



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

La gestión logística internacional y la exportación del sector textil al mercado
boliviano en el periodo 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Castañeda Samar, Freija Yermé (ORCID: 0000-0002-2369-6325)

ASESOR:

Mg. Espinoza Casco, Roque Juan (ORCID: 0000-0002-1637-9815)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria

La presente tesis en primer lugar se la dedico a Dios, por haberme dado inteligencia, sabiduría, entendimiento y la oportunidad de culminar mis estudios satisfactoriamente.

A mis padres, Luis Castañeda y Teodora Samar, quienes me brindaron su amor y apoyo incondicional durante todos estos años, motivándome día a día a ser mejor persona.

A mi querida hermana Patricia Castañeda y esposo Wilder Gómez por ser un ejemplo de motivación a seguir.

Agradecimiento

Son muchas las personas que me han apoyado durante este proceso de formación profesional y a quienes agradezco infinitamente.

En primer lugar, agradezco a cada uno de los docentes miembros de la Universidad, que fueron mis mentores semana a semana, y que con mucha paciencia y dedicación supieron orientarme y encaminarme por la senda del conocimiento, los mismos que me servirán para el ejercicio de mi profesión.

A mis compañeros de estudio, con quienes compartí difíciles y gratos momentos, con el único propósito de llegar a ser a profesionales.

Página del Jurado

Declaratoria de autenticidad

Yo, Freija Yermé Castañeda Samar, con DNI N° 70997285, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que los datos e información que se presenta en la tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 11 de diciembre del 2019



Freija Yermé Castañeda Samar

70997285

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	37
2.1. Tipo y diseño de investigación	37
2.2. Operacionalización de variables	39
2.3. Población, muestra y muestreo	40
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos y confiabilidad	41
2.5. Métodos de análisis de datos	42
2.6. Aspectos éticos	42
III. RESULTADOS	43
IV. DISCUSIÓN	87
V. CONCLUSIONES	89
VI. RECOMENDACIONES	90
REFERENCIAS	91
ANEXOS	96

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> La relación con los proveedores.	43
<i>Figura 2.</i> La fidelización de los proveedores.	44
<i>Figura 3.</i> Control de almacén.	45
<i>Figura 4.</i> Lugar de almacenamiento de los productos.	46
<i>Figura 5.</i> El sistema del inventario.	47
<i>Figura 6.</i> El control sobre la entrada y salida de mercancías.	48
<i>Figura 7.</i> El área logística.	49
<i>Figura 8.</i> La gestión administrativa de la producción.	50
<i>Figura 9.</i> Los conocimientos y/o resultados.	51
<i>Figura 10.</i> La empresa invierte en capacitaciones.	52
<i>Figura 11.</i> Las máquinas del área de comunicación.	53
<i>Figura 12.</i> La fabricación de prendas.	54
<i>Figura 13.</i> Cumplimiento de los requisitos básicos.	55
<i>Figura 14.</i> Mejorar el manejo de su canal de distribución.	56
<i>Figura 15.</i> El plazo de entrega es un factor determinante.	57
<i>Figura 16.</i> La empresa cuenta con ventajas competitivas.	58
<i>Figura 17.</i> Sistema de embalaje.	59
<i>Figura 18.</i> La empresa logra identificar las ventajas.	60
<i>Figura 19.</i> La compañía cuenta con experiencia.	61
<i>Figura 20.</i> La exportación definitiva conlleva a tener menores riesgos.	62
<i>Figura 21.</i> Es necesaria la participación de un intermediario.	63
<i>Figura 22.</i> El producto reúne las condiciones necesarias.	64
<i>Figura 23.</i> La compañía debe contar con tecnologías.	65
<i>Figura 24.</i> Operaciones comerciales.	66
<i>Figura 25.</i> Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano.	67
<i>Figura 26.</i> Las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.	68
<i>Figura 27.</i> La empresa responde al surgimiento de situaciones.	69
<i>Figura 28.</i> Salida legal de las cargas de mercancía.	70
<i>Figura 29.</i> Documentos técnicos y/o comerciales en la exportación.	71
<i>Figura 30.</i> La empresa evalúa previamente los riesgos.	72
<i>Figura 31.</i> Implementación de medidas de seguridad.	73
<i>Figura 32.</i> Transacciones comerciales.	74

<i>Figura 33.</i> Experiencia mínima en el manejo de cuentas.....	75
<i>Figura 34.</i> La empresa realiza sus costos de transacción.....	76
<i>Figura 35.</i> Temas de cancelación de productos.	77
<i>Figura 36.</i> Medidas de protección en el pago de sus productos.....	78
<i>Figura 37.</i> Normalidad- Gestión de Logística Internacional	81
<i>Figura 38.</i> Normalidad - Exportación	81
<i>Figura 39.</i> Resultado Hipótesis General.	83
<i>Figura 40.</i> Resultado Hipótesis Específica 1.	84
<i>Figura 41.</i> Resultado Hipótesis Específica 2.	85
<i>Figura 42.</i> Resultado Hipótesis Específica 3.	86

Índice de tablas

Tabla 1. <i>La relación con los proveedores.</i>	43
Tabla 2. <i>La fidelización de los proveedores.</i>	44
Tabla 3. <i>Control de almacén.</i>	45
Tabla 4. <i>Lugar de almacenamiento de los productos.</i>	46
Tabla 5. <i>El sistema del inventario</i>	47
Tabla 6. <i>El control sobre la entrada y salida de mercancías.</i>	48
Tabla 7. <i>El área logística.</i>	49
Tabla 8. <i>La gestión administrativa de la producción.</i>	50
Tabla 9. <i>Los conocimientos y/o resultados.</i>	51
Tabla 10. <i>La empresa invierte en capacitaciones.</i>	52
Tabla 11. <i>Las máquinas del área de comunicación.</i>	53
Tabla 12. <i>La fabricación de prendas.</i>	54
Tabla 13. <i>Cumplimientos de los requisitos básicos.</i>	55
Tabla 14. <i>Mejorar el manejo de su canal de distribución.</i>	56
Tabla 15. <i>El plazo de entrega es un factor determinante.</i>	57
Tabla 16. <i>La empresa cuenta con ventajas competitivas.</i>	58
Tabla 17. <i>Sistema de embalaje.</i>	59
Tabla 18. <i>La empresa logra identificar las ventajas.</i>	60
Tabla 19. <i>La compañía cuenta con experiencia.</i>	61
Tabla 20. <i>La exportación definitiva conlleva a tener menores riesgos.</i>	62
Tabla 21. <i>Es necesaria la participación de un intermediario.</i>	63
Tabla 22. <i>El producto reúne las condiciones necesarias.</i>	64
Tabla 23. <i>La compañía debe contar con tecnologías.</i>	65
Tabla 24. <i>Operaciones comerciales.</i>	66
Tabla 25. <i>Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano.</i>	67
Tabla 26. <i>Las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.</i>	68
Tabla 27. <i>La empresa responde al surgimiento de situaciones.</i>	69
Tabla 28. <i>Salida legal de las cargas de mercancía.</i>	70
Tabla 29. <i>Documentos técnicos y/o comerciales en la exportación.</i>	71
Tabla 30. <i>La empresa evalúa previamente los riesgos.</i>	72
Tabla 31. <i>Implementación de medidas de seguridad.</i>	73
Tabla 32. <i>Transacciones comerciales.</i>	74

Tabla 33. <i>Experiencia mínima en el manejo de cuentas.</i>	75
Tabla 34. <i>La empresa realiza sus costos de transacción.</i>	76
Tabla 35. <i>Temas de cancelación de productos.</i>	77
Tabla 36. <i>Medidas de protección en el pago de sus productos.</i>	78
Tabla 37: <i>Interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach.</i>	79
Tabla 38: <i>Validación del procesamiento de los instrumentos.</i>	79
Tabla 39: <i>Resultados del Alfa de Cronbach.</i>	79
Tabla 40. <i>Resultado de la prueba de normalidad.</i>	80
Tabla 41. <i>Escala de valores del coeficiente de correlación de Pearson.</i>	82
Tabla 42. <i>Resultado Hipótesis General.</i>	83
Tabla 43. <i>Resultado Hipótesis Específica 1.</i>	84
Tabla 44. <i>Resultado Hipótesis Específica 2.</i>	85
Tabla 45. <i>Resultado Hipótesis Específica 3.</i>	86

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo establecer la relación que existe entre la Gestión Logística Internacional y la Exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018. El diseño de investigación que se aplicó, fue el diseño descriptivo no experimental, de tipo correlacional, dado que mide la relación de ambas variables en un tiempo determinado. La técnica elaborada fue, en base a una encuesta empleando como instrumento un cuestionario de 36 preguntas con escala de Likert. En este paso, hallamos la Correlación de Pearson para la hipótesis general, Gestión logística internacional y exportación, donde tuvimos una correlación positiva muy alta 0.951 y un nivel de significancia 0,000, siendo así aceptada para esta investigación. Después, la primera hipótesis específica, logística de abastecimiento y la exportación, tuvimos una correlación positiva muy alta 0,920 y un nivel de significancia 0,000, lo cual aprueba la primera hipótesis específica. La segunda hipótesis específica, logística de producción y la exportación, tuvimos una correlación positiva alta 0, 895 y un nivel de significancia 0,000, lo cual aprueba la segunda hipótesis específica. La tercera hipótesis específica, la logística de transporte y la exportación, tuvimos una correlación positiva alta 0,754, con un nivel de significancia 0,000, lo cual aprueba la tercera y última hipótesis específica al resaltar que sí existe relación.

Palabras claves: Gestión logística internacional, exportación , sector textil

ABSTRACT

The objective of this research is to establish the relationship between international logistics management and the export of the textile sector to the Bolivian market in the 2018 period. The research design that was applied, was non-experimental design, is also descriptive research and correlational design, since it measures the relationship of both variables in a given time. The technique developed was, based on a survey and a questionnaire of 36 questions with a Likert scale. In this step, we found the Pearson Correlation for the general hypothesis, International Logistics Management and Export, which had a very high positive correlation 0.951 and a 0.0001 level of significance, thus being accepted for this research. Then, the first specific hypothesis, supply and export logistics, had a very high positive correlation of 0.920 and a level of significance of 0.000, which approves the first specific hypothesis. The second specific hypothesis, production and export logistics, had a high positive correlation 0, 895 and a significance level of 0.000, which approves the second hypothesis. The third specific hypothesis, transport and export logistics, had a high positive correlation of 0.754 and with the level of significance (0.000), which approves the third and final specific hypothesis to highlight that there is a relationship.

