

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

**La gestión logística y el desarrollo estratégico del sector ferretero  
piurano en el año 2019**

**Línea de investigación:**

Gerencia e innovación

**Autoras:**

Br. PIZARRO VALLADOLID, Estheyssy Sianith

Br. SILVA CORTEZ, María Azucena

**Asesor:**

Dr. VERGARA VÁSQUEZ, Anibal Teobaldo

**PIURA, PERÚ**  
**2020**

Fecha de sustentación: 2020/11/24



**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

**La gestión logística y el desarrollo estratégico del sector Ferretero  
Piurano en el año 2019**

**Línea de investigación:**

Gerencia e innovación

**Autoras:**

Br. PIZARRO VALLADOLID, Estheyssy Sianith

Br. SILVA CORTEZ, María Azucena

**Asesor:**

Dr. VERGARA VÁSQUEZ, Anibal Teobaldo

**TRUJILLO, PERÚ**  
**2020**

Fecha de sustentación: \_\_\_\_\_

## DEDICATORIA

*A mi padre que siempre me brinda su apoyo incondicional, a mi madre quien ha estado a mi lado no solo en la carrera universitaria si no durante toda la vida.*

*A Dios por su amor y por brindarme bienestar y perseverancia en el logro de mis metas.*

*A cada uno de los amigos y familiares que creyeron en mí, gracias por sus consejos y su apoyo en cada circunstancia adversa.*

**Estheyssy Sianith**

## DEDICATORIA

*A Dios por guardar de mi vida y la de mi familia que son mi motor de vida e impulso para seguir adelante.*

*A mis padres por todo el esfuerzo que han hecho para regalarme mi educación, por todo el tiempo que estuvieron ayudándome a salir adelante.*

*A cada uno de los amigos y familiares que creyeron en mí, gracias por sus consejos y su apoyo en cada circunstancia adversa.*

**María Azucena**

## AGRADECIMIENTO

*A nuestra alma mater la Universidad Privada Antenor Orrego por brindarnos todos los conocimientos y valores que son necesarios en la vida profesional.*

*A cada uno de nuestros docentes por todos los conocimientos impartidos a lo largo de nuestra formación académica.*

*A nuestro asesor, por el apoyo en el desarrollo de esta investigación siendo un gran partícipe de este resultado.*

**Las autoras**

## RESUMEN

El presente estudio se ha realizado con el propósito de Analizar la gestión logística y su relación con el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano en el año 2019. El problema formulado para la investigación fue: ¿Contribuye la gestión logística al desarrollo estratégico del sector ferretero Piurano en el año 2019? cómo hipótesis tenemos que: La relación será positiva entre la gestión logística y el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano. La población estuvo conformada por las personas representantes de las ferreterías que se encontraban dentro del desarrollo urbano de la ciudad de Piura siendo estas según la SUNAT 51 empresas del sector en estudio. El diseño de la investigación utilizado fue básico correlacional. La conclusión a la que se llegó fue: De acuerdo al nivel de gestión logística, los resultados de las encuestas aplicadas, reflejaron que un 5.88% de los encuestados consideran que la gestión logística es muy alta, mientras un 25.49% consideran que la gestión logística es alta. El 21.57% de los encuestados dijeron que tiene un nivel regular. El 39.22% lo consideran bajo. Finalmente, el 7.84% de las personas restantes considera que es muy bajo.

*Palabras claves: Gestión logística, desarrollo estratégico*

## **ABSTRACT**

The present study was carried out with the purpose of Analyzing logistics management and its relationship with the strategic development of the Piurano hardware sector in 2019. The problem formulated for the investigation was: Does logistics management contribute to the strategic development of the Piurano hardware sector? in the year 2019? How hypothesis do we have to: The relationship will be positive between the logistics management and the strategic development of the Piranian hardware sector. The population was made up of the people representing the hardware stores that were within the urban development of the city of Piura, according to SUNAT being 51 companies in the sector under study. The research design used was basic correlational. The conclusion reached was: According to the level of logistics management, the results of the applied surveys reflected that 5.88% of the respondents consider that logistics management is very high, while 25.49% consider that logistics management is high. 21.57% of the respondents said that it has a regular level. 39.22% consider it low. Finally, 7.84% of the remaining people consider that it is very low.

*Keywords: Logistics management, strategic development*

## PRESENTACIÓN

### Señores miembros del Jurado:

Dado el cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la tesis titulada: “La gestión logística y el desarrollo estratégico del sector ferretero Piurano en el año 2019”, luego de haber culminado cada etapa por esta casa de estudio, donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciada en Administración, es producto de una investigación, trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitario en esta prestigiosa casa de estudios; producto de la orientación y enseñanza desinteresada de los docentes, siendo por ello oportuno para expresar nuestro más sincero agradecimiento, para poder así brindar un aporte que servirá de base a futuros estudios relacionados con el tema en mención

Por lo expuesto señores miembros del jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer vuestra gentil atención al mismo.

Atentamente,

---

Br. Pizarro Valladolid, Estheyssy Sianith

---

Br. Silva Cortez, María Azucena

# ÍNDICE

Página

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
PRESENTACIÓN .....	ix
LISTA DE TABLAS.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Problema de investigación .....	2
1.2. Objetivos .....	3
1.2.1. Objetivo general.....	3
1.2.2. Objetivos específicos .....	3
1.3. Justificación.....	4
1.3.1. Teórica .....	4
1.3.2. Metodológica .....	4
1.3.3. Práctica .....	4
1.3.4. Social .....	4
II. MARCO DE REFERENCIA.....	5
2.1. Antecedentes del estudio .....	6
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	6
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	7
2.1.3. Antecedentes Locales .....	8
2.2. Marco teórico.....	10
2.2.1. Gestión Logística .....	10
2.2.1.1. Funciones de la gestión logística.....	11
2.2.1.2. Elementos de la gestión logística .....	13
2.2.1.3. Diagnóstico logístico.....	15
2.2.1.4. Indicadores de gestión logística (KPI´S).....	15
2.2.1.5. Importancia de los indicadores de gestión .....	15
2.2.1.6. Dimensiones de la gestión logística .....	16
2.2.2. Desarrollo estratégico .....	17

2.2.2.1. Beneficios del desarrollo o planeación estratégica.....	18
2.2.2.2. Modelos de desarrollo .....	19
2.2.2.3. Dimensiones del desarrollo estratégico .....	21
2.3. Marco conceptual .....	22
2.4. Sistema de hipótesis .....	23
2.5. Variables e indicadores .....	24
III. METODOLOGÍA .....	26
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	27
3.2. Población y muestra de estudio .....	27
3.3. Diseño de investigación .....	27
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación .....	28
3.5. Procesamiento y análisis de datos .....	28
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	29
4.1. Análisis e interpretación de resultados .....	30
4.2. Docimasia de hipótesis .....	36
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	38
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES .....	43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	44
ANEXOS .....	47

## LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla 1	Gestión de compras – aprovisionamiento ..... 30
Tabla 2	Gestión logística en centros de distribución y almacenes ..... 30
Tabla 3	Gestión del transporte y distribución de la carga ..... 31
Tabla 4	Servicio al cliente..... 31
Tabla 5	Gestión logística ..... 32
Tabla 6	Perspectiva financiera ..... 33
Tabla 7	Perspectiva de clientes..... 33
Tabla 8	Perspectiva interna..... 34
Tabla 9	Perspectiva de aprendizaje y crecimiento ..... 34
Tabla 10	Desarrollo estratégico..... 35
Tabla 11	Medidas simétricas ..... 36
Tabla 12	Pruebas de chi-cuadrado ..... 36

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Problema de investigación

La logística a nivel mundial es vista como el punto de unión que hace funcionar la economía, además se dice que una gestión logística bien establecida significa una gran fuente de ventaja competitiva y es capaz de lanzar nuevos modelos de negocios. Por lo tanto, mientras más eficiente sea la gestión logística, será más efectivo disipar la incertidumbre del sistema logístico. Durante un panel titulado Logística: un puente para la prosperidad global, Day (2007) ha señalado al internet como el impulso que ha llevado a la gestión logística a dar un giro, ya que a medida en que más gente use Internet, mayor será el volumen de negocio, más pesados serán los paquetes y mayor será la necesidad de que las cartas viajen por el mundo. Uno de los criterios para saber qué empresas están realizando de manera eficiente la gestión logística es la tecnología y cómo la aplican a la mejora de sus procesos. Por ejemplo, dentro de las empresas de logística más grandes del mundo son UPS (United Parcel Service), Fedex y Japan Railways Group.

La gestión logística hace referencia a la forma en la que las empresas se abastecen, producen, almacenan y distribuyen productos o servicios, su objetivo es el control de flujo de materiales para asegurar la satisfacción de la demanda de los clientes con un determinado grado de bondad y a un coste razonable. Ferrín (2010) "Conectando para competir 2018: logística comercial en la economía global: el índice de desempeño logístico y sus indicadores", es un ranking elaborado por el Banco mundial, en el cual Perú ha alcanzado el puesto 83, que a comparación del año 2016 representa un retroceso. Al elaborar este ranking se expone que nuestro país se encuentra en un proceso con tendencia a la evolución en materia logística y de comercio exterior, sin embargo, a pesar de los resultados, según los expertos el Perú tiene la oportunidad de superar este ranking, partiendo de reenfocar sus políticas públicas y el aporte al sector privado y académico, estos esfuerzos tendrán efecto positivo en su desempeño logístico.

