. En razón alcanzo el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda emitir sus apreciaciones sobre el mismo.

Agradezco de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento, criterio requerido para toda investigación

Tema: “La Gestión Logística y la competitividad en las empresas ferreteras de la provincia de Tungurahua”

Objetivo: Determinar la relación existente entre la gestión logística y la competitividad organizacional en las empresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción en la provincia de Tungurahua canton Ambato.

Instrumento: Este instrumento fue obtenido a través de los ítems validados y aplicados en la investigación realizada por Spillan, Wimsatt, & Kara (2018) titulada “Role of logistics strategy, coordination and customer service commitment on Chinese manufacturing firm competitiveness”

Aspectos de Validación

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
Objetividad	Está expresado en conductas observables					X
Organización	Existe una organización lógica					X
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					X
Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				X	
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

Observaciones:

Validado por:	CINTHYA ROXANA GAVILANEZ GAVILANES
Título Académico:	MASTER EN LOGISTICA Y SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
Lugar y fecha de Validación:	AMBATO 18 de jun. de 20
Cargo que desempeña:	GERENTE GENERAL CENTRO DE SERVICIOS GAVILANEZ
Firma:	

ANEXO N° 5: ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL DE BOTICAS MARIFARMA

Relación entre la gestión logística y la competitividad corporativa en las boticas Marifarma Cajamarca, 2021

En la siguiente entrevista se realizan preguntas sobre el proceso logístico al gerente general de la empresa Marifarma:

*Obligatorio

1. Correo electrónico *

2. ¿Usted considera que Marifarma tiene un proceso logístico eficiente que facilite las ventas? *

Marca solo un óvalo.

- Verdadero
 Falso

3. En caso contrario que Marifarma no cuente con un proceso logístico adecuado. ¿Cuáles considera que son las principales deficiencias? *

Marca solo un óvalo.

- Pocos proveedores
 Falta de control de inventarios en stock
 Incertidumbre en la gestión y entrega de los despachos
 Baja capacidad de respuesta ante problemas de distribución inesperados
 Otros: _____

4. ¿Cuál considera que sería la etapa más importante de la cadena logística en Marifarma para incrementar el nivel de ventas? *

Marca solo un óvalo.

- Aprovisionamiento de las mercancías
 Acciones de inventario
 Almacenamiento de los productos
 Despacho al cliente
 Otros: _____

5. ¿Cree usted que existe una correcta administración de los costos de inventario dentro del proceso logístico de Marifarma que facilite la disponibilidad de mercancías en el momento requerido? *

Marca solo un óvalo.

- Verdadero
 Falso

6. ¿El control de inventarios permite que la mercancía tenga un flujo de movimiento adecuado el cual no consiente que caduque? *

Marca solo un óvalo.

- Verdadero
 Falso

7. ¿Considera que una cadena logistica correctamente implementada dentro de Marifarma podría elevar el nivel de competitividad ante las otras boticas? *

Marca solo un óvalo.

- Verdadero
 Falso

8. ¿De qué manera en el proceso logístico Boticas Marifarma hará la diferencia ante su competencia en el mercado Cajamarquino? *

Marca solo un óvalo.

- Disponibilidad del producto
 Control de inventarios en almacén
 Dispensación del producto
 Abastecimiento en periodos constantes
 Otros

ANEXO N°6: CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA	
---	---

Yo Reeder Elmer Tuesta Cotrina
(Nombre del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)

identificado con DNI 43111021, en mi calidad de Gerente General
(Nombre del puesto del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)

del área de Administración de
(Nombre del área de la empresa)

Boticas Marifarma de la empresa/institución Corporación BRAY. E.I.R.L.
(Nombre de la empresa)

con R.U.C N° 20607868931, ubicada en la ciudad de Asunción - Cajamarca

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor Fiorella Astrid Cerna Malvas
(Nombre completo del Egresado/Bachiller)

identificado con DNI N° 49041850, egresado de la Carrera profesional o Programa de Postgrado de Administración y Negocios Internacionales para
(Nombre de la carrera o programa).

que utilice la siguiente información de la empresa:
Acceso a información sobre la Gestión Logística; acceso a colaboradores para el desarrollo de la encuesta y los datos administrativos
(Detallar la información a entregar)

con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación, Tesis o Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de Bachiller, Maestro, Doctor o Título Profesional.

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:
 Ficha RUC
 *Vigencia de Poder (Para informes de suficiencia profesional)
 Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis, Trabajo de Investigación o Trabajo de Suficiencia Profesional).

* Nota: En el caso este formato se use como regularización o continuidad del trámite durante la coyuntura de emergencia - Covid19, se debe de omitir la "Vigencia de Poder" requerido para los informes de Suficiencia Profesional.

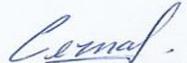
Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.
 Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
 Mencionar el nombre de la empresa.

BOTICAS MARIFARMA

Firma y sello del Representante Legal **
DNI: 43111021

**Este documento debe ser firmado por un representante inscrito en SUNAT y debe adjuntar una copia de su documento de identidad (DNI) para verificar la firma.

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.


Firma del Egresado
DNI: 49041850

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA



Yo Reeder Elmer Tuesta Cotrina
(Nombre del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)
identificado con DNI 43111021, en mi calidad de Gerente General de
(Nombre del puesto del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)
Boticas Marifarma del área de Administración de
(Nombre del área de la empresa)
Boticas Marifarma de la empresa/institución Corporación BRAY. E.I.R.L
(Nombre de la empresa)

con R.U.C N° 20607868931, ubicada en la ciudad de Asunción- Cajamarca

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor Estalin Domingo Monsalve Sanchez
(Nombre completo del Egresado/Bachiller)
identificado con DNI N° 73948507, egresado de la Carrera profesional o () Programa de
Postgrado de Administración y Negocios Internacionales para
(Nombre de la carrera o programa),

que utilice la siguiente información de la empresa:
Acceso a la información sobre la Gestión Logística;
acceso a colaboradores para el desarrollo de la
entrevista y datos administrativos;
(Detallar la información a entregar)

con la finalidad de que pueda desarrollar su () Trabajo de Investigación, () Tesis o () Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de () Bachiller, () Maestro, () Doctor o () Título Profesional.

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

- () Ficha RUC
- () *Vigencia de Poder (Para informes de suficiencia profesional)
- () Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis, Trabajo de Investigación o Trabajo de Suficiencia Profesional).

* Nota: En el caso este formato se use como regularización o continuidad del trámite durante la coyuntura de emergencia – Covid19, se debe de omitir la "Vigencia de Poder" requerido para los informes de Suficiencia Profesional.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- () Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
- () Mencionar el nombre de la empresa.

BOTICAS MARIFARMA

Firma y sello del Representante Legal **
DNI: 43111021

**Este documento debe ser firmado por un representante inscrito en SUNAT y debe adjuntar una copia de su documento de identidad (DNI) para verificar la firma.

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

Firma del Egresado
DNI: 73948507