Keywords: International logistics management, export , textile sector

I. INTRODUCCIÓN

Atendiendo a la **realidad problemática**, en los últimos tiempos se viene presentando la gestión logística dentro de diversas entidades empresariales, lo precedente manifestado por el gerente general de la reconocida empresa peruana BSF Almacenes del Perú, Carlos Baella Solari, quien afirmó que el sector logístico es un mercado que aumenta paulatinamente en Perú y del que cada vez más se reconoce su importancia, ya que brinda una oferta de servicios que aseguran el desarrollo eficiente de los negocios, asimismo Baella señaló que, se ha comprobado un incremento en el sector logístico dado a la capacidad de consumo y poder adquisitivo que se desarrolla actualmente en provincias. Por otro lado, recomendó que sea imprescindible que una empresa logística brinde servicios que ayuden a complementar su cadena de valor, almacenamiento, distribución y manipulación de modo que, se pueda obtener un acopio más seguro de la mercancía.

En ese sentido podemos decir que el sistema de gestión logística se ha convertido en un pilar importante para el buen manejo de los recursos financieros, administrativos y humanos que desarrollan las empresas dentro de sus organizaciones, cabe mencionar que la gestión logística cuenta con un alto grado de versatilidad el cual nos permite no solo tener un mayor control sobre las distintas áreas de la empresa sino también nos ayuda a analizar las correcciones o cambios que deben realizarse para la mejora de ciertas falencias que presenta la compañía en un determinado momento, pero ¿qué tanta influencia tiene la gestión logística en el comercio internacional? Pues bien, cuando hablamos de gestión logística internacional nos referimos al manejo del flujo de bienes y servicios que abarca desde el proceso en el que son obtenidos tanto las materias primas como los insumos en el punto de origen, hasta que el producto terminado sea distribuido en el punto de consumo, dicho de otra manera, es el proceso que abarca desde la fabricación de un producto hasta su entrega al consumidor final.

Es importante señalar que sin ella, el traslado, los costos de empaque, almacenaje e inventarios y el seguimiento y ubicación de la mercancía que comprende todo el proceso de exportación, no sería posible llevarlas a cabo de manera positiva. Por ende, el desarrollo de una buena gestión logística no es solo un diferenciador competitivo, sino también se ha

vuelto una necesidad de sobrevivencia empresarial actualmente. Ello significa que, si no se gestiona de manera eficaz y eficiente, se estaría afectando la viabilidad y perdurabilidad de la empresa.

A nivel internacional, la Organización Mundial de Comercio (2019), indicó que en los últimos años el mercado de la exportación de prendas de vestir ha venido siendo, para muchos países, uno de los sectores comerciales con mayor influencia pues ha generado ingresos anuales de cuatrocientos ochenta mil millones de dólares, siendo China, a nivel mundial, el país con mayor índice en producción de ropa, ya que cuenta con más de ciento doce mil millones de dólares anuales en la exportación de sus productos. Seguido por la India, quien ha logrado obtener ganancias de dieciocho mil millones de dólares, luego Alemania con dieciséis mil millones de dólares anuales, y por último los países de Italia y Estados Unidos quienes anualmente obtuvieron ganancias de catorce mil millones de dólares cada uno. Sin embargo, pese a los avances que muchos países han logrado alcanzar dentro de sus exportaciones gracias al óptimo manejo logístico que desempeñan, se ha podido observar que aún existen naciones que no han logrado obtener gran desarrollo en sus exportaciones tal es el caso de Ecuador y Colombia, que debido a la ineficiencia en su sistema logístico vienen desarrollando grandes problemáticas dentro de sus economías. Según Daniel Legarda, presidente de Fedexpor, manifiesta sobre la localización geográfica del país obliga a que las exportaciones ecuatorianas realicen viajes de largas distancias para llegar a su destino, lo que conlleva a una elevación de costos logísticos para los empresarios que las envían. Por otro lado, el presidente de la Cámara Colombiana de Confecciones y Afines (CCCyA), Edwin Salazar, señaló que en Colombia, la confección de prendas de vestir disminuyeron el 9,7 % entre enero y junio del año pasado, lo mismo sucedió con la producción de textiles las cuales tuvieron una baja de 8,8 %, asimismo manifestó que entre las principales causas de ese hecho se encuentra el aumento del contrabando, el incremento de prendas chinas a un menor precio, los costes en el transporte y la caída del mercado nacional y la fuerte competencia.

En Perú las exportaciones de productos textiles han alcanzado gran prestigio dentro del mercado internacional, ello gracias a las ventajas comparativas que ha venido desarrollando actualmente, entre tales ventajas podemos mencionar el reconocimiento que ha ido ganando el algodón peruano dentro de la industria textil a nivel mundial ya que

viene siendo considerado como el más fino y de mejor calidad, por otro lado tenemos la consolidación de la Marca País la misma que ha venido impulsando a los distintos sectores comerciales del Estado peruano, asimismo cabe mencionar que otro de los factores importantes que ha venido incentivando la exportación de productos textiles peruanos es el talento humano de las nuevas generaciones de diseñadores, las cuales gracias a su ardua labor y pasión han ido generando miles de puestos de trabajo y una óptima participación en el crecimiento económico del país.

Tras lo mencionado anteriormente, el señor César Tello Ramírez, presidente del Comité de Confecciones de Adex, en un reciente informe mencionó que, tanto textiles como de confecciones, sumaron mil cuatrocientos millones de dólares en el año 2018, monto superior en un 11.5% en relación al año anterior, de la misma manera manifestó que dentro de los principales destinos fueron EE.UU, Brasil, Chile, Colombia y China, obteniendo así el 66.3% del total de los envíos. No obstante, y pese a los avances logrados, el sistema peruano continúa presentando importantes ineficiencias que le restan competitividad al país y al aprovechamiento de la política de apertura e integración que este sigue, entre ellas el hecho de contar con costos logísticos altamente caros a comparación de otros países.

Según Alfonso Bustamante, titular de Comex, el Perú tiene los costos logísticos más elevados de la Alianza del Pacífico, además de ser el país que más demora en ejecutar sus procesos. Ante ello, el director de maestrías de Centrum Católica de la Pontificia Universidad Católica del Perú, José Acha, explica que el porcentaje del costo logístico sobre el producto es de aproximadamente del 15% al 20% en la región, sin embargo, en nuestro país, estamos sobrepasando el doble y ello, sin duda, es lo que encarece nuestros productos, independientemente al país de destino al cual se dirige.

Para el presente informe tomaremos como objeto de estudio a diversas Pymes las cuales están dedicadas a la comercialización de productos textiles las mismas que serán tomadas desde la base de datos de Siicex. Cabe resaltar que dicha actividad económica que muchas de estas empresas realizan no solo está basada en la comercialización de productos textiles a nivel nacional, sino que también han asumido los riesgos de poder exportarlos hacia otros mercados. Sin embargo, dado a que no todos los empresarios de esa industria cuentan con la experiencia suficiente para poder desarrollar este tipo de actividad, se considera

importante analizar qué tanta influencia se halla entre la gestión logística internacional y la exportación. Para tal efecto será de vital importancia indagar sobre el proceso logístico que han venido desarrollando diversas Pymes en sus exportaciones hacia el mercado boliviano y si se han acogido a los Acuerdos Comerciales (CAN o ALADI) que existe entre ambos países. Asimismo, nos pondremos a identificar qué errores se han venido efectuando en dichos procesos durante el periodo 2018, y de qué maneras estos pueden ser remediados para una mejor optimización de sus recursos.

Asimismo se ha tomado en cuenta diversos **trabajos previos internacionales**, entre ellos hacemos mención a Wonda, A. (2018) en su tesis traducida al español titulada: *Factors affecting the export performance of textile and garment industry in Ethiopia* realizada en la Escuela de Comercio de Addis Ababa University en Etiopía para alcanzar el grado académico de Magister en Arte de Gestión de Marketing, cuya finalidad fue determinar los factores internos y externos que pueden afectar el rendimiento de las exportaciones del sector textil y de confecciones en Etiopía, en donde se empleó la metodología mixta, es decir, los métodos de análisis utilizados en dicha investigación han sido tanto cualitativos como cuantitativos, teniendo como población a 80 empresas las mismas que se dedican a exportar a economías externas, llegando así a la conclusión que la industria textil y de la confección de Etiopía tiene gran potencial, y aún no ha sido cultivado para un rendimiento global. Etiopía tiene el potencial de producir en el país y ser utilizados en la producción de productos textiles y prendas de vestir tanto para consumo interno como para exportación, asimismo, dicho sector se encuentra entre los subsectores prioritarios identificados por el gobierno etíope en la transformación de la actividad económica tradicional basada en la agricultura del país en ensayos de industrialización. Esto se debe al hecho de que el gobierno ha priorizado el sector y, como resultado, el sector textil y de la confección viene creciendo.