La ciudad de Piura tiene presente una numerosa población dedicada a diversas actividades económicas empresariales, entre ellas encontramos empresas ferreteras, estas en su mayoría presentan un déficit al no llevar una gestión logística adecuada, que se evidencia al no contar con un control en al

área de almacén, ya que no realizan una gestión de compras y eso repercute cuando se van a realizar actividades de distribución debido a que no cuentan con niveles de stock óptimos para abastecer su mercado y esto genera reclamos de los clientes, entregas que no se cumplen en el tiempo establecido, lo que conlleva lógicamente a un gran porcentaje de clientes insatisfechos. Debido a esto se propone que se realicen actividades de gestión logística que van a contribuir en el desarrollo estratégico de las empresas, este desarrollo abarca cuatro perspectivas, esta son la financiera, de clientes, interna y perspectiva de aprendizaje y crecimiento, que al desarrollarse buscan optimizar costos, para obtener una mejora en la rentabilidad, también se busca fortalecer la imagen organizacional de cada empresa, del mismo modo en que se va a fortalecer la relación con sus proveedores y clientes, sin dejar de lado la motivación y las capacitaciones que se brindan al personal.

Este proyecto, se ha realizado con la finalidad de proponer una solución a las necesidades de una gestión logística adecuada que tienen las empresas en el sector ferretero en la ciudad de Piura y así hacerles conocer que al aplicarla esta contribuiría de gran forma en el desarrollo estratégico de sus empresas.

### **Enunciado del problema**

¿Contribuye la gestión logística al desarrollo estratégico del sector ferretero Piurano en el año 2019?

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

Analizar la gestión logística y su relación con el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano en el año 2019.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Evaluar el nivel de la gestión logística en el sector ferretero piurano.
- Identificar qué nivel de desarrollo estratégico tiene el sector ferretero piurano.
- Describir la relación de la variable independiente Gestión logística y la variable dependiente Desarrollo estratégico del sector ferretero piurano.

### **1.3. Justificación**

#### **1.3.1. Teórica:**

El proyecto de investigación tiene como fin contrastar los resultados obtenidos con teorías establecidas por diversos autores expertos en el tema, quienes indican que la gestión logística permite usar de manera adecuada los recursos de las empresas y como esta gestión contribuirá al desarrollo estratégico de las empresas ferreteras piuranas, lo que les permitirá competir con otras empresas, teniendo negocios competitivos y rentables.

#### **1.3.2. Metodológica:**

Este proyecto propone estrategias para desarrollar la necesidad de la gestión logística, y para demostrarlo se han usado herramientas como las encuestas, previamente validadas. Por ello, una vez culminada la investigación con instrumentos de recolección de datos, los instrumentos podrán ser utilizados en futuros proyectos de investigación.

#### **1.3.3. Práctica:**

Desde el punto de vista práctico en investigación se justifica, ya que, proponemos una solución para enfrentar la ausencia de gestión logística en los empresarios de sector ferretero en la ciudad de Piura. Además, la gestión logística es muy importante y, por ello, la investigación será útil tanto para el interior de la empresa, como para otras investigaciones del mismo tema.

#### **1.3.4. Social:**

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad dar a conocer la importancia de la gestión logística y cómo contribuye al desarrollo estratégico de las empresas, en especial a las empresas del sector ferretero en Piura y así contribuir al sector ferretero Piurano.

## **II. MARCO DE REFERENCIA**

## 2.1. Antecedentes del estudio

### 2.1.1. Antecedentes Internacionales

Andrade (2016) *Desarrollo de Planificación Estratégica para la empresa BDO Ecuador Cía. Ltda. para el período 2016-2018* (Tesis de maestría). Universidad Internacional del Ecuador. Ecuador. La autora plantea un enfoque cualitativo y se manejó bajo un diseño de investigación con métodos de análisis y síntesis.

La autora concluye que:

BDO Ecuador es una empresa con experiencia y respaldo internacional. Se encuentra entre las 5 firmas de auditoría y consultoría más grandes a nivel nacional. Para que BDO se consolide internamente, se promoció en el mercado nacional y crezca organizacionalmente, debe aprovechar las fortalezas que tiene la empresa. Por esta razón debe entenderse que la planificación estratégica es una herramienta que permitirá obtener una visión estratégica a mediano y largo plazo; con la cual se logrará proyectar objetivos organizacionales y acciones para llegar al éxito deseado. La investigación de campo se acoge a un método analítico sintético, y mediante la técnica de la encuesta se recabó información sobre la percepción de los colaboradores, en la que se resalta la necesidad de lineamientos que permitan mejores niveles de comunicación, así como de difusión de información institucional y estratégica. El diagnóstico se consolida con la herramienta FODA que muestra las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, en función de las que se verifica la necesidad de una planificación para un crecimiento, así como para la consolidación de la cultura organizacional que influya en la identidad corporativa, y fomente el desempeño requerido del personal. Se diseña un plan que incluye el direccionamiento estratégico, objetivos específicos, estrategias y acciones; así como pautas para el seguimiento mediante el Cuadro de Mando Integral. Finalmente se presenta un comparativo de proyecciones con y sin la aplicación del plan propuesto, donde se evidencia una mejor situación para la

empresa, accionistas, trabajadores y proveedores, generándose más ingresos, egresos y rentabilidad.

### 2.1.2. Antecedentes Nacionales

Flores (2014) *La gestión Logística y Su Influencia en la Rentabilidad de las Empresas Especialistas en Implementación de Campamentos para el Sector Minero en Lima Metropolitana* (Tesis maestría). Universidad San Martín de Porres. Perú. El autor plantea dentro de esta investigación básicamente la investigación científica, la misma que ha servido para el desarrollo de los aspectos más importantes del presente trabajo, desde el planteamiento del problema hasta la contrastación de la hipótesis.

La autora concluye que:

La investigación es no experimental, cuyo diseño metodológico es el “descriptivo” y. Esta investigación está en la búsqueda de la eficiencia para encontrar soluciones técnicamente óptimas, en un tiempo prudente, el cual constituye todo un proceso de organización, procedimientos y sobre todo cambio de actitud, que parte del cumplimiento de las funciones en todas las instancias relacionadas con el proceso de adquisición. Para contrastar las hipótesis planteadas se usó la prueba Ji Cuadrado, pues los datos para el análisis deben estar en forma de frecuencias. La estadística Ji Cuadrado es la más adecuada porque las pruebas son las evidencias muestrales. La población que conforma la investigación estuvo delimitada por un grupo de 8 empresas dedicadas al abastecimiento de campamentos en el sector minero ubicadas en Lima Metropolitana, conformada por una población estimada de 500 personas entre damas y caballeros, lo cual se detalla en el cuadro adjunto. Se concluye la presente investigación, indicando que las distintas unidades del proceso logístico tales como: compras, almacén, transporte y atención al cliente influye de manera favorable en la optimización de la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero de Lima Metropolitana, alcanzado así el logro de los objetivos planteados en la investigación.

Urday (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 maestría) Universidad San Ignacio de Loyola. Lima. Perú. El autor plantea una investigación de carácter Cuantitativo y Cualitativo, la hipótesis es La gestión logística influye en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra.

Los autores concluyen que:

La presente investigación tiene como objetivo general de Determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra. La tesis contiene información de autores que han realizado trabajos de investigación similares tanto a nivel nacional e internacional, los cuales sirven como respaldo en el objetivo del estudio, así mismo se trabajará con la teoría de Gestión Logística y Competitividad. En la presente investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, diseño no experimental – transversal. Así mismo se obtuvo una población de 15 pymes del sector construcción e importadoras, por lo que se encuestó a una persona encargada en la toma de decisiones de cada empresa. La técnica utilizada para recolectar datos es la encuesta, que se realizó a través de un cuestionario con respuestas cerradas, pero se realizó también entrevista a profundidad. Para la validez del instrumento se empleó el juicio de expertos y para la confiabilidad se utilizó el alfa de Crombach. Al culminar con el presente trabajo de investigación se llegó a la conclusión que la Gestión Logística influye en la competitividad para pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra.

### 2.1.3. Antecedentes Locales

Castillo (2015) *Propuesta de mejora en la logística interna en la empresa DYSMAR E.I.R.L. – año 2015*. (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional de Piura. Piura. Perú.

El autor concluye:

El presente trabajo tuvo como objetivo general realizar un análisis y propuesta de mejora que permita orientar la gestión logística interna en la empresa DYSMAR E.I.R.L - 2015; para lo cual se describió los procesos de compras, almacenamiento y distribución. La investigación fue de tipo descriptiva y presenta un enfoque cualitativo, con un diseño no experimental y transversal. La técnica de recolección de datos fue la guía de observación y la guía de entrevista; el cuestionario fue aplicado a una muestra al jefe de Logística, información que fue procesada con el programa Excel 2010 de Windows, para presentar tablas, y gráficos. Dentro de las principales conclusiones se concluye que la gestión de logística interna evidencia deficiencias en el inadecuado espacio del almacén, el control manual de inventarios, la falta de utilización de TIC's y la poca capacidad de respuesta de entrega de los pedidos. Asimismo, de aplicar los lineamientos de mejora planteados la propuesta permitirá a la empresa DYSMAR contar con una buena gestión comercial, reflejada en un mejor control de stock, mejor distribución, así como una respuesta adecuada a las solicitudes de los clientes, y una adecuada comunicación y coordinación con los proveedores.