Del mismo modo, Alarcón, E. (2016), realizó la investigación: *Exportación de sacos de alpaca a Canadá* llevada a cabo en la Universidad de las Américas de Ecuador para obtener el título profesional de Tecnóloga en Exportaciones e Importaciones cuyo objetivo fue analizar la exportación de sacos de alpaca hacia el mercado canadiense, relacionadas a las condiciones climatológicas y rasgos particulares que lleva el abrigo del hilo de alpaca, sus diseños y colores acorde a las estaciones de otoño e invierno, se utilizó el método

analítico, teniendo como hipótesis que la exportación de abrigos de lana de alpaca provisionará la producción nacional para el mercado internacional al que está dirigido, permitiendo de tal manera un crecimiento económico para los pequeños y medianos artesanos del Ecuador. En conclusión, hemos comprobado que existe una oferta exportable que todavía no ha sido aprovechada para producir un ingreso tanto para las comunidades como para los emprendedores. Es posible exportar sacos o abrigos de lana de alpaca para poner en conocimiento un producto que ofrece comodidad a una potencial clientela canadiense, país que dada a sus condiciones climatológicas requiere de prendas de vestir más abrigadoras para soportar las fuertes temperaturas bajo cero que dicho país tiene. Del mismo modo, Flores, J. (2016), realizó la investigación: *Análisis y mejoramiento de la gestión logística general del inventario en una empresa comercializadora de telas* realizada en la Universidad Católica del Ecuador para adquirir el título profesional de Ingeniero Comercial, cuyo propósito fue determinar qué artículos necesitan un control más riguroso por medio de una correcta distribución de los mismos, de acuerdo a sus características, para facilitar su manejo operativo y administrativo, teniendo la conclusión que es imprescindible la planeación y gestión de los procesos de compra, importación - nacionalización y distribución de los artículos de acuerdo a los requerimientos de stock y a la capacidad de las bodegas, esto ayudará al adecuado flujo de dichos productos, mejorando así la gestión de los mismos. Por otro lado, cabe resaltar que la empresa presenta una gran falencia en los inventarios físicos y su ubicación, es decir el almacenamiento de los mismos, así mismo existe una gran falta de cultura organizacional para que los empleados estén alineados con la misma por lo que debe existir más información al personal acerca de su utilización y beneficios de esta filosofía. Por otra parte, Guandique, A., Ramírez, A. y Vásquez, K. (2016), en su investigación titulada: *Plan de exportación para la introducción en Guatemala de ropa juvenil exclusiva creada en El Salvador* realizada en la Universidad de El Salvador para obtener el título profesional de licenciadas en Mercadeo Internacional cuya intención fue conocer los componentes del mercado para la realización de un plan de exportación óptimo de ropa juvenil exclusiva elaborada en El Salvador, empleando la metodología descriptiva – experimental, siendo el tamaño de muestra un total de 68 personas encuestadas. Se concluye que la exportación es una oportunidad que debe ser aprovechada para poder expandirse en el extranjero, más aun cuando se trata de un país subdesarrollado donde las oportunidades de progreso para los diseñadores de moda se ven limitadas por lo que se considera prudente ser parte de la

globalización, empleando estrategias adecuadas para tener la capacidad de competir en el mercado exterior. Así mismo, cabe señalar que los gustos y preferencias que presenta el cliente de ropa juvenil exclusiva; suelen ser muy exigentes en relación a la textura, estilo y materiales por lo que los diseñadores salvadoreños podrían situar sus productos y recibir aceptación siempre y cuando dichos diseños cumplan con las exigencias que el consumidor requiere. Finalmente, Tobar, M. (2015), en su tesis: *Caracterización, diseño y mejora de procesos de logística interna y externa de la empresa de confección de ropa Gratehen* realizada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador para obtener el título profesional de Ingeniero Comercial cuyo propósito fue optimizar la eficiencia y operatividad del proceso logístico de la compañía de confección de ropa "Gratehen", llegando a la conclusión que dentro de las actividades logísticas de la empresa de confección de ropa "Gratehen", no se halla ningún proceso de administración de inventarios que regularice el registro de la materia prima, los productos en proceso de transformación y productos terminados, por tal motivo, los inventarios no son debidamente inspeccionados, lo cual genera un problema para la empresa dado que no se efectúa un correcto conteo físico del stock de materia prima de forma periódica, en otras palabras, la empresa de confección de ropa Gratehen no cuenta con un sistema dónde hacer el registro del flujo de documentos, los materiales y los productos terminados.

En relación a los **trabajos previos nacionales**, Sullca, N. (2018), en su investigación titulada: *Gestión Logística y Productividad en el sector textil de la empresa Modas Shalom E.I.R.L. San Juan de Lurigancho 2018* realizada en la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de licenciada en Administración, cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre la Gestión Logística y la Productividad en el sector textil Modas Shalom E.I.R.L San Juan de Lurigancho 2018, utilizando la metodología descriptiva – correlacional, teniendo como hipótesis que existe un vínculo entre la gestión logística y la productividad en el sector textil en la empresa Modas Shalom E.I.R.L. San Juan de Lurigancho 2018, con una población de 30 empleados siendo el tamaño de su muestra la misma cantidad de la población que está constituida dicha empresa. El autor finaliza haciendo mención que sí existe una estrecha relación entre la gestión logística y la productividad en el sector textil en la empresa Modas Shalom E.I.R.L., del mismo modo señala que la planeación de estrategias es un elemento básico para el punto de salida de todo proceso productivo, sin insumos o materias primas es imposible que una compañía

pueda producir, es por ello que la planeación estratégica debe ser realizada con anticipo de modo que logre garantizar el abastecimiento, en calidad, cantidad y tiempo adecuado. Asimismo, Sandoval, P. (2017), en su tesis: *Gestión logística para la competitividad en las Mypes del sector textil de la galería Moda Center del distrito de La Victoria – Lima, 2016* realizada en la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de licenciada en Negocios Internacionales cuya intención fue identificar la gestión logística para la competitividad en las Mypes del sector textil de la galería Moda Center del distrito de la Victoria en el año 2016, siendo su metodología de investigación descriptiva – no experimental, teniendo una población total de 25 dirigentes pertenecientes a la Galería Moda Center siendo el tamaño de su muestra el mismo número de la población por la que está constituida dicha empresa. El autor concluye que la gestión logística que manejan las Mypes de la galería Moda Center dentro de sus negocios es inapropiada, puesto que solo el cuarenta por ciento de las Mypes de la galería Moda Center llevan a cabo un proceso de aprovisionamiento y producción en su gestión logística. Por otra parte, Munive, A. (2017), en su investigación titulada: *El E-commerce y las exportaciones de las empresas exportadoras del sector textil en los distritos de Lima, 2017* realizada en la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de licenciada en Negocios Internacionales cuyo objetivo fue precisar de qué manera se encuentra relacionado el E-commerce y las exportaciones del sector textil en algunos distritos de Lima en el año 2017, empleando la metodología correlacional – no experimental, teniendo como hipótesis que tanto el E-commerce como las exportaciones del sector textil en los distritos de Lima en el año 2017 están asociadas de manera directa, siendo el tamaño de su población y muestra un total de 50 encuestados, realizada entre la gerencia y trabajadores de áreas encargadas, llegando así a la finalidad que, efectivamente, existe un vínculo entre ambas variables consiguiendo un buen nivel en el uso del comercio electrónico (54%) y en la exportación (48%). En el caso de las dimensiones se concluyó que, el alcance global, la interactividad y la seguridad web están asociadas entre sí con las exportaciones de las empresas exportadoras del sector textil en los distritos de Lima, 2017. Del mismo modo, Sucso, D. (2016), en su tesis: *Factores que afectan en la exportación de las empresas del sector textil de la Región de Tacna periodo 2013-2014* realizada en la Universidad Privada de Tacna para conseguir el título profesional de licenciado en Administración de Negocios Internacionales cuyo objetivo fue explicar los factores que perjudican en la exportación de las empresas del sector textil para optimizar su control y su posicionamiento en la toma de decisiones, utilizando la

metodología descriptiva – correlacional, teniendo como hipótesis que los factores que afectan en la exportación de las empresas del sector textil de la Región de Tacna en el periodo 2013-2014 son los factores de inflación, tipo de cambio y el índice de precios al consumidor, teniendo una población de 14,479 exportaciones del sector textil del año 2013 y 2014, tomando como muestra solamente a 729 exportaciones del total de exportaciones de Tacna entre ambos periodos. Llegando a la conclusión que los factores determinantes que obstaculizan en la exportación de empresas del sector textil ayudan a perfeccionar su control y posicionamiento en la toma de decisiones. La tendencia referente al índice de precio al consumidor varía y el tipo de cambio presenta un incremento, debido a que la moneda nacional ha ido ganando más peso respecto al dólar, esto debido a que se trata de un tipo de cambio flexible, confirmando así que las exportaciones en el periodo 2013 – 2014, se han incrementado de forma acelerada, en otras palabras, los precios internacionales se han elevado más que los precios locales de la economía nacional. Finalmente, Cerdeña, M. y Escobar, R. (2015), en su investigación: *Propuesta de un modelo de éxito en la gestión logística de las pymes del sector textil - materia prima en Lima, basado en la consolidación y mejora de las buenas prácticas de ingeniería industrial aplicadas* realizada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial teniendo como objetivo diseñar un modelo de éxito para las Pymes del Perú, pertenecientes al sector manufactura, empleando la metodología descriptiva, teniendo una población de 41 empresas, siendo su tamaño de muestra solo 35 empresas. El autor finalmente dio a conocer que, el 74% de las pequeñas empresas demostraron tener un gran avance en las oportunidades del mercado; los factores de éxito más comunes fueron la compra de maquinarias más eficientes, la calidad brindada en los productos, el desarrollo en innovaciones y la atención al cliente. Asimismo, cabe resaltar que existen fuertes barreras que deben ser afrontadas por dichas empresas, tales como la inestabilidad de la demanda, la escasa comunicación externa, la variación en los precios de la materia prima y la competencia de precios. Los temas de gestión integral como la comunicación, capacitación y control; son asuntos fundamentales que manifiestan la necesidad de implementar guías de procedimientos que organicen y orienten el desarrollo de sus actividades diarias.

En cuanto al **marco teórico referencial**, se ha tomado en cuenta las siguientes variables: **Variable 1: Gestión logística internacional** para ello pasaremos a definir brevemente sobre esta variable con el apoyo de determinados autores, entre ellos tenemos:

La gestión logística internacional ayuda a gestionar y a determinar los flujos de producción, distribución y materiales, a fin de colocar la oferta de la empresa a la demanda del mercado, garantizando las condiciones favorables de lo negociado (Castellanos, 2015, p. 15).

Entonces, entendemos por la variable “gestión logística internacional”, definido por el autor Castellanos, que la gestión logística internacional es el sistema que involucra las áreas de producción, comercialización y distribución física de un determinado producto que va desde el lugar origen hasta su punto de destino. Teniendo como **dimensiones** a la logística de abastecimiento, logística de producción y logística de transporte.

En base a la dimensión **logística de abastecimiento**, ésta área asegura que los materiales son necesarios para la producción, a fin de evitar posibles fallas e inconveniente a los clientes que lo soliciten. Donde también en caso de imprevistos, pueda existir mejoras continuas para cumplir los objetivos de cada negocio (Castellanos, 2015, p. 28).

En otras palabras, la logística de abastecimiento, también conocida como logística de aprovisionamiento, es el área encargada de adquirir los materiales necesarios para que una empresa pueda desarrollar sus operaciones de manera adecuada y eficiente, es decir, diversas actividades que desempeñan las organizaciones para garantizar la disposición de los bienes y servicios externos que le son imprescindibles para la ejecución de sus actividades.

Asimismo, el abastecimiento está contemplado por los procesos que se encargan de controlar los suministros, los cuales son desarrollados por los distintos proveedores con los que la empresa trabaja para realizar sus operaciones (Castellanos, 2015, p. 28).