De La Torre (2017) *Propuesta de mejora para la gestión logística de una empresa comercializadora de prendas de vestir* (Tesis de maestría). Trujillo, Perú. La autora plantea una investigación de carácter Cuantitativo y Cualitativo

La autora concluye:

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de determinar los componentes de una propuesta que permitirá mejorar la gestión logística (compras, almacén e inventario) de una empresa comercializadora de prendas de vestir, Trujillo - 2016. Para la recolección de los datos se aplicaron las técnicas e instrumentos como: el Análisis Documental para la elaboración del Marco Teórico recurriendo a fuentes como Libros y Trabajos de Investigación pertinentes al tema y la Guía de Análisis Documental la cual tuvo la

finalidad de acceder a todos los datos necesarios para diagnosticar el funcionamiento de su logística de la empresa “El Ofertón de Moda E.I.R.L.”; así mismo, se utilizó la técnica de entrevista con su instrumento guía de entrevista que fue aplicado al Gerente y la técnica de observación con su instrumento guía de observación aplicado a la muestra del presente estudio en el local ubicado en Suarez N° 321, Trujillo. La investigación concluye lo siguiente: Su funcionamiento en la Logística se caracteriza por presentar deficiencias en su Gestión de Compras, Almacén e Inventarios pues estas son llevadas a cabo de manera empírica por un personal no capacitado, sin procedimientos estandarizados ni el registro de documentos o formatos pertinentes a cada proceso. Por lo que se está proponiendo componentes que permitirá mejorar su gestión logística, siendo las más relevantes; el componente humano, registros y formatos, clasificación ABC, 5´s en el Almacén y aplicación de kárdex físicos y valorizados.

## **2.2. Marco teórico**

### **2.2.1. Gestión Logística**

Flores (2015) menciona que “el término gestión ha sido definido por numerosos autores, todos coinciden en que se basa en las acciones y decisiones requeridas para desarrollar los procesos de la organización, en función de los objetivos deseados, con atención particular al contexto que la rodea”. Ballou (2011) “considera que la logística es un área que se encuentra inmersa en la cadena de abastecimiento, cuya disciplina planifica, dirige y controla el flujo de materiales, suministros, insumos y productos terminados, así como su almacenamiento eficiente, para satisfacer adecuadamente los requerimientos exigidos por los clientes”. A su vez Martínez (2019), en su obra Logística empresarial, define a la logística como “el ámbito perteneciente a la cadena de suministro, que añade valor a los bienes o servicios, a través de la realización del cuidado, protección, control, transporte y distribución de bienes, bajo indicadores de tiempo y posición”. Según Urday (2017) “La gestión de la cadena de suministro está representada por un sistema, el cual contiene varias

etapas que nacen desde que surge la necesidad del consumidor hasta que ésta logra llegar al cliente final. Dichas etapas van adquiriendo valor a medida que el flujo de materiales e información, para el análisis y toma de decisiones, llegan al usuario final”.

#### **2.2.1.1. Funciones de la gestión logística**

Iglesias (2018) menciona que “La función de la logística es la planificación y la gestión del flujo de materiales de la manera más eficaz entre nuestros proveedores y nuestros clientes finales, incluyendo la creación e implementación de sistemas de control y mejora. Dentro de este gran proceso, existen cinco funciones que en la actualidad son básicas para lograr un adecuado nivel de servicio al cliente. Estas son”:

- 1) Control del inventario: “Controlar el inventario es básico para poder acometer un adecuado proceso logístico. Conlleva analizar los motivos por los que se producen diferencias de inventario e intentar mejorarlos, pues cualquier mejora para reducir estas diferencias se traduce inmediatamente en un incremento del beneficio neto, convirtiéndose así en una nueva vía de ingresos. Disponer de un adecuado control del inventario nos permite dar a nuestros clientes, desde el mismo momento en que realizan el pedido, una garantía de servicio, factor cada día más valorado” (Iglesias, 2018).
- 2) Procesos operativos en el almacén: “Son todas las actividades operativas que se desarrollan dentro del almacén por un conjunto de recursos materiales y humanos, en especial el proceso de picking, que es la recogida y combinación de cargas unitarias que conforman el pedido de un cliente. Los objetivos son realizar las tareas sin errores, con la calidad requerida por el cliente, y mejorar la productividad a través de la coordinación de las estanterías, las carretillas, los métodos organizativos, la informática y las nuevas tecnologías. Aquellas empresas capaces de gestionar los procesos

operativos del almacén con exactitud, rapidez y a un bajo coste obtendrán una clara ventaja competitiva” (Iglesias, 2018).

- 3) Transporte de distribución: “ÚLTIMA MILLA. Denominamos última milla al último tramo del trayecto que recorre un pedido antes de ser entregado a su comprador. La dispersión geográfica de los clientes, los pedidos con pocas referencias y escasas unidades por referencia, así como las condiciones en que la entrega domiciliaria ha de producirse constituyen los tres pilares básicos sobre los que se asienta esta función. Trabajar en mejorar los procesos de entrega a los clientes finales, realizándolos cada día de una forma más rápida y eficiente tanto en costes como en aspectos medioambientales es uno de los grandes desafíos actuales de la logística” (Iglesias, 2018).
- 4) Trazabilidad: “La trazabilidad es la localización de los productos en el espacio y en el tiempo, que permite, de forma fehaciente y en cualquier momento, la reconstrucción del proceso íntegro de compra: producción, almacenaje, transporte, distribución y venta. Para gestionar de manera adecuada la trazabilidad en el proceso operativo, es básico disponer de unos sistemas de información adecuados” (Iglesias, 2018).
- 5) Logística inversa: “En la gestión empresarial actual, el ciclo inverso de la mercancía adquiere cada día más importancia como consecuencia de un consumidor más exigente y unas normativas que persiguen mejorar la sostenibilidad de nuestro planeta. Tener definidos de una manera adecuada los flujos de la logística inversa es un factor básico para garantizar el servicio al cliente y la responsabilidad social de la empresa. En los procesos relacionados con las devoluciones, la empresa debe trabajar en la mejora continua de los flujos directos y poner todos los medios a su alcance para minimizar el número de devoluciones a través de, por ejemplo, controles

de calidad que dificulten el acceso de productos defectuosos al mercado, sistemas de transporte apropiados que eviten desperfectos durante la distribución del producto, mejoras en los envases y embalajes, políticas de devoluciones más rigurosas y cualesquiera otros que acerquen a la empresa a un nivel cero de devoluciones” (Iglesias, 2018).

“Por el contrario, la gestión de los flujos de productos recuperados tiene ante sí un futuro esperanzador, aunque su éxito dependerá, fundamentalmente, de la existencia de un compromiso por parte de todos los miembros de la cadena de suministro para desarrollar de forma eficiente esta actividad, desde los proveedores y suministradores hasta los distribuidores, los consumidores, los recuperadores e incluso los propios competidores. El establecimiento de objetivos cuantificables en las operaciones de recuperación, la selección de la opción más adecuada y un diseño detallado del producto y del proceso contribuirán al éxito de este proyecto” (Iglesias, 2018).

#### **2.2.1.2. Elementos de la gestión logística**

El éxito de las empresas está relacionado principalmente en el manejo de decisiones que se tomen en cada una de las etapas de la cadena de abastecimiento. El objetivo fundamental es disminuir la incertidumbre y mejorar al rendimiento en las organizaciones, de manera que las decisiones inmediatas se vean respaldadas por decisiones tanto a corto como a largo plazo. Los elementos claves se esquematizan en tres categorías, las cuales varían de acuerdo con la frecuencia, tiempo e impacto que genere su aplicación en la cadena de valor.

Roberts (2018) acota que de los elementos de la gestión logística son los siguientes:

- 1) Estratégicos o de diseño: “Durante esta fase, una empresa decide cómo estructurar la cadena de suministro. Se decide, a largo plazo, cuál será la configuración y diseño de la cadena, asimismo, cuáles serán los procesos que se realizarán en cada etapa. Las decisiones estratégicas formuladas por las empresas pueden incluir la ubicación, la capacidad de producción, instalaciones de almacenamiento, los productos que fabrica o almacena en distintos lugares, los modos de transporte y el tipo de sistema de información que será utilizado”.
- 2) Tácticos o de planificación: “La planificación es flexible ante los cambios presentados por la demanda. Durante esta fase, se definen un conjunto de políticas de funcionamiento que rigen las operaciones a corto plazo. Las decisiones tomadas durante esta fase nacen de una configuración predeterminada en la fase estratégica. Las empresas inician su fase de planificación con una previsión para cada año que viene u otro marco de tiempo comparable que les permita proyectar la demanda en diferentes mercados. Las decisiones planteadas en dicha etapa repercuten directamente en los planes de compra y producción, políticas de inventarios y transporte, subcontratación, planes en las promociones de marketing etc.”.
- 3) Operativo: “En dicha fase las organizaciones ponen en marcha las decisiones del día a día, aplicando las políticas definidas previamente en la planificación, de manera que estas puedan ser implementadas de la mejor manera posible. En este nivel las empresas generan los programas y órdenes de producción, manejo en las excepciones de pedidos, despacho de vehículos entre otros”.