En conclusión, podemos decir que la logística de abastecimiento abarca diversas funciones entre ellas, la adquisición de los materiales para la fabricación o comercialización de los

bienes, la gestión de almacenaje de los productos (conservando siempre los stocks mínimos de cada material) y el control de inventarios de los mismos. Cabe señalar que hoy en día muchas compañías han llegado al fracaso por el simple hecho de no haber manejado adecuadamente la compra de sus materiales y su posterior almacenamiento, siendo estas la clave para ser una empresa competitiva y eficiente dentro del mercado.

De ella se desprende la **gestión de compras**, donde manifiesta que en esta área es la encargada de prever con todo el material necesario a la empresa para su óptimo funcionamiento, del mismo modo abarca funciones que están relacionadas a la cantidad de demanda, forma del empaque, falta de materiales, etcétera. Todo en base a procedimientos en caso de algo fortuito (Castellanos, 2015, p.28).

Tras lo mencionado anteriormente podemos decir que la gestión de compras, cada empresa realiza varias actividades para adquirir todo el material requerido para su funcionamiento, es asegurarse de tener los buenos proveedores para lograr abastecer el mercado con los mejores productos y servicios, buscando siempre ahorrar costes y satisfacer al consumidor final.

Por otro lado cabe señalar que otro aspecto importante dentro de la logística de abastecimiento es el área de **almacén**, ante ello manifiesta que un almacén es un espacio organizado donde se coloca los materiales y mercancías para un correcto manejo y distribución de los mismos (Anaya, 2015, p. 207).

Por tanto, podemos decir que un almacén es el espacio físico cuya función básicamente está orientada en la conservación, protección y control de los registros de entradas y salidas de mercancías de una determinada empresa.

Asimismo, dicha área consiste en la adecuada ubicación a los distintos materiales que empleará la empresa en su producción ya sea en materia prima, producto semiterminado y/o terminado, con la finalidad de situarlos en un punto estratégico para su eficiente comercialización (Castellanos, 2015, p.33).

Por consiguiente, podemos decir que un almacén es una instalación donde usualmente son llevados distintos productos para su acopio, ya sean en materia prima o productos terminados. Así mismo cabe resaltar que una buena gestión de almacenaje permite a las empresas ser más eficientes y aumentar sus utilidades, ya que gracias a ella se tiene un mejor control sobre la entrada y salida de mercancía, mejorando así sus inventarios.

Del mismo modo, tenemos la **gestión de inventarios**, ante ello este proceso se encarga de asegurar que las cantidades de los productos estén adecuadamente organizadas, de manera que las operaciones sigan con los procedimientos de la comercialización de los productos que los clientes hayan solicitado, cumpliendo así la entrega eficiente (Zapata, 2014, p.11).

Tras lo precedente, podemos decir que la gestión de inventarios está relacionado a los métodos de registro, determinar los puntos de rotación y maneras de clasifica los productos, permitiendo así un mayor control físico y mantenimiento de los artículos que son inventariados, pero sobre todo cumpliendo con el envío del producto al consumidor final dentro del plazo de entrega.

En base a la segunda dimensión que viene siendo la **logística de producción**, según a la teoría, afirma que en esta área es donde se realiza la gestión de flujos físicos y administrativos para la transformación de los materiales, piezas y otros elementos, tomando en consideración, la fase del almacenamiento de productos terminados, a fin de situarlos para su distribución en la fecha correspondiente (Castellanos, 2015, p. 38).

Tras lo mencionado anteriormente podemos decir que la gestión logística de producción es aquella área encargada de planificar y gestionar los procesos de transformación de los productos entrantes (materia prima o insumos) en productos o servicios terminados para el consumo y disfrute del comprador final.

En ella se encuentra el **área logística**, donde señala que el sistema logístico conlleva a una serie de actividades las cuales suelen estar relacionadas al servicio al cliente, prospección de la demanda, comunicación entre los canales, control de materiales e inventarios, registro de pedidos, lugar de almacenaje, compras de proveedores, proceso de alistamiento de productos, transporte y eliminación de desperdicios (Velasco, 2013, p.22).

El área de logística engloba una variedad de procesos orientados en la planificación, ejecución y control del almacenamiento y traslado de materiales, que van desde la obtención de insumos o materias primas necesarias en las primeras etapas del proceso de producción hasta la distribución de productos terminados que van directos al consumidor final.

Cabe resaltar que otro de los factores importantes dentro de la logística de producción es el **capital humano**, ante ello define al capital humano como un conjunto de habilidades y aptitudes puestas en los empleados para desarrollar nuevas proyecciones y alcanzar objetivos en corto, mediano y largo plazo, valorando así la potencialidad de cada empleado (Castillo, 2012, p.11).

En este punto nos referimos a la capacidad productiva que presenta una compañía en base a cada uno de los conocimientos y experiencias de sus colaboradores. Mientras más identificados se sientan los colaboradores con los objetivos y valores de la organización, mayor será su rendimiento dentro de la misma.

Cabe mencionar que, otro factor relevante dentro de la logística de producción vienen siendo las **máquinas**, las cuales son empleadas para la fabricación y/o producción de los bienes, los mismos que posteriormente serán exportados hacia otros países. Tras lo precedente, define las máquinas como un factor primordial para el desarrollo de una empresa, para efectuar los procesos del suministro de manera correcta (Schwab, 2011, p. 10).

Asimismo, por lo general las herramientas varían según el tiempo y la necesidad que requiera para la principal función de seguir generando facilidades al trabajador (Schwab, 2011, p.8).

En síntesis, podemos decir que hoy en día el uso de maquinarias dentro de las organizaciones es de vital importancia pues ayudan a agilizar los procesos en la producción de bienes, mejorar el perfeccionamiento de los trabajos y facilitar el comercio a través del ahorro en tiempos de entrega.

En base a la tercera dimensión que viene siendo la **logística de transporte**, según a la teoría, afirma que una vez que los productos han sido elaborados, se procede a realizar su distribución y transporte, a fin de satisfacer la demanda en óptimas condiciones (Castellanos, 2015, p. 40).

En síntesis, podemos decir que luego que el producto ya ha sido terminado, el siguiente paso es iniciar su distribución. Para que los productos puedan llegar en óptimas condiciones a manos del consumidor final, en el tiempo y lugar establecido entre el comprador y consumidor, es importante contar con un adecuado medio de transporte, el cual se ajuste a las características que presenta el producto.

Es importante mencionar que dentro de la tercera dimensión están desplegados los **medios de transporte**, los cuales son de vital importancia para que los productos puedan llegar en óptimas condiciones hasta el lugar de destino. Tras lo mencionado anteriormente, los medios de transporte como la forma en la que se garantiza el traslado de bienes, es la parte de la distribución de los productos, ya sea en los medios de avión, camión, barco o ferrocarril. Estos medios aseguran el traslado de la mercancía en buenas condiciones, sea cual haya elegido el comprador (Castellanos, 2015, p. 99).

Por otro lado, la elección del tipo de transporte, varía la forma en la que será distribuida geográficamente, desde los puntos de fabricación, zona de la distribución y los clientes (Velasco, 2013, p.103).

Por consiguiente, podemos decir que el medio de transporte es el vehículo empleado para la distribución de las mercaderías que pueden ser llevadas a cabo de diversas maneras, ya sea por avión, ferrocarril, barco o camión. Es importante que el medio de transporte se ajuste a las necesidades que presenta el producto, ya que una mala elección de este último podría llegar a generar a futuro grandes costes para la empresa, las cuales pueden estar relacionadas directamente con el precio final de la mercancía.

Cabe señalar que, en el caso de Bolivia las exportaciones realizadas desde Perú son únicamente a través del transporte aéreo y terrestre. En donde el ingreso de los productos viene siendo a través de dos departamentos, La Paz y Santa Cruz.

Para definir el transporte aéreo, señala que el medio de transporte aéreo es aquel donde se emplea algún tipo de aeronave para hacer el traslado de determinadas mercaderías desde un lugar a otro. Este medio de transporte no sólo es el más rápido, sino que viene siendo el más costoso, es por tal motivo que debe ser aplicado a mercancías con poca relación de peso/volumen y de gran valor. (Hernández, 2013, p.194).

Dicho de otra manera, el transporte aéreo es aquel medio donde el exportador se encarga de realizar un contrato con una aerolínea para hacer el envío de un determinado producto, cabe resaltar que dentro de las ventajas que presenta este tipo de transporte está la rapidez en la llegada de los productos al lugar de destino, la confiabilidad y seguridad. Mientras que en las desventajas tenemos la capacidad limitada en el traslado de los productos, los altos costos de envío y las restricciones legales que se les imponen a ciertos productos por ser considerados peligrosos.

En relación a la infraestructura aérea que presenta el Estado boliviano, podemos decir que dentro de los aeropuertos primordiales, está el Aeropuerto Internacional El Alto el cual se encuentra situado en el departamento de La Paz y el Aeropuerto Internacional Viru Viru en el departamento de Santa Cruz, es fundamental recalcar que ambos lugares son los principales puntos de ingreso a las exportaciones peruanas, donde el costo del flete aéreo promedio (en ambos lugares) viene siendo de US\$ 3.56 USD el kilo.

Por otro lado, el transporte terrestre, es aquel tipo de transporte donde el traslado de mercancías es mediante el uso de carreteras, no es el medio de transporte más económico, pero sí el más asequible para cantidades moderadas de productos. El documento que representa a este tipo de transporte es la Carta de Porte Terrestre (Hernández, 2013, p. 216).

En otras palabras, este tipo de transporte surge cuando el exportador decide realizar la exportación de uno o más productos a través de la contratación de camiones para el óptimo traslado de sus mercancías.

Por otro lado, es importante señalar que el ingreso de las exportaciones peruanas hacia el Estado boliviano se desarrolla a través de, La Paz y Santa Cruz, caso similar al transporte aéreo, sin embargo, en este tipo de transporte los costos de flete varían, mientras que el costo de flete terrestre con destino a La Paz viene siendo de US\$5220 USD para el primer destino, en Santa Cruz los costos de flete terrestre son de US\$ 7,560 USD dólares.

Otro de los factores importantes dentro de la logística de transporte son los **Incoterms**. Cuando hablamos de Incoterms hacemos alusión a los términos estandarizados que son utilizados en los contratos de compraventa internacional, donde se establecen las responsabilidades, riesgos y costos que corresponde a cada parte.

Tras lo precedente, este conjunto de reglas comerciales internacionales está compuesto por tres letras, las mismas que sirven para delimitar y reflejar los usos mercantiles entre las empresas que lo emplean (Hernández, 2013, p. 74).

En síntesis, podemos decir que el propósito fundamental de los Incoterms es establecer cláusulas internacionales entre el comprador y vendedor, en donde se estipula el precio de la mercancía, el momento y el lugar donde se transfieren los riesgos de la mercancía del vendedor al comprador, hasta qué punto tiene responsabilidad de la mercadería el vendedor, quién se encarga del contrato y pago del transporte, quién de las partes asume el pago del seguro del producto durante el transporte, qué tipo de documentos son los que debe tramitar tanto el comprador como vendedor, y quién de las partes firmantes del contrato se hará cargo de los demás gastos (aduaneros, portuarios, etc.).

Otro de los factores importantes dentro de la logística de transporte es el **sistema de envase y embalaje**, ante ello, aquel sistema que se encarga de agrupar las mercancías para que estas logren ser trasladadas sin ningún inconveniente hasta su destino final, evitando así algún daño en ellos (Hernández, 2013, p. 228).

Pese a que en ambos casos (tanto en el sistema de envase como en el de embalaje) el objetivo principal es proteger el producto durante su traslado es necesario mencionar que existe gran diferencia entre ambos aspectos, los mismos que se pasarán a detallar a continuación.

Cuando hablamos de envase hacemos referencia al embalaje primario del producto, ¿qué quiere decir ello? Quiere decir que el envase es el recipiente que contiene o guarda el producto, en otras palabras, es aquel que se encarga de mantener contacto directo con la mercancía y cuya finalidad es protegerla y facilitar su distribución para su uso o consumo final. De hecho, se podría considerar al envase como un “vendedor silencioso” ya que va a depender de su presentación para poder causar interés en el consumidor.

En caso del embalaje este tiene como propósito reunir y salvaguardar varias unidades del mismo producto durante las etapas de transporte, manipulación y distribución, de modo que se logre su óptimo traslado evitando algún percance o daño al momento de su entrega.

En definitiva, cuando hablamos de envase nos referimos al material que se encarga de acoger de manera directa el producto, en otras palabras, el envase es aquel objeto cuya finalidad es la de contener (en su interior) un determinado producto, el mismo que puede ser hallado en distintos estados, ya sea sólido, líquido, granulado o en polvo, teniendo como propósito facilitar el transporte de la mercancía de una manera más rápida y segura.

Así mismo se infiere que otro de los objetivos principales del envase es la comercialización del producto. En cuanto al embalaje podemos decir que es la agrupación de una cierta cantidad de productos de la misma especie o categoría, cuya misión es la de brindar seguridad a las mercancías evitando golpes, caídas o cualquier otro daño externo, de manera que logren llegar en óptimas condiciones hasta su destino final.

Por otra parte, podemos decir que en la mayoría de las exportaciones textiles, el envase empleado para los productos suelen ser bolsas o envoltorios de tela, plástico o papel (ya sea de polipropileno o polietileno). En un caso, como los envases de plástico debemos mencionar que estos suelen contener mucho brillo y un alto grado de transparencia, de modo que se logra tener una mayor visibilidad del producto, además poseen un costo bajo

y se puede reciclar. De igual manera es preciso hacer hincapié que las bolsas de polipropileno o polietileno ayudan a proteger el producto de la humedad y a evitar posibles raspaduras y fricciones si las mercancías se encuentran acondicionados correctamente. Entre los principales envases que emplea el sistema polietileno podemos mencionar el pillow pack y el de termoformado, el primero de ellos es un envase similar a una almohada mientras que en el segundo es necesaria la utilización de rollos de polietileno para el sellado del producto en base a su tamaño y forma.

En el caso del embalaje, mayormente se emplean cajas de distintos materiales, siendo los más utilizados el cartón y el poliestireno. Las cajas de cartón son las de menor costo, aunque luego del envío la mayoría suelen ser desechables, caso contrario a las cajas de poliestireno, las cuales tienen un tiempo de mayor duración pero que a su vez suelen ser más costosas. Cabe resaltar que, la manipulación y el almacenamiento de dichas cajas, ya sean de cartón o poliestireno, usualmente son realizadas con pallets de madera o plástico.

De la misma manera, la **variable 2: Exportación**, en esta teoría, la exportación es un régimen que influye el flujo de salida de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero para el uso y/o consumo en el exterior (Hernández, 2013, p. 27).

En ese sentido, cabe señalar que toda empresa tiene la posibilidad de poder exportar hacia nuevos mercados, cada vez que ésta cumpla con todos los requerimientos que dicho mercado exige.

Tras lo manifestado en el párrafo anterior, se despliega la dimensión **regímenes de exportación**, en donde al hablar de este tema hacemos referencia a los distintos regímenes aduaneros que existen dentro del comercio internacional, los cuales están relacionados a la salida legal de las mercancías para su uso o consumo temporal o definitivo en otros países (Zagal, 2009, p. 143).

Es importante señalar que dentro de los regímenes de exportación tenemos la **exportación definitiva**, en donde indica que este tipo de régimen permite el envío de mercancías, nacionales o nacionalizadas, al extranjero para su uso o consumo definitivo, las cuales no están afectos al pago de tributos (Hernández, 2013, p.106).

En otras palabras, podemos decir que este tipo de régimen aduanero se da cuando el exportador hace el envío de su mercancía al exterior para su uso o consumo definitivo. Así mismo es importante precisar que el embarque de las mercancías debe ser dentro del plazo máximo de 30 días calendario, contados a partir de la numeración de la DAM (Declaración Aduanera de Mercancías). De ser necesario, debe regularizarse la declaración dentro del plazo máximo de 30 días calendarios contados desde la terminación del embarque. ¿Pero quienes realmente pueden realizar este tipo de operaciones? Toda persona natural o jurídica que cuente con RUC (Registro Único de Contribuyente) tiene la oportunidad de poder exportar, en casos excepcionales, se puede realizar este trámite con documentos de identificación personal ya sea el Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de extranjería o Pasaporte.

Dentro de los regímenes de exportación tenemos la **exportación temporal para reimportación en el mismo Estado**, según la Nueva Ley General de Aduanas este tipo de régimen se basa en la salida temporal del territorio aduanero de mercancías, tanto nacionales como nacionalizadas, con el propósito de reimportarlas posteriormente dentro de un plazo determinado no mayor a doce meses. Es importante recalcar que dichas mercancías no deben pasar por alguna modificación, salvo dicho deterioro sea causado por su propio uso.

Dentro de los regímenes de exportación tenemos la **exportación temporal para perfeccionamiento pasivo**, este tipo de exportación consiste en la salida temporal de mercancías, tanto nacionales como nacionalizadas, ya sea para realizar algún tipo de transformación, reparación o elaboración. Es necesario señalar que dicho proceso debe ser realizado dentro del plazo máximo de doce meses, pasado ese tiempo la mercancía debe ser reimportada bajo el nombre de Productos Compensadores (los cuales vienen siendo productos destinados a la exportación) (Hernández, 2013, p. 107).

Tras lo precedente en el párrafo anterior, podemos decir que la exportación temporal para perfeccionamiento pasivo es aquel tipo de régimen que permite la salida legal de determinados productos con la finalidad de que estos cumplan un rol de transformación o reparación en el extranjero, sin embargo, una vez terminado dicho proceso es necesario que la mercancía vuelva a ser reimportada dentro de un determinado plazo.

Dentro de la segunda dimensión tenemos la **política comercial**, que se define como la limitación del libre ingreso y/o comercialización de mercaderías o servicios derivado de un mercado exterior, esta es impuesta por el Estado y las empresas transnacionales, cuyo objetivo principal es dificultar el ingreso de productores extranjeros y otorgar mayores ventajas a los productos nacionales (Sierralta, 2014, p. 146).

En relación a lo anterior, podemos decir que las barreras comerciales son aquellas medidas proteccionistas que emplean ciertos países para salvaguardar su producción nacional. Dentro de dichas barreras encontramos, las barreras arancelarias y no arancelarias.

De acuerdo a las **barreras arancelarias**, el arancel se aplica a todas las mercancías que han sido importadas en el mercado de destino. Uno de sus objetivos es la recaudación de fondos para el Estado, grabar los bienes suntuarios y proteger los bienes similares que hayan sido producidos en el país importador (Sierralta, 2014, p. 147).

Tras lo mencionado en el párrafo anterior podemos decir que, los impuestos que deben pagar en aduanas tanto los importadores como los exportadores para el ingreso o salida de mercancías. Por lo general, estos aranceles son empleados con la finalidad de recabar ingresos gubernamentales o para resguardar la producción nacional frente a la competencia de las importaciones.

Sin embargo, en relación a la exportación de productos textiles al mercado boliviano podemos decir que estas barreras no son llevadas a cabo en su totalidad, ya que ambos países (Perú y Bolivia) forman parte de la Comunidad Andina de Naciones el cual les permite a ambas naciones tener vigencia en la Zona de Libre Comercio Andina por ende están libres de pagar aranceles para el 100% de sus productos.

Por otro lado, las **barreras no arancelarias**, son el conjunto de normas que cada país impone para controlar algunos productos, evitando prohibir su comercialización. En general, estas medidas lo que buscan es proteger el mercado nacional, a través del cumplimiento de ciertas normativas que están relacionadas al control de calidad, la seguridad nacional y el cuidado del medio ambiente (Hernández, 2013, p. 141).

En otras palabras, las barreras no arancelarias son aquellas políticas que limitan la entrada de bienes o servicios del mercado exterior, y que compiten directamente con la oferta nacional. Este tipo de medida proteccionista no emplea precisamente los aranceles, por el contrario, a comparación de las barreras arancelarias esta se basa en regulaciones o prácticas distintas a los impuestos para obstaculizar o restringir las importaciones, puede ser una licencia o norma técnica obligatoria, el derecho compensatorio contra subsidios, entre otros.

En relación a lo anterior podemos decir que el mercado boliviano es uno de los países que también establece determinadas normas para el ingreso de los productos textiles a su territorio, entre ellas resalta el etiquetado que debe tener cada prenda y/o producto textil. Según lo establecido en el Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Confecciones de la Comunidad Andina, señala que cada prenda o producto textil debe contener información básica sobre la composición del material textil, instrucción sobre el cuidado del producto, identificación del productor y/o importador, especificación del país de origen y la talla o dimensión del producto.