### **2.2.1.3. Diagnóstico logístico**

Básicamente un diagnóstico logístico de la cadena de suministro corporativa consiste en detectar medidas o áreas de oportunidad y mejora dentro de la compañía. El propósito de un diagnóstico logístico fast track es conocer los procesos de la empresa de forma expedita, que permita tener un panorama general en corto tiempo, un promedio cuatro semanas, dependiendo de la complejidad de los procesos internos y externos de la compañía y el alcance que se establezca (Ribas, 2018)

### **2.2.1.4. Indicadores de gestión logística (KPI'S)**

Ribas (2018) afirma que, los Indicadores de Desempeño Logístico son medidas de rendimiento cuantificables aplicados a la gestión logística que permiten evaluar el desempeño y el resultado en cada proceso de recepción, almacenamiento, inventarios, despachos, distribución, entregas, facturación y flujos de información entre las partes de la cadena logística. Es indispensable que toda empresa desarrolle habilidades alrededor del manejo de los indicadores de gestión logística, con el fin de poder utilizar la información resultante de manera oportuna (tomar decisiones).

### **2.2.1.5. Importancia de los indicadores de gestión**

Rolf Poluha describe que “los indicadores de desempeño en la cadena de suministro deben ser fáciles de definir, aplicar y comprender de tal forma que permitan la toma de decisiones a los ejecutivos y personal relacionado con la cadena de suministro. Este autor también indica que al momento de seleccionar los indicadores de desempeño para la cadena de suministro se deben elegir aquellos que sean críticos para alcanzar los objetivos de la empresa a niveles adecuados de

prestación de servicios, bajos costos de operación y utilización”. (Citado por Gallardo 2015).

#### **2.2.1.6. Dimensiones de la gestión logística**

##### **Gestión de compras y aprovisionamiento**

Fernández (2015) menciona que “en términos de gestión y control de operaciones relacionadas con los flujos físicos de materiales, las compras se constituyen en la primera función de la cadena de suministro. Esto debido a que el inicio de este importante proceso depende de las necesidades de materias primas y materiales de empaque identificadas para los procesos productivos; así como de los repuestos para las tareas de mantenimiento; recurso humano necesario; horas de montacargas requeridas en el centro de distribución; cantidad de papel para fotocopias, etc. Tal determinación de actividades nace de la planeación y pronóstico de la demanda que realice una determinada compañía. Sin embargo, la función de compras se integra a este proceso, al igual que al de innovación y desarrollo, como un agente conocedor de las fuentes de aprovisionamiento y, por ende, de aquellos actores capaces de satisfacer de manera óptima los requerimientos de adquisición de la empresa”.

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

Fernández (2015) indica que “una bodega o almacén puede definirse como un espacio planificado para ubicar, mantener y manipular mercancías y materiales. Dentro de esta definición hay dos funciones dominantes: el almacenamiento y el manejo de materiales. El papel que tiene una bodega en el ciclo de abastecimiento de la empresa depende de la naturaleza de la misma. En algunas ocasiones, será un punto de paso donde se descompone el flujo de materiales, conformado por unidades de empaque, para despachar las cantidades que necesitan los clientes. En este caso, el almacenaje no tiene tanta relevancia

como el manejo de materiales. Como punto de partida, es necesario entender que las actividades físicas desarrolladas durante el proceso de almacenamiento son: recepción, almacenaje, preparación de pedidos y expedición. Se destaca tres grandes funciones como; minimizar el costo total de la operación, suministrar los niveles adecuados de servicio y el complemento de procesos productivos”.

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

“De una forma breve y sencilla, diremos que la función de transporte se ocupa de todas las actividades relacionadas directa o indirectamente con la necesidad de situar los productos en los puntos de destino correspondientes, de acuerdo con unos condicionantes de seguridad, servicio y costo. La palabra transporte se relaciona inevitablemente con el concepto de movimiento físico del producto”. (Fernández, 2015)

### **Servicio al cliente**

Rios (2015) asegura que, el servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo.

## **2.2.2. Desarrollo estratégico**

Roncancio (2018) menciona que: “La Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización. Así, la Planeación estratégica es un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a alcanzar estos objetivos”.

### **2.2.2.1. Beneficios del desarrollo o planeación estratégica**

Roncancio (2018) menciona que la planeación estratégica permite que la empresa actúe de forma proactiva y no reactiva.

- “Da a todo el equipo un sentido de dirección”
- “Incrementa la rentabilidad y la cuota de mercado del negocio”
- “Aumenta la longevidad del negocio”
- “Aumenta la satisfacción laboral al dar sentido y propósito”
- “Establece una diferenciación y evita la convergencia competitiva”
- “Permite tomar mejores decisiones”
- “Incrementa la eficiencia operacional”
- “Identifica y establece prioridades para la organización”
- “Establece una estructura para coordinar y controlar las actividades”
- “Reduce los efectos y cambios adversos”
- “Permite que todas las decisiones estén alineadas con los objetivos”
- “Reduce el tiempo y los recursos que se invierten en la corrección de decisiones erróneas”
- “Facilita la distribución del tiempo y los recursos”
- “Fomenta una mejor comunicación entre los miembros del equipo”
- “Da una base para establecer las responsabilidades individuales”
- “Ofrece un método operativo para enfrentar problemas y oportunidades”
- “Fomenta una buena actitud hacia el cambio”
- “Proporciona un alto grado de disciplina en la dirección de la organización”

#### **2.2.2.2. Modelos de desarrollo**

Balanced ScoreCard: Roncancio (2018) menciona que es: “El cuadro de mando integral es una metodología de Planeación Estratégica que permite evaluar el funcionamiento de una organización a partir de cuatro perspectivas clave: La perspectiva financiera, la perspectiva del cliente, la perspectiva de procesos y la perspectiva de aprendizaje y crecimiento. Además, organiza la Planeación Estratégica en términos de objetivos, indicadores e iniciativas”.

Mapa estratégico: Roncancio (2018) indica que “Es una herramienta visual diseñada para comunicar el plan estratégico a toda la organización. El mapa estratégico es muy importante para el Balanced Scorecard, sin embargo, no es exclusivo para esta metodología. A modo de resumen, este ofrece la posibilidad de comunicar la Planeación Estratégica desde lo gerencial hacia todo el equipo, por medio de un formato fácil de digerir y entender”.

Análisis FODA: Roncancio (2018) menciona que es “También conocido como el análisis Soportunities, threats) es una herramienta de análisis de una organización que se basa en sus características internas (Debilidades y fortalezas) y sus características externas (Amenazas y oportunidades). A partir de la evaluación de estas características, el análisis DOFA permite conocer la situación real en la que se encuentra una organización y así ayuda a plantear la estrategia futura”.

Análisis PEST: Roncancio (2018) menciona: “Por sus siglas en inglés PEST (Política, económica, sociocultural, tecnológica) pretende analizar el entorno industrial o empresarial de una organización a partir de estos cuatro factores, así, pretende determinar cómo ese entorno podría afectar a la organización.

Usualmente el Análisis PEST se usa dentro de las características externas del Análisis DOFA”.

Análisis de brechas (Gap Analysis): Roncancio (2018) menciona que: “Este modelo pretende comparar dónde está una organización actualmente y a dónde pretende llegar. Una vez existe esta comparación, se busca establecer cómo cerrar esta brecha”.

Blue Ocean Strategy: “La estrategia Blue Ocean, propone que las organizaciones se desarrollen dentro de un mercado no disputado (mercado de océano azul), en lugar de un mercado desarrollado o saturado (mercado de océano rojo). Este tipo de estrategia pretende generar valor a partir de que una organización logre ubicarse en un océano azul. Para comprender esto mejor vamos con un ejemplo: El éxito del Cirque du Soleil se basó precisamente en este modelo estratégico; no intentó funcionar como un circo tradicional, es decir no se insertó en un mercado de océano rojo, al contrario, creó su propio nicho, su propia demanda, e hizo algo que ningún otro circo había hecho antes, es decir, creó su océano azul” (Roncancio, 2018).

Análisis Porter de las cinco fuerzas: “Es un modelo estratégico que establece un marco para evaluar el nivel de competencia dentro de una industria y así poder desarrollar una estrategia de negocio. Para este análisis se articulan cinco fuerzas que determinan la intensidad de la competencia y la rivalidad en la industria. Las cinco fuerzas son: Poder de negociación de los compradores o clientes (F1), Poder de negociación de los proveedores o vendedores (F2), Amenaza de nuevos competidores entrantes (F3), Amenaza de productos sustitutos (F4) y Rivalidad entre competidores (F5)” (Roncancio, 2018).

### **2.2.2.3. Dimensiones del desarrollo estratégico**

#### **Perspectiva Financiera**

Roncancio (2019) menciona que “Para la mayoría de las organizaciones con fines de lucro, el dinero es una prioridad. Por lo tanto, para estas organizaciones la perspectiva más importante tiene que ver con los objetivos financieros. Esencialmente, cualquier objetivo clave relacionado con la salud financiera y la rentabilidad de la organización puede incluirse en esta perspectiva. Los ingresos y las ganancias son objetivos obvios que la mayoría de las organizaciones enumeran en esta perspectiva. Otros objetivos financieros podrían incluir”:

- Generar ahorro de costos y eficiencia.
- Mejorar el margen de rentabilidad.
- Aumentar las fuentes de ingresos

#### **Perspectiva de clientes**

Roncancio (2019) al respecto menciona que: “Esta perspectiva se centra en los objetivos estratégicos que están relacionados con los clientes y el mercado. En otras palabras, para lograr sus objetivos financieros, ¿exactamente qué necesita lograr en términos de sus clientes y mercado(s). Incluidos en esta perspectiva puede encontrar objetivos estratégicos para”:

- Servicio al cliente y satisfacción.
- Participación en el mercado.
- Reconocimiento de marca.

#### **Perspectiva interna**

Roncancio (2019) menciona que: “¿Qué procesos necesita implementar para cumplir sus objetivos estratégicos financieros y relacionados con los clientes? Esa es la pregunta que esta perspectiva pretende responder. Aquí debe establecer metas y objetivos operativos internos o, en otras palabras, definir qué

procesos requiere actualmente la organización y qué debe hacer para mejorar su desempeño. Algunos ejemplos de objetivos de la perspectiva de procesos internos son”:

- Mejoras en los procesos.
- Optimización de la calidad.
- Aumentar la utilización de la capacidad instalada.

### **Perspectiva aprendizaje y crecimiento**

Roncancio (2019) menciona que: “Mientras que la tercera perspectiva se centra en el lado de los procesos concretos, la última perspectiva considera drivers de desempeño más intangibles. Debido a que cubre un espectro tan amplio, esta perspectiva a menudo se divide en los siguientes componentes”:

- Capital humano: habilidades, talento y conocimiento.
  - Capital de información: bases de datos, sistemas de información, redes e infraestructura tecnológica.
- Capital organizacional: cultura, liderazgo, alineación de empleados, trabajo en equipo y gestión del conocimiento.

## **2.3. Marco conceptual**

### **Materia prima**

Según García (2017) hace referencia a todo bien que tenga como finalidad la transformación durante un proceso de producción hasta convertirse en un elemento de consumo. Muchos de los bienes materiales precisan de una modificación o transformación antes de que pueda ser usado por los usuarios.

### **Optimización de rutas de transportes**

Cornejo (2018), sostiene que “la ruta óptima es el mejor camino que debería seguir un vehículo en una red de carreteras, líneas ferroviarias, líneas de embarque o rutas de navegación aérea que minimicen el tiempo o distancia. A menudo, únicamente se informa al chofer acerca de su destino para llevar la mercancía. Sin embargo, lo más importante es indicarle por cuál trayecto

debe pasar, en qué puntos encontrará retenciones de tráfico, los sitios para repostar combustible y en qué tramos puede realizar una pausa”.

### **Seguros de carga**

Mac (2019) menciona que el seguro de carga “es un contrato -póliza de seguro- que suscribe el tomador con una institución aseguradora a cambio de una prima para proteger la mercancía en tránsito”.

### **Imagen organizacional**

“La imagen corporativa y/o imagen institucional aparece como el registro público de los atributos identificatorios del sujeto social; equivale a la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o espontáneo; para definir la imagen corporativa nos quedamos con la acepción que le atribuye el carácter de una representación colectiva de un discurso imaginario; por otra parte, la imagen como icono remite al significante visual, comprende factores estratégicos, comerciales, emocional y social en cuanto a la imagen”. (Arnau, 2015, p.2).

### **Optimización de costos**

García (2016) menciona que, el reto de optimizar costos es más complejo de lo que se piensa. Cada fabricante y cada marca, debe optimizar sus costos de producción sin sacrificar la calidad de su producto. No importa si se compete en el segmento más económico o en el de los vehículos Premium, cada marca tiene que cuidar el mantener la confiabilidad de su producto y cumplir con la expectativa de sus consumidores. Reducir un costo de producción que conlleve un problema técnico, cosmético o de imagen, puede traer la pérdida de la preferencia de una gran cantidad de consumidores y, en consecuencia, de participación en el mercado, que es lo más difícil de abarcar o, en su caso, de recuperar, dada la competitividad en esta industria.

## **2.4. Sistema de hipótesis**

La relación será positiva entre la gestión logística y el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano.

## 2.5. Variables e indicadores

Variables para Investigar	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Gestión Logística	Flores (2015) menciona que “el término gestión ha sido definido por numerosos autores, todos coinciden en que se basa en las acciones y decisiones requeridas para desarrollar los procesos de la organización, en función de los objetivos deseados, con atención particular al contexto que la rodea”.	"Aplicación de los procesos de almacenamiento, clasificación, distribución y transporte de los bienes y servicios disponibles en una empresa, teniendo como referencia principal la información financiera correcta y segura, la promoción de eficiencia de operación y la adhesión a las políticas prescritas por la dirección de la empresa" (Castellanos, 2009).	Gestión de compras y aprovisionamiento	Pronóstico de las necesidades Requerimientos de materia prima e insumos Selección, evaluación y certificación de proveedores Protección de inventarios Selección del precio de compra
			Gestión logística en centros de distribución y almacenes	Garantía de adquisición de productos de alta calidad Minimización de costos de operación
			Gestión del transporte y distribución de la carga	Suministro de los niveles adecuados del servicio
			Servicio al cliente	Rapidez y puntualidad en la entrega Gestión de tarifas y fletes de carga Optimización de rutas de transporte Seguros de carga Reclamos de clientes Tiempo de entrega a clientes Porcentaje de clientes satisfechos

Variables para Investigar	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Desarrollo Estratégico	Roncancio (2018) menciona que: "La Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno"	"Los planificadores y estrategas de empresas consideran las metas, políticas, programas y decisiones estratégicas como elementos fundamentales de la estrategia empresarial, a pesar de que cada una de ellas poseen distintos significados en las diversas culturas organizacionales." (Andrade, 2015)"	Perspectiva Financiera	Optimización de costos Asegurar flujo de caja Mejorar la rentabilidad
			Perspectiva de Clientes	Fortalecer la imagen organizacional Mejorar y sostener el nivel de servicio Generar y sostener cultura al servicio
			Perspectiva Interna	Fortalecer la relación con los proveedores Sistematizar los procesos
			Perspectiva Aprendizaje y Crecimiento	Formación y capacitación de personal Gestión del conocimiento Motivación del capital intelectual

# **III. METODOLOGÍA**

### 3.1. Tipo y nivel de investigación

**Tipo:** Básico

**Nivel:** Correlacional

### 3.2. Población y muestra de estudio

**Población:** Para la población se va a considerar las personas representantes de las ferreterías que se encuentren dentro del desarrollo urbano de la ciudad de Piura siendo estas según la SUNAT 51 empresas del sector en estudio.

#### **Criterios de inclusión**

Empresas ubicadas en la ciudad de Piura

Empresas formalmente constituidas

Empresas con más de un año de actividad en el grupo

**Marco muestral:** Son todas las personas encargadas de las empresas, como el representante legal, el gerente, el administrador, el jefe de almacén, del sector ferretero de la ciudad de Piura registradas en SUNAT en el año 2019.

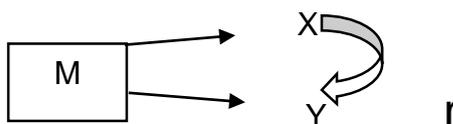
**Unidad de análisis:** Cada una de las personas encargadas de las empresas, como el representante legal, el gerente, el administrador, el jefe de almacén, del sector ferretero de la ciudad de Piura registradas en SUNAT en el año 2019.

**Muestra:** Al ser pequeña la población se tomará como muestra las 51 personas representantes de las empresas del sector ferretero de la ciudad de Piura registradas en SUNAT en el año 2019.

### 3.3. Diseño de investigación

Se utilizó el diseño explicativo básico correlacional:

Esquema:



Dónde:

M: Empresas del sector ferretero

X: Gestión logística

Y: Desarrollo estratégico

r: El nivel de la relación entre la variable X, Y

### 3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

#### a) Técnica:

La Encuesta: Caracterizada por su amplia utilidad en la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad.

#### b) Instrumento:

El cuestionario: Es un instrumento de investigación que consistirá en aplicar una serie de preguntas que miden actitudes del individuo hacia un determinado hecho, presentado en escala de Likert con alternativas,

### 3.5. Procesamiento y análisis de datos

- Los resultados fueron presentados en cuadros bivariantes con el número de casos que corresponden a las categorías de las variables.
- Los datos fueron recolectados aplicando cuestionarios elaborados en base a los objetivos propuestos y fueron procesados empleando el programa SPSS V.23, previa elaboración de la base de datos en el programa Excel.

# **IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

#### 4.1. Análisis e interpretación de resultados

Después de realizar las encuestas, los resultados se tabularon y organizaron con la finalidad de que se facilite su comprensión para los lectores. A continuación, se presentan los resultados.

**PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO:** Evaluar el nivel de la gestión logística en el sector ferretero piurano.