El etiquetado debe contener el nombre de la empresa exportadora o la razón social de la misma, según sea el caso, así como del importador, tomando en cuenta la identificación tributaria u otros documentos obligatorios en Bolivia. Asimismo, es imprescindible que las etiquetas brinden información sobre la composición genérica de los materiales textiles y el nivel de porcentaje de los mismos que se hallan presentes en dicho producto en un porcentaje mayor o igual al 5% del total de la masa. Por otra parte, si el material textil individualmente no excede el 5% del total de la masa del producto, este puede denominarse bajo el término “otra fibra” u “otras fibras”, aun cuando en conjunto se haya superado dicho porcentaje (PromPerú, 2016, p. 27).

Asimismo, indica que es necesario que el exportador conozca cada restricción paraarancelaria de sus productos, con el fin de dar solución a cualquier inconveniente de un incumplimiento de las normas ya establecidas (Hernández, 2013, p.141).

Dentro de la tercera dimensión tenemos los **medios de pago internacional**, las cuales se definen como aquellas formas en la que se hará llegar los fondos o el dinero de las mercancías y/o servicios al vendedor. Cabe resaltar que en este tipo de operaciones pueden participar entidades o centros de crédito financiero, tales como bancos (Maubert, 2013, p.17).

Cuando hablamos de medios de pago internacional, hacemos referencia a la modalidad en la que se realizará la cancelación del bien o servicio solicitado en el mercado extranjero. Existen múltiples formas de realizar un pago internacional, entre ellas tenemos la carta de crédito, que dicho sea de paso es la que más se emplea entre los usuarios de comercio exterior, las cuentas abiertas, los pagos en avance, entre otros.

Es importante señalar que dentro de la tercera dimensión se desprende la **carta de crédito**, un documento emitido por el banco importador, con el que el comprador se compromete a pagar al exportador, cumpliendo con los documentos requeridos. Los riesgos para el importador y exportador se reducen, dado que tienen el respaldo del banco (Hernández, 2013, p. 86).

En relación a lo anterior podemos decir que la Carta de Crédito es un documento emitido por el banco, cuyo propósito es garantizar el pago del importador al exportador acorde a la documentación exigida por esta última, buscando siempre que la cancelación se realice dentro del plazo establecido entre ambas partes.

Asimismo, es importante mencionar que otro de los medios de pago más utilizados en el comercio internacional son las **cuentas abiertas**. Señalan que esta modalidad se lleva a cabo cuando el exportador remite la mercancía y envía la transacción del cobro al importador para que este proceda a cancelarla mediante una transferencia electrónica de fondos a la cuenta del exportador (Berghe, 2014, p. 18).

En otras palabras, la Cuenta Abierta es aquel medio de pago donde el exportador primero envía el producto, y una vez enviado, el importador pasa a depositar el monto total sobre el pago de dicho bien mediante una transferencia electrónica. En este tipo de modalidad no es necesaria la participación de alguna institución financiera que actúe como intermediario

(salvo en el manejo de los flujos de fondos), por ende, el exportador es quien asume todos los riesgos. Este medio de pago puede ser realizado de dos formas distintas, la primera de ellas puede ser a través de una transferencia bancaria, mientras que la segunda mediante un cheque bancario.

Una transferencia bancaria internacional es una transacción realizada desde un país a otro, esta orden de pago es emitida por el importador en una determinada entidad financiera para que esta a su vez realice el pago a una tercera persona, en este caso al exportador.

En cuanto al cheque bancario internacional podemos decir que es un documento emitido por una entidad financiera a pedido del importador, el cual es realizado (en este caso) a favor del exportador para desarrollar el pago que se intenta cancelar. Si bien es cierto no existe ninguna restricción legal que evite llevar a cabo este tipo de transacciones es recomendable que tanto el importador como el exportador mantengan cierta prudencia al momento de desarrollar dicha operación a fin de evitar futuros inconvenientes.

Otro medio de pago internacional es el **depósito**, en ella los depósitos bancarios vienen siendo los productos financieros en donde una de las partes contratantes pone a disposición cierta cantidad de dinero en una entidad financiera para que este lo tenga bajo custodia y sea entregado a la cuenta de otra persona (en este caso del exportador) recibiendo a cambio un porcentaje en intereses.

En base a lo manifestado anteriormente podemos decir que el depósito es aquel medio de pago donde el importador cancela, a través de una entidad financiera, el monto total de los productos a cuenta del exportador a fin de que este haga el envío de una determinada cantidad de productos.

En cuanto a la **formulación de los problemas**, tenemos como:

Problema general

¿Qué relación existe entre la gestión logística internacional y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018?

Mientras los **problemas específicos** son:

Problema específico 1: ¿Qué relación existe entre la logística de abastecimiento y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018?

Problema específico 2: ¿Qué relación existe entre la logística de producción y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018?

Problema específico 3: ¿Qué relación existe entre la logística de transporte y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018?

En cuanto a la **justificación**, como **justificación teórica** el presente proyecto de investigación, encuentra su justificación teórica en la medida que ayudará a determinar la influencia de una mala gestión logística dentro de las exportaciones peruanas, brindando mayor importancia al sector textil ya que este viene siendo uno de los sectores que mayor ingreso genera al país. En ese sentido podemos decir que las exportaciones son la fuente de ingreso para muchos países, incluido el nuestro, en donde se adquiere mayor posibilidad de ingreso hacia nuevos mercados de una manera más rápida y sencilla. No obstante, en la actualidad, aún se ve la existencia de ciertas empresas que no han logrado abarcar gran conocimiento sobre este tema. En ese sentido es importante analizar qué factores de la logística son las que influyen de manera negativa en las exportaciones del sector textil y si las organizaciones de hoy en día están actuando activamente para contrarrestar dicho descenso en sus actividades comerciales. En base a nuestra **justificación metodológica**, podemos decir que el presente proyecto de tesis contribuirá en el desarrollo de futuras investigaciones ya que para su realización se han empleado métodos, procesos e instrumentos de alta confiabilidad que avalan la veracidad de su contenido. En cuanto a la **justificación científica**, debemos mencionar que esta investigación se trata de analizar, mediante las bases teóricas de los autores, los conocimientos para poder complementar con las experiencias que aplica el sector textil hoy en día. En relación a la **justificación comercial**, debido a tantas experiencias de diversas empresas, se trata de poder generar un ejemplo más acerca de nuestra investigación, sobre dónde se realizan estos hechos y de cómo podemos relacionar los factores que creemos conveniente en esta investigación con la misma experiencia de otras empresas. Asimismo, en la **justificación social**, esta investigación enfoca mucho a la situación social con todas las personas que de manera

independiente puedan ver esta investigación como un hecho que se realizó y tomar algunas recomendaciones o medidas para su beneficio.

Asimismo, tenemos como **hipótesis**:

Hipótesis general

Existe relación significativa entre la gestión logística internacional y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

Mientras que en las **hipótesis específicas** tenemos:

Hipótesis específica 1: Existe relación significativa entre la logística de abastecimiento y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

Hipótesis específica 2: Existe relación significativa entre la logística de producción y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

Hipótesis específica 3: Existe relación significativa entre la logística de transporte y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

Asimismo, es necesario recalcar que dentro de los **objetivos** tenemos:

Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la gestión logística internacional y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

Mientras los **objetivos específicos** son:

Objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre la logística de abastecimiento y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

Objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre la logística de producción y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

Objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre la logística de transporte y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Diseño no experimental

Hernández, Fernández y Baptista, (2010) manifiestan “Se basa en estudios realizados sin ninguna manipulación entre las variables y solo son observaciones analizadas para tomar criterios en cuanto a una situación” (p. 149).

Este diseño nos permite determinar que nuestras variables, gestión logística internacional y exportaciones, no tendrá ningún hecho de tratamiento o manipulación, tal como lo menciona Hernández. Dado que, son estudios ya determinados y lo único que se puede realizar es, el análisis, lo cual nos ayudará tomar muchos criterios para profundizar en toda variable de esta investigación.

Diseño transversal

Hernández, Fernández y Baptista, indican, que es aquella donde la recolección de datos, se aplica en un solo momento y en un tiempo determinado. Cuyo propósito es describir las incidencias e interrelaciones que existe entre las variables de estudio en un momento dado (2010, p. 151).

Este diseño tendrá el propósito de recolectar datos en un único momento. Acerca de, la gestión logística internacional y las exportaciones de las empresas peruanas hacia al mercado boliviano, para ello, cada análisis tiene que estar clasificado y al margen de un cronograma para alinear la investigación en el tiempo adecuado.

Diseño correlacional

Hernández, Fernández y Baptista, (2010) indican “El diseño correlacional, se basa entre la relación de dos o más variables, como también en categorías o conceptos en un momento determinado” (p. 155).

Aplicar diseño correlacional, nos ayuda a validar nuestras variables, la Gestión Logística Internacional y las Exportaciones del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018, en ellos podemos saber si existe o no, relación entre ellas mismas y entre sus dimensiones; con el fin dar conclusiones finales en esta investigación.

2.2. Operacionalización de variables

“La gestión logística internacional y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018”

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Técnica	Instrumento
Gestión logística internacional	Según Murphy y Knemeyer (2015) afirman que: La logística internacional son las actividades logísticas asociadas con las mercancías que se venden a través de las fronteras nacionales, es mucho más costosa y difícil que la logística interna (p.17).	El autor nos da a entender que la gestión logística internacional es el conjunto de actividades cuyo objetivo principal está orientado en el flujo de mercancías y/o materiales a nivel internacional, es decir, su proceso comienza con el abastecimiento de materia prima en un determinado país para luego finalizar con la entrega del producto terminado al consumidor final en el país de destino.	Logística de abastecimiento	Gestión de compras	Escala de Likert: (1) Totalmente en desacuerdo (TD) (2) En desacuerdo(ED) (3) Indiferente (I) (4) De acuerdo (DA) (5) Totalmente de Acuerdo (TA)	Encuesta	Cuestionario
				Almacén			
				Gestión de inventarios			
			Logística de producción	Área logística			
				Capital humano			
				Máquinas			
			Logística de transporte	Medios de transporte			
				Incoterms			
				Sistema de embalaje			
Exportación	Según Hernández (2015) afirma que: La exportación es el régimen aduanero que permite la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior (p.27).	El autor menciona que la exportación es la salida legal de bienes y servicios que son vendidos por un país en territorio extranjero.	Regímenes de exportación	Exportación definitiva	Escala de Likert: (1) Totalmente en desacuerdo (TD) (2) En desacuerdo(ED) (3) Indiferente (I) (4) De acuerdo (DA) (5) Totalmente de Acuerdo (TA)	Encuesta	Cuestionario
				Exportación temporal para reimportación en el mismo Estado			
				Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo			
			Política comercial	Barreras arancelarias			
				Barreras no arancelarias			
			Medios de pago internacional	Carta de crédito			
				Cuenta abierta			
				Depósito			

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población, muestra y muestreo

Población

Vara, (2012) define la población como, “El conjunto de sujetos y/o elementos que presentan características similares dentro de un mismo tiempo y espacio, las cuales son tomadas como parte del análisis estadístico para desarrollar el estudio de un determinado fenómeno” (p. 221).

La población seleccionada para la presente investigación fue extraída desde la página oficial de SIICEX, siendo una fuente muy importante para adquirir información en específica sobre las estadísticas de las exportaciones en el país. En este caso, tomaremos a 55 empresas, las cuales se encuentran actualmente exportando productos del sector textil al mercado boliviano.

Muestra

Quezada, (2010) define que, “la muestra viene a ser solo una parte del total de la población” (p.95).

Dado que una muestra es la selección de una parte de la población. Mi presente investigación tendrá una determinada selección más accesible para encuestar a los empresarios, y que puedan facilitar el acceso de información y gestión de tomar su tiempo para la encuesta. Es por ello, que se ha tomado la decisión de encuestar a 30 empresas, las cuales han sido obtenidas desde la base de SIICEX, tomando en consideración varios perfiles y criterios similares entre sí, tales como el volumen de exportación que vienen desempeñando dichas empresas dentro del mercado y el sector en el cual se desarrollan, teniendo en cuenta que el número de empresas seleccionadas son aquellas que se han visto mayormente afectadas en el sector textil del rubro de confecciones, las cuales vienen mostrando una muestra no probabilística dentro de la investigación.

Hernández, Fernández y Baptista, (2010) nos define que, “la muestra no probabilística, suponen un procedimiento de selección informal” (p. 189).

Dado al ser, una muestra no probabilística, haremos una investigación más profunda a cada una de las empresas seleccionadas, de esa forma podemos recién realizar el contacto con cada una de ellas para las encuestas.

Pueden observar la lista de las empresas en el siguiente. **Anexo 1**

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos y confiabilidad

Técnicas e instrumentos

La técnica aplicada, es la encuesta, que nos ayudará a recaudar información para analizar este proyecto de investigación. En cuanto al instrumento, se aplicará el cuestionario a través de las preguntas analizadas conforme a las variables y sus dimensiones, lo cual se ejecutará después de ser recopiladas de las encuestas, y ejecutar en el SPSS Statistics 25, el cual nos ayudará a obtener los resultados esperados.

Hernández, Fernández y Baptista, (2010) indica, “Un cuestionario se basa de un conjunto de preguntas respecto a las variables elegidas para una investigación” (p. 217).

De acuerdo a ello, realizaremos un cuestionario de nuestras variables para analizar cada una de nuestras dimensiones e indicadores. Las 36 preguntas formuladas podrá observarlo en el siguiente. **Anexo 2**

Validez

Hernández, Fernández y Baptista, (2010) define, “La validez es exactamente el grado de un instrumento que valide las variables analizadas que desean medir” (p. 201).

La encuesta será validada por 4 expertos de la Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales, de acuerdo a nuestras variables, logística internacional y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

En el siguiente, podrán observar las validaciones por nuestros expertos. **Anexo 3**

- Dr. Julio Zárate Suárez.
- Mg. Roque Juan Espinoza Casco.
- Mg. Vladimir Eloy Villanueva Orbegoso.
- Mg. Macha Huamán Roberto.

Confiabilidad

Es un análisis de fiabilidad utilizando el sistema SPSS Statistics 25, para verificar si tiene alta o baja fiabilidad del instrumento de investigación. Para ello, se aplicará el método Alfa de Cronbach.

2.5. Métodos de análisis de datos

En esta investigación se aplicará con el sistema SPSS Statistics 25. Para demostrar la relación significativa entre la gestión logística internacional y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018.

2.6. Aspectos éticos

Las muestras no probabilísticas, se basan de un procedimiento de selección informal y de criterio propio. Donde varias investigaciones cuantitativas y cualitativas han sido efectuadas de esta manera (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 189).

En esta investigación decidimos el tipo de muestra no probabilística ya que está ligada a criterios propios, considerando solo a empresas que están en la base de SIICEX. Tomando en cuenta que, estas empresas son la más resaltadas en el sector textil dado a las exportaciones e importaciones realizadas en estos años. Por otro lado, cabe resaltar que las fuentes de información empleadas en la presente investigación constan de libros, tanto físicos como virtuales, periódicos, tesis, revisas, entre otro, que le dan veracidad a nuestro proyecto.

III. RESULTADOS

3.1. Tabla de frecuencia de las preguntas

Tabla 1. La relación con los proveedores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	8	26,7	26,7	26,7
Indiferente	6	20,0	20,0	46,7
De acuerdo	9	30,0	30,0	76,7
Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La relación con los proveedores para el abastecimiento del stock y de futuras ventas es desarrollada eficientemente.

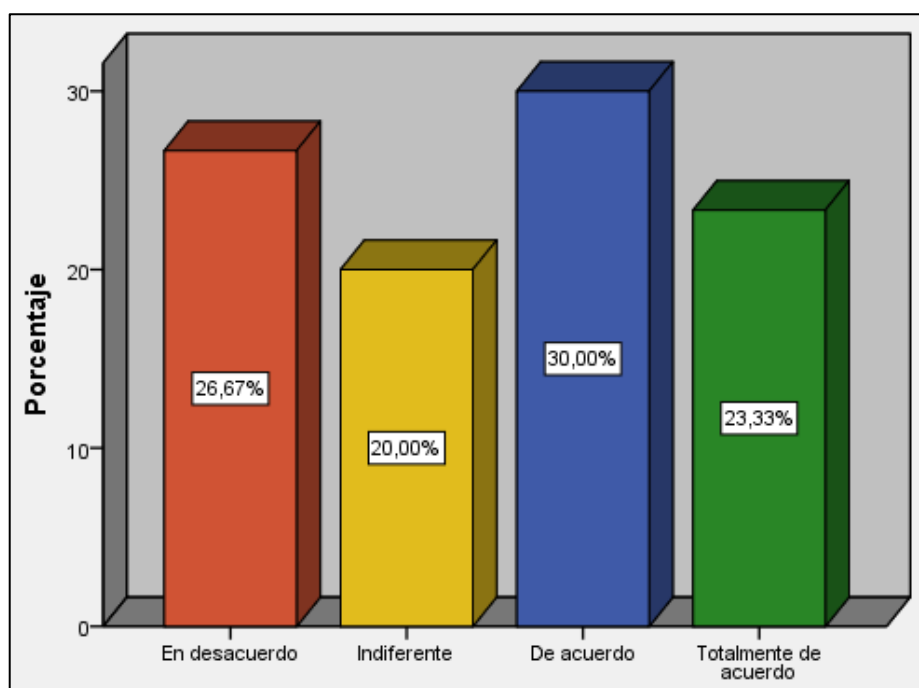


Figura 1. La relación con los proveedores.

Interpretación: En la tabla 1 y figura 1, tenemos el resultado de las 30 empresas encuestadas siendo un 100%, respecto a la relación con los proveedores para el abastecimiento del stock y de futuras ventas es desarrollada eficientemente. El 26,67% están en desacuerdo, un 20% muestra su indiferencia sobre lo mencionado. Pero también, un 30% está de acuerdo y un 23,33% está totalmente de acuerdo, que la relación con los proveedores puede ser desarrollada de manera eficiente para lograr las futuras ventas.

Tabla 2. La fidelización de los proveedores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	3	10,0	10,0	10,0
Indiferente	6	20,0	20,0	30,0
De acuerdo	14	46,7	46,7	76,7
Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La fidelización de los proveedores para el abastecimiento de la materia prima es uno de los factores más importantes dentro de sus actividades comerciales.

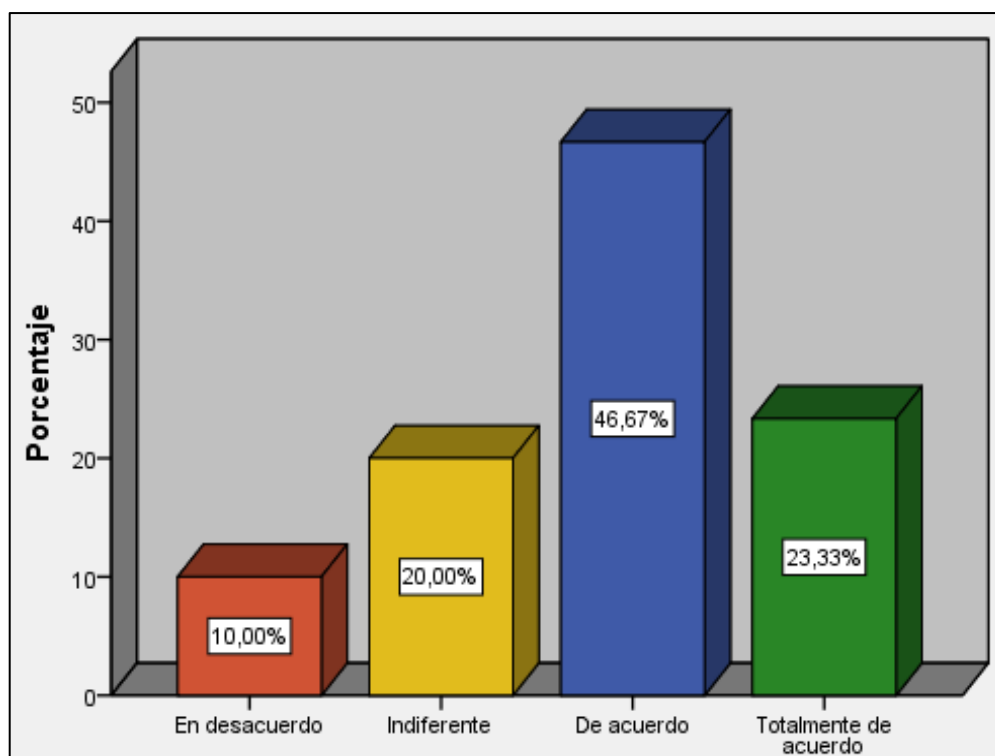


Figura 2. La fidelización de los proveedores.