Tabla 1

*Gestión de compras – aprovisionamiento*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	0	0.00%
Casi siempre	12	23.53%
Algunas veces	14	27.45%
Muy pocas veces	21	41.18%
Nunca	4	7.84%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Aplicación de encuestas*

*Elaborado: Por el autor*

Interpretación: Del total de personas encuestadas, un 41.18%, es decir mayoría consideró que la realización del análisis del comportamiento histórico de ventas, las estimaciones de la demanda y la medición o monitoreo de la certificación de proveedores en los requerimientos, se realizan muy pocas veces, un 23.53% consideró que casi siempre se realiza una buena gestión, un 27.45% consideró que algunas veces se realiza, un 7.84% consideró que nunca y finalmente el 0% considero que siempre se realiza.

Tabla 2

*Gestión logística en centros de distribución y almacenes*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	4	7.84%
Casi siempre	9	17.65%
Algunas veces	11	21.57%
Muy pocas veces	23	45.10%
Nunca	4	7.84%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Aplicación de encuestas  
Elaborado: Por el autor

Interpretación: Del total de personas encuestadas, un 45.10%, es decir mayoría consideró que la realización de la gestión logística en centros de distribución o almacenes para adquirir productos de alta calidad y disminuir costos de producción se realizan muy pocas veces, un 17.65% consideró que casi siempre se realizan estas actividades, un 7.84% consideró que siempre se realiza, un 21.57% consideró que algunas veces y finalmente el 7.84% restante considero que nunca se hace.

Tabla 3

*Gestión del transporte y distribución de la carga*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	2	3.92%
Casi siempre	11	21.57%
Algunas veces	13	25.49%
Muy pocas veces	21	41.18%
Nunca	4	7.84%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Aplicación de encuestas  
Elaborado: Por el autor

Interpretación: Del total de personas encuestadas, un 41.18%, es decir la mayoría consideró que se realiza la gestión del transporte y distribución de la carga que permite un suministro de los niveles adecuados de servicio y la rapidez de puntualidad y entrega; Muy pocas veces. Un 25.49% consideró que algunas veces se realiza una buena gestión, un 21.57% consideró que muy pocas veces se realiza, un 3% de las personas encuestadas consideró que siempre y finalmente el 7.84% de las personas restantes consideraron que nunca se realiza.

Tabla 4

*Servicio al cliente*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	6	11.76%
Casi siempre	10	19.61%

Algunas veces	9	17.65%
Muy pocas veces	22	43.14%
Nunca	4	7.84%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Aplicación de encuestas*

*Elaborado: Por el autor*

Interpretación: Del total de personas encuestadas, un 43.14%, es decir la mayoría consideró que se realiza un aumento del porcentaje de clientes satisfechos con un buen servicio al cliente en la rapidez de las solicitudes y respuesta a reclamos; Muy pocas veces, un 17.65% consideró que algunas veces se realiza un buen servicio, un 19.61% de las personas encuestadas consideraron que casi siempre, un 11.76% consideró que siempre y finalmente el 7.84% de las personas restantes consideraron que nunca se realiza.

Tabla 5

*Gestión logística*

<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Muy Alto	3	5.88%
Alto	13	25.49%
Regular	11	21.57
Bajo	20	39.22
Muy bajo	4	7.84%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Aplicación de encuestas*

*Elaborado: Por el autor*

Interpretación: De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicada, se pudo obtener que un 5.88% de los encuestados consideran que la gestión logística es muy alta, mientras un 25.49% consideran que la gestión logística es alta. El 21.57% de los encuestados dijeron que tiene un nivel regular. El 39.22% lo consideran bajo. Finalmente, el 7.84% de las personas restantes considera que es muy bajo.

**SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO:** Identificar qué nivel de desarrollo estratégico tiene el sector ferretero piurano.

Tabla 6

*Perspectiva financiera*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	5	9.80%
Casi siempre	9	17.65%
Algunas veces	12	23.53%
Muy pocas veces	19	37.25%
Nunca	6	11.76%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Aplicación de encuestas*

*Elaborado: Por el autor*

Interpretación: Del total de personas encuestadas, un 37.25%, es decir la mayoría consideró que muy pocas veces las estrategias para optimizar los costos primero consisten en identificar la cadena de valor dentro de los departamentos de la empresa, que las estrategias para asegurar el flujo de caja permiten detectar necesidades de financiamiento y que mejorar la rentabilidad implica un buen nivel de ventas y una buena gestión de activos. Otro 23.53% consideró que casi siempre se tiene una buena perspectiva financiera, un 17.65% consideró que casi siempre, un 9.80% consideró que siempre y finalmente el 11.76% de las personas restantes consideraron que nunca.

Tabla 7

*Perspectiva de clientes*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	7	13.73%
Casi siempre	12	23.53%
Algunas veces	9	17.65%
Muy pocas veces	18	35.29%
Nunca	5	9.80%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Aplicación de encuestas*

*Elaborado: Por el autor*

Interpretación: Del total de personas encuestadas, un 35.29%, es decir la mayoría consideró que muy pocas veces las estrategias sobre la selección de clientes permiten identificar y definir propuestas de valor, definir los medios a seguir para conseguir que el cliente adquiera los productos o servicios de la empresa por primera vez y obtener nuevos ingresos mediante la venta de otros productos o servicios ajenos y/o complementarios a los ya ofrecidos. Un 17.65% consideró que algunas veces se tiene una buena perspectiva de cliente, un 23.53% consideró que casi siempre; Solo un 13.73% consideró que siempre y finalmente el 9.80% considero que nunca.

Tabla 8

*Perspectiva interna*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	7	13.73%
Casi siempre	9	17.65%
Algunas veces	10	19.61%
Muy pocas veces	19	37.25%
Nunca	6	11.76%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Aplicación de encuestas*

*Elaborado: Por el autor*

Interpretación: Del total de personas encuestadas, un 37.25%, es decir la mayoría consideró que muy pocas veces se cree que las estrategias sobre el fortalecimiento de la relación con los proveedores permiten mejorar la rentabilidad de la empresa y la sistematización de los procesos en ahorro de tiempo. Un 17.65% consideró que casi siempre se tiene una buena perspectiva interna, un 19.61% consideró que algunas veces, un 13.73% consideró que siempre y finalmente el 11.76% de las personas restantes consideraron que nunca lo es.

Tabla 9

*Perspectiva de aprendizaje y crecimiento*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
---------------------	-----------	----------

Siempre	4	7.84%
Casi siempre	10	19.61%
Algunas veces	13	25.49%
Muy pocas veces	19	37.25%
Nunca	5	9.80%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Aplicación de encuestas*

*Elaborado: Por el autor*

Interpretación: Del total de personas encuestadas, un 37.25%, es decir la mayoría consideró que muy pocas veces la perspectiva de aprendizaje es una guía que sirve para identificar las metas que tiene la empresa en relación a la formación y capacitación de sus colaboradores, permite gestionar el conocimiento para optimizar todos los recursos de la empresa y permite aumentar la motivación del capital intelectual y que de esta forma impulse a las personas el deseo de alcanzar las metas. Un 19.61% consideró que casi siempre se tiene una buena perspectiva de aprendizaje y crecimiento, un 25.49% consideró que algunas veces, un 7.84% consideró que siempre y finalmente el 9.80% de las personas restantes, consideraron que nunca lo es.

Tabla 10

*Desarrollo estratégico*

<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Muy alto	3	5.88%
Alto	13	25.49%
Regular	11	21.57%
Bajo	19	37.25%
Muy bajo	5	9.80%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Aplicación de encuestas*

*Elaborado: Por el autor*

Interpretación: De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicada, se pudo obtener que un 5.88% de los encuestados consideran que el desarrollo estratégico es muy alto, mientras un 25.49% consideran que la gestión logística es alta, El 21.57% consideraron que es regular, Un 37.25% bajo y finalmente un 9.80% restante lo consideran bajo.

**TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO:** Describir la relación de la gestión logística y el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano.

Tabla 11

*Medidas simétricas*

	Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significació n aproximada
Intervalo por intervalo R de Pearson	-,161	,147	-1,141	,260 <sup>c</sup>
N de casos válidos	51			

**Fuente:** Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

c. Se basa en aproximación normal.

**Interpretación:**

De acuerdo al análisis estadístico de “Correlación de Pearson” sobre la “Gestión logística” y “Compromiso organizacional”: Según la relación entre las variables se halló que el valor de  $r = -0.161$  indicando que estas tienen una relación inversa y con un  $P = 0.260$  demostrando el grado de significancia es bajo.

#### 4.2. Docimasia de hipótesis

**OBJETIVO GENERAL:** Analizar la gestión logística y su relación con el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano en el año 2019.

Tabla 12

*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,762 <sup>a</sup>	16	,542
Razón de verosimilitud	16,219	16	,438
Asociación lineal por lineal	1,293	1	,255
N de casos válidos	51		

a. 23 casillas (92,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,18.

Interpretación: La prueba de chi cuadrada arrojó un valor de 14.762<sup>a</sup> con un grado de libertad representativo de “v=16”. El nivel de significancia con la que se realizó la prueba fue del 5% (0.05). La chi cuadrada tabulada fue menor al valor que nos arrojó la prueba de chi cuadrada. ( $X^2 > 7.962$ ), Por tal razón se dice entonces que la hipótesis planteada de la investigación se afirma, y se valida que la gestión logística se relaciona con el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano en el año 2019.