Interpretación: En la tabla 2 y figura 2, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 10% está en desacuerdo, también un 20% muestra indiferencia en este tema. Pero tenemos un 46,67% que está de acuerdo, como también un 23,33% que indican estar totalmente de acuerdo que la fidelización de los proveedores para el abastecimiento de las materias primas es un factor importante dentro de sus actividades comerciales.

Tabla 3. Control de almacén.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	6	20,0	20,0	20,0
Indiferente	8	26,7	26,7	46,7
De acuerdo	9	30,0	30,0	76,7
Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

El almacén está controlado bajo un sistema tecnológico avanzado.

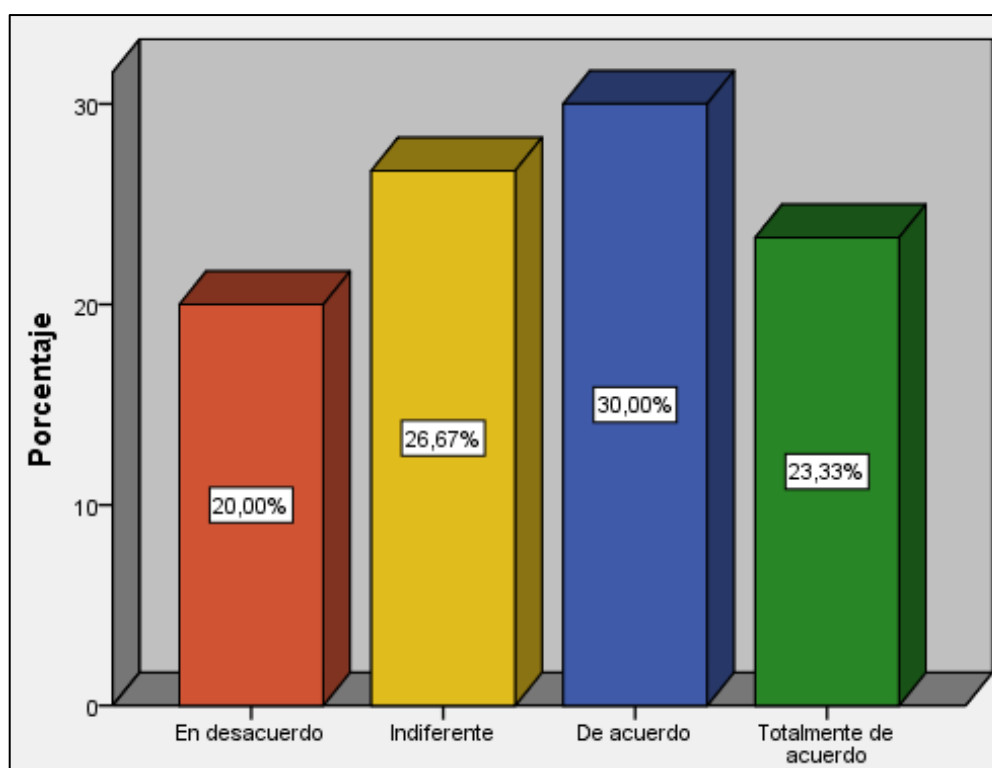


Figura 3. Control de almacén.

Interpretación: En la tabla 3 y figura 3, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 20% está en desacuerdo y un 26,67% indiferente, que el almacén no cuenta con un sistema tecnológico avanzado. Por otra parte, un 30% se encuentra de acuerdo y un 23,33% totalmente de acuerdo, que sí cuentan con este sistema avanzado. En este aspecto, ciertas empresas comentaron que, no cuentan con los requerimientos disponibles ni económicos para el mejoramiento de su almacén.

Tabla 4. Lugar de almacenamiento de los productos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	8	26,7	26,7	26,7
Indiferente	4	13,3	13,3	40,0
De acuerdo	8	26,7	26,7	66,7
Totalmente de acuerdo	10	33,3	33,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

En la empresa, el lugar de almacenamiento de los productos cuenta con amplios espacios.

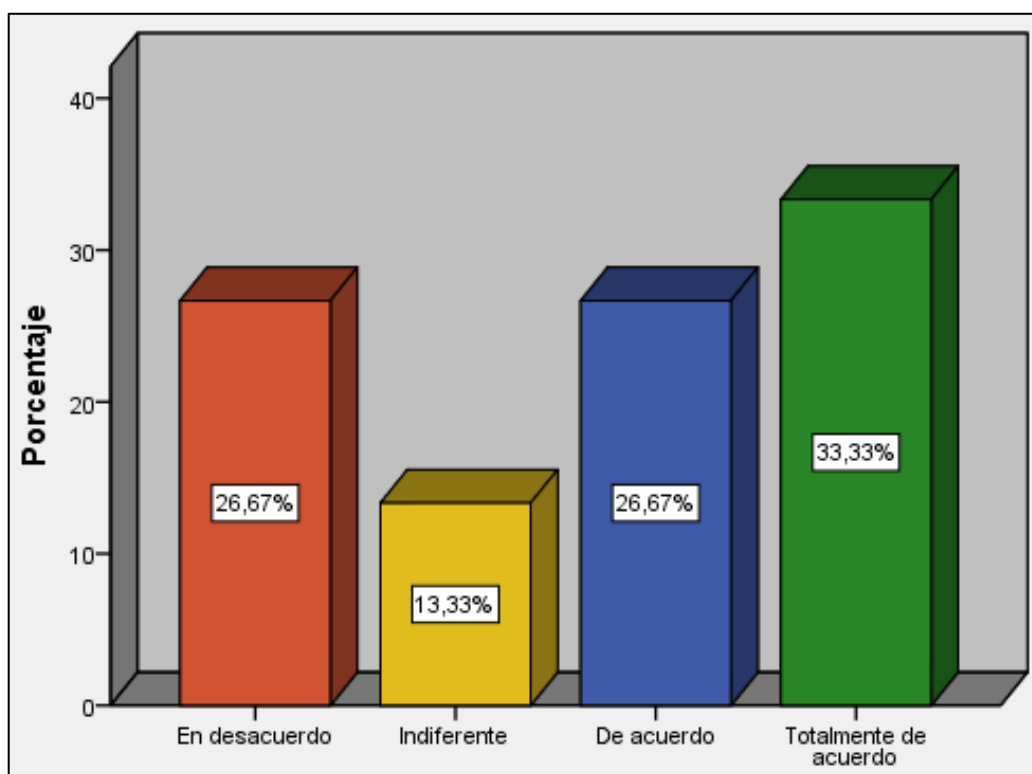


Figura 4. Lugar de almacenamiento de los productos.

Interpretación: En la tabla 4 y figura 4, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 26,67% está en desacuerdo y 13,33% indiferente, sobre el lugar de almacenamiento de los productos no cuenta con amplios espacios. Mientras que, el 26,67% está de acuerdo y un 33,33% totalmente de acuerdo sobre el almacenamiento de los productos sí cuentan con amplios espacios en su empresa.

Tabla 5. *El sistema del inventario*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	Indiferente	5	16,7	16,7	40,0
	De acuerdo	7	23,3	23,3	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

El sistema del inventario de sus productos presenta alguna ventaja comparativa frente al de otras empresas.

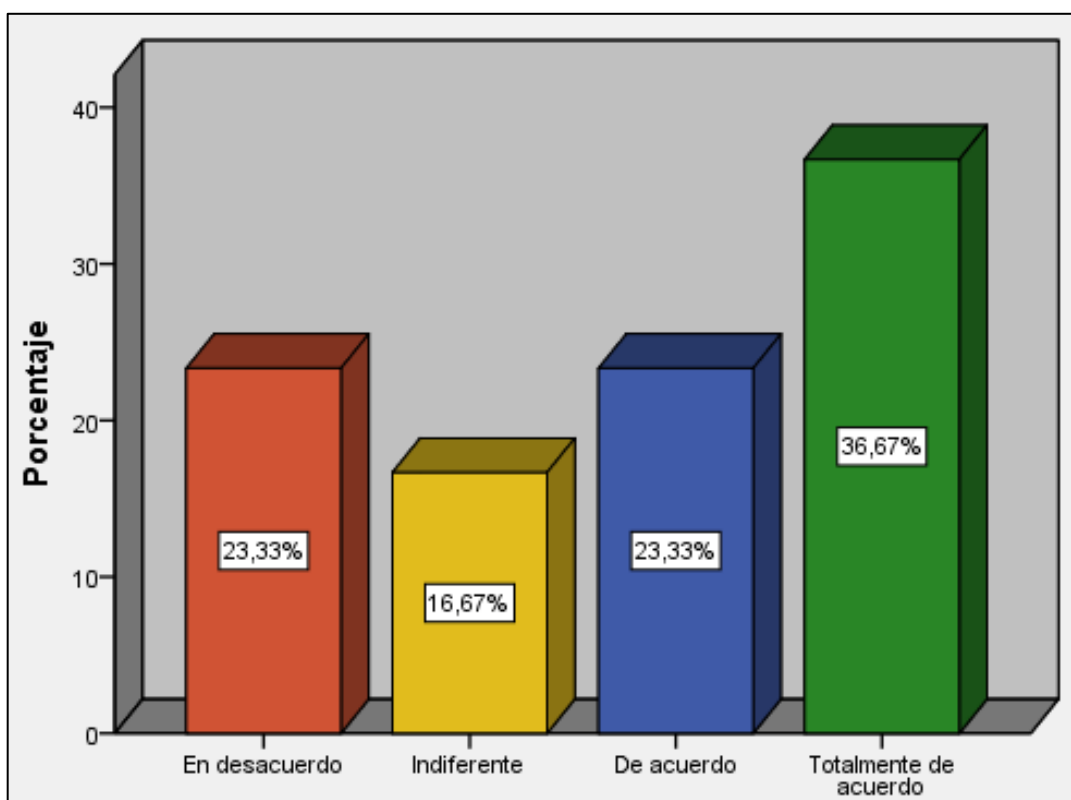


Figura 5. El sistema del inventario.

Interpretación: En la tabla 5 y figura 5, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 23,33% está en desacuerdo y 16,67% indiferente, que el sistema de inventario de sus productos no presenta alguna ventaja comparativa frente al de otras empresas. Mientras que, 23,33% está de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que sus productos sí cuentan con alguna ventaja comparativa frente a otras empresas.

Tabla 6. El control sobre la entrada y salida de mercancías.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
Indiferente	17	56,7	56,7	80,0
Totalmente de acuerdo	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

El control sobre la entrada