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En esta parte, una vez obtenidos los resultados gracias a la aplicación del cuestionario como instrumento de recolección de datos y la aplicación de la prueba chi cuadrado para la asociación de variables, se confirma el cumplimiento de la hipótesis propuesta, por lo tanto, la gestión logística se relaciona positivamente con el desarrollo estratégico del sector ferretero Piurano en el año 2019.

Respecto al objetivo general “Analizar la gestión logística y su relación con el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano en el año 2019” La prueba de chi cuadrada arrojó un valor de 14.762<sup>a</sup> con un grado de libertad representativo de “v=16”. El nivel de significancia con la que se realizó la prueba fue del 5% (0.05). La chi cuadrada tabulada fue menor al valor que nos arrojó la prueba de chi cuadrada. ( $X^2 > 7.962$ ), Por tal razón se dice entonces que la hipótesis planteada de la investigación se afirma, y se valida que la gestión logística se relaciona con el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano en el año 2019.

El primer objetivo específico fue “Evaluar el nivel de la gestión logística en el sector ferretero piurano” y podemos observar en la tabla 1 que, Del total de personas encuestadas, un 41.18%, es decir mayoría consideró que la realización del análisis del comportamiento histórico de ventas, las estimaciones de la demanda y la medición o monitoreo de la certificación de proveedores en los requerimientos, se realizan muy pocas veces, un 23.53% consideró que casi siempre se realiza una buena gestión, un 27.45% consideró que algunas veces se realiza, un 7.84% consideró que nunca y finalmente el 0% considero que siempre se realiza. En la tabla 2, “Gestión Logística en centros de distribución y almacenes” se vio que Del total de personas encuestadas, un 45.10%, es decir mayoría consideró que la realización de la gestión logística en centros de distribución o almacenes para adquirir productos de alta calidad y disminuir costos de producción se realizan muy pocas veces, un 17.65% consideró que casi siempre se realizan estas actividades, un 7.84% consideró que siempre se realiza, un 21.57% consideró que algunas veces y finalmente el 7.84% restante considero que nunca se hace. En la tabla 3 “Gestión del transporte y distribución

de carga” un 41.18%, Es decir la mayoría consideró que se realiza la gestión del transporte y distribución de la carga que permite un suministro de los niveles adecuados de servicio y la rapidez de puntualidad y entrega; Muy pocas veces. Un 25.49% consideró que algunas veces se realiza una buena gestión, un 21.57% consideró que muy pocas veces se realiza, un 3% de las personas encuestadas consideró que siempre y finalmente el 7.84% de las personas restantes consideraron que nunca se realiza. En la tabla 4 “Servicio al cliente” se encontró que: un 43.14%, es decir la mayoría consideró que se realiza un aumento del porcentaje de clientes satisfechos con un buen servicio al cliente en la rapidez de las solicitudes y respuesta a reclamos; Muy pocas veces, un 17.65% consideró que algunas veces se realiza un buen servicio, un 19.61% de las personas encuestadas consideraron que casi siempre, un 11.76% consideró que siempre y finalmente el 7.84% de las personas restantes consideraron que nunca se realiza; Sin embargo, Flores (2014) en su estudio indicó que las distintas unidades del proceso logístico tales como: compras, almacén, transporte y atención al cliente influye de manera favorable en la optimización de la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero de Lima Metropolitana, dándose a ver la importancia de que estas áreas sean evaluadas correctamente para un beneficio de la empresa.

El segundo objetivo específico fue “Identificar qué nivel de desarrollo estratégico tiene el sector ferretero piurano” para el cual en la tabla 6 se pudo observar que Del total de personas encuestadas, un 37.25%, es decir la mayoría consideró que muy pocas veces las estrategias para optimizar los costos primero consisten en identificar la cadena de valor dentro de los departamentos de la empresa, que las estrategias para asegurar el flujo de caja permiten detectar necesidades de financiamiento y que mejorar la rentabilidad implica un buen nivel de ventas y una buena gestión de activos. Otro 23.53% consideró que casi siempre se tiene una buena perspectiva financiera, un 17.65% consideró que casi siempre, un 9.80% consideró que siempre y finalmente el 11.76% de las personas restantes consideraron que nunca. Además, en la tabla 7 se observó que, Del total de personas encuestadas, un 35.29%, es decir la mayoría consideró que muy pocas veces las estrategias sobre la selección de clientes

permiten identificar y definir propuestas de valor, definir los medios a seguir para conseguir que el cliente adquiera los productos o servicios de la empresa por primera vez y obtener nuevos ingresos mediante la venta de otros productos o servicios ajenos y/o complementarios a los ya ofrecidos. Un 17.65% consideró que algunas veces se tiene una buena perspectiva de cliente, un 23.53% consideró que casi siempre; Solo un 13.73% consideró que siempre y finalmente el 9.80% considero que nunca. La tabla 8 “Perspectiva interna” Del total de personas encuestadas, un 37.25%, es decir la mayoría consideró que muy pocas veces se cree que las estrategias sobre el fortalecimiento de la relación con los proveedores permiten mejorar la rentabilidad de la empresa y la sistematización de los procesos en ahorro de tiempo. Un 17.65% consideró que casi siempre se tiene una buena perspectiva interna, un 19.61% consideró que algunas veces, un 13.73% consideró que siempre y finalmente el 11.76% de las personas restantes consideraron que nunca. En la tabla 9 “Perspectiva de aprendizaje y crecimiento” se vio que, Del total de personas encuestadas, un 37.25%, es decir la mayoría consideró que muy pocas veces la perspectiva de aprendizaje es una guía que sirve para identificar las metas que tiene la empresa en relación a la formación y capacitación de sus colaboradores, permite gestionar el conocimiento para optimizar todos los recursos de la empresa y permite aumentar la motivación del capital intelectual y que de esta forma impulse a las personas el deseo de alcanzar las metas. Un 19.61% consideró que casi siempre se tiene una buena perspectiva de aprendizaje y crecimiento, un 25.49% consideró que algunas veces, un 7.84% consideró que siempre y finalmente el 9.80% de las personas restantes, consideraron que nunca. Al respecto, Andrade (2016) menciona la planificación estratégica representa una necesidad que deben emplear las empresas de cualquier tamaño que desean visualizar la ruta para su crecimiento, consolidación, expansión y/o rentabilidad.

El tercer objetivo específico fue “Describir la relación de la gestión logística y el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano” para lo cual se procedió a aplicar el R de Pearson para validar la relación de las variables y De acuerdo al análisis estadístico de “Correlación de Pearson” sobre la “Gestión logística” y “Compromiso organizacional”: Según la relación entre las variables se halló que

el valor de  $r = -0.161$  indicando que tiene una relación inversa y con un  $P = 0.260$  demostrando que tiene una significancia baja.

## CONCLUSIONES

1. De acuerdo al tercer objetivo planteado de la investigación, se concluyó que la hipótesis planteada de la investigación se afirma, y se valida que la gestión logística se relaciona con el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano en el año 2019.
2. De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicada, que se obtuvo un 5.88% de los encuestados consideran que la gestión logística tiene un nivel muy alto, mientras un 25.49% consideran que es alto. El 21.57% de los encuestados dijeron que tiene un nivel regular. El 39.22% lo consideran bajo. Finalmente, el 7.84% de las personas restantes considera que es muy bajo.
3. De acuerdo al nivel de Desarrollo estratégico, se obtuvo que un 5.88% de los encuestados consideran que el desarrollo estratégico es muy alto, mientras un 25.49% consideran que la gestión logística es alta, El 21.57% consideraron que es regular, Un 37.25% bajo y finalmente un 9.80% restante lo consideran bajo.
4. De acuerdo a la prueba de correlación de Pearson aplicado a la investigación se determina que la gestión logística y el compromiso organizacional tienen una relación inversa y un grado bajo de significancia, con un valor de  $r=-0.161$  y una significación aproximada de  $p=0.260$ .

## RECOMENDACIONES

1. Debido a que el nivel de gestión logística del sector ferretero piurano es muy bajo se recomienda realizar un análisis del comportamiento histórico de las ventas para así mejorar la gestión de compras. De igual manera se debe tener más énfasis en mejorar la gestión de centros de distribución y almacenes, se recomienda usar la técnica del Lean management la cual permite limitar las fuentes de derroche.
2. Se recomienda para mejorar la gestión de transporte tener un mejor control sobre el comportamiento de los operadores a través de protocolos de acción segura, ya que esto permite un suministro de los niveles adecuados del servicio.
3. Para mejorar el nivel de desarrollo estratégico se recomienda mejorar la perspectiva financiera mediante buenas estrategias para optimizar los costos de la cadena de valor dentro de los departamentos de la empresa. Se recomienda tener una buena estrategia de adquisición de clientes, para mejorar la perspectiva de clientes. La perspectiva interna se mejorará si se implantan estrategias sobre la sistematización de los procesos y también fortalecer la relación con los proveedores para mejorar la rentabilidad de la empresa.
4. Se debe desarrollar evaluaciones a los trabajadores en sus actividades laborales, por parte de los supervisores a cargo del área, verificando la correcta ejecución de la gestión logística en la empresa y el nivel de trabajo que presentan para la realización de los objetivos planteados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Libros

Ballau, R. (2011). *Logística. Administración de la Cadena de Suministro*. México: Editorial Pearson Educación, Prentice Hall. Quinta Edición.

### Tesis y trabajos de grados

Alemán, K. (2014). *Propuesta de un plan de mejora para la gestión logística en la empresa constructora Jordan S.R.L. de la ciudad de Tumbes*, (Tesis de grado) Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Perú.

Andrade, M. (2016). *Desarrollo de Planificación Estratégica para la empresa BDO Ecuador Cía. Ltda. para el período 2016-2018*, (Tesis de maestría). Universidad Internacional del Ecuador. Ecuador.

Castillo, K. (2015). *Propuesta de mejora en la logística interna en la empresa DYSMAR E.I.R.L. – año 2015*. (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional de Piura. Piura. Perú.

De La Torre (2017) *Propuesta De Mejora Para La Gestión Logística De Una Empresa Comercializadora De Prendas De Vestir* (Tesis de maestría). Trujillo, Perú.

Espino, E. (2016). *Implementación de mejora en la gestión compras para incrementar la productividad en un concesionario de alimentos*. (Tesis de grado) Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Perú.

Flores (2014) *La gestión Logística y Su Influencia en la Rentabilidad de las Empresas Especialistas en Implementación de Campamentos para el Sector Minero en Lima Metropolitana* (Tesis maestría). Universidad San Martín de Porres. Perú.

Flores, S. (2015). *Proceso administrativo y gestión empresarial en coproabas, Jinotega*. (Tesis de grado) Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Nicaragua.

Gallardo, P. (2015). *Diseño de una solución sistémica para la gestión logística de una empresa salmonera*. (Tesis de grado) Universidad Austral de Chile. Chile.

Ortiz, C. (2005) *Optimización del manejo y control de la materia prima en la empresa Papelera Internacional S.A.* (Tesis de grado) Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.

Urday (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 maestría)* Universidad San Ignacio de Loyola. Lima. Perú.

### **Revista digital**

Cornejo, J. (2018) *¿Cómo optimizar las rutas de transporte de una empresa?* Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/08/como-optimizar-las-rutas-de-transporte-de-una-empresa/>

De la Cruz S., D. (2012) *Planificación estratégica.* Recuperado de: <https://www.eoi.es/blogs/dianaesperanzadelacruz/2012/02/28/planificacion-estrategica/>

Fernandez, S. (2015) *Gestión logística en centros de distribución y almacenes.* Recuperado de: <https://prezi.com/r5bt3veuwa5m/gestion-logistica-en-centros-de-distribucion-y-almacenes-y-b/>

García, G. (2016) *Optimización de costos.* Recuperado de: <http://contaduriapublica.org.mx/2016/09/05/optimizacion-de-costos/>

García, I. (2017) *Definición de materia prima.* Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/materia-prima>

Iglesias L., A. (2018). *5 funciones principales del departamento de logística.* Rethink by Business and Marketing School. Recuperado de: <https://www.esic.edu/rethink/2018/07/31/5-funciones-principales-departamento-logistica/>

Ribas, J. (2018) *Diagnóstico logístico corporativo.* Recuperado de: <http://t21.com.mx/opinion/columna-invitada/2018/04/23/diagnostico-logistico-corporativo>

Rios, A. (2015) *Qués el servicio al cliente y cuál es su importancia.* Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>

Roncancio, G. (2018). *¿Qué es la Planeación Estratégica y para qué sirve?* Recuperado de: <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>

Roncancio, G. (2019). 7 indicadores de la Perspectiva Financiera del Balanced Scorecard. Recuperado de: <https://gestion.pensemos.com/7-indicadores-de-la-perspectiva-financiera-del-balanced-scorecard>

### **Artículo**

Arnau, G. (2015). Imagen Corporativa. Recuperado de: [http://www.agifreu.com/docencia/imagen\\_corporativa.pdf](http://www.agifreu.com/docencia/imagen_corporativa.pdf)

Gore, E. (2010). Capacitación y teorías de aprendizaje. Recuperado desde: [goo.gl/HzP9Z8](http://goo.gl/HzP9Z8)

Mac, E. (2019). Definición de seguro de carga. En: <https://www.cuidatudinero.com/13098967/definicion-de-seguro-de-carga>

# ANEXOS

## ANEXO 01

### CUESTIONARIO

Buenos días/tardes, el presente es el cuestionario sobre una investigación que estamos llevando a cabo, agradecemos su colaboración por responder a las siguientes preguntas.

1. Su edad es:

• \_\_\_\_\_

2. Su género es:

• \_\_\_\_\_

3. Su estado civil actual:

• \_\_\_\_\_

4. Nivel de estudios :

• \_\_\_\_\_

Por favor responda las siguientes preguntas, señalando su grado de Acuerdo o Desacuerdo con las siguientes afirmaciones asignando:

5 = Siempre / 4 = Casi Siempre / 3 = Algunas veces / 2 = Muy pocas veces / 1= Nunca.

	<b>GESTIÓN DE COMPRAS Y APROVISIONAMIENTO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>1</b>	Se realiza el análisis del comportamiento histórico de la ventas para realizar el pronóstico de las necesidades de la empresa.				
<b>2</b>	Se realiza las estimaciones de la demanda para requerimientos de materia prima e insumos.				
<b>3</b>	Se mide o monitorea la selección, evaluación y certificación de proveedores en los requerimientos de las necesidades de la empresa.				
<b>4</b>	Existe una buena política dentro de la empresa a favor de la protección de los inventarios.				

5	Al colocar órdenes de compra al proveedor se considera el costo de ordenar y el costo de mantener inventario.				
<b>GESTION LOGISTICA EN CENTROS DE DISTRIBUCION Y ALMACENES</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
6	Usted cree que la gestión logística en los centros de distribución y almacenes permite la garantía de adquisición de productos de alta calidad.				
7	Usted cree que la gestión logística en los centros de distribución y almacenes permite la minimización de los costos de producción.				

<b>GESTION DEL TRANSPORTE Y DISTRIBUCION DE LA CARGA</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
8	Usted cree que la gestión del transporte y distribución de la carga permite un suministro de los niveles adecuados del servicio.				
9	Usted cree que la gestión del transporte y distribución de la carga permite la rapidez y puntualidad en la entrega.				
10	Usted cree que la gestión del transporte y distribución de la carga permite la gestión de tarifas y fletes de carga.				
11	Usted cree que la gestión del transporte y distribución de la carga permite la optimización de rutas de transporte.				
12	Usted cree que la gestión del transporte y distribución de la carga permite obtener buenos seguros de carga.				

<b>SERVICIO AL CLIENTE</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
13	Usted cree que un buen servicio al cliente permite responder con acierto a reclamos de clientes.				
14					

	Usted cree que un buen servicio al cliente permite responder con rapidez a las solicitudes de los clientes.				
15	Usted cree que un buen servicio al cliente permite aumentar el porcentaje de clientes satisfechos.				
	<b>PERSPECTIVA FINANCIERA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
16	Usted cree que las estrategias para optimizar los costos primero consiste en identificar la cadena de valor dentro de los departamentos de la empresa, con sus propias asignaciones de costos, activos e ingresos, para así conocer con mayor exactitud la rentabilidad de cada uno de ellos.				
17	Usted cree que las estrategias para asegurar el flujo de caja permite detectar necesidades de financiamiento, medir la rentabilidad, así como medir los efectos del endeudamiento de las empresas.				
18	Usted cree que las estrategias para mejorar la rentabilidad implican en un buen nivel de ventas, una buena gestión de activos, así como una correcta gestión de los fondos propios de la empresa.				

<b>PERSPECTIVA DE CLIENTES</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
19	Usted cree que las estrategias sobre la selección de clientes permite identificar y definir propuestas de valor que permitan obtener el éxito de la empresa.				
20	Usted cree que las estrategias sobre adquisición de clientes permite definir los medios o acciones a seguir para conseguir que el cliente adquiera o utilice los productos o servicios de la empresa por primera vez.				
21	Usted cree que las estrategias sobre la retención de clientes desarrolla acciones necesarias para fidelizar a los clientes.				
22	Usted cree que las estrategias sobre el aumento de clientes permite obtener nuevos ingresos mediante la venta de otros productos o servicios ajenos y/o complementarios a los ya ofrecidos, así como la adquisición de clientes nuevos.				

<b>PERSPECTIVA INTERNA</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>23</b>	Usted cree que las estrategias sobre el fortalecimiento de la relación con los proveedores permite mejorar la rentabilidad de la empresa.				
<b>24</b>	Usted cree que las estrategias sobre la sistematización de los procesos permite ahorrar tiempo y optimizan el rendimiento de los trabajadores.				

<b>PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>25</b>	Usted cree que la perspectiva de aprendizaje es una guía que sirve para identificar las metas que tiene la empresa en relación a la formación y capacitación de sus colaboradores.				
<b>26</b>	Usted cree que la perspectiva del aprendizaje permite gestionar el conocimiento para optimizar todos los recursos de la empresa.				
<b>27</b>	Usted cree que la perspectiva del aprendizaje permite aumentar la motivación del capital intelectual y que de esta forma impulse a las personas el deseo de alcanzar las metas u objetivos de la empresa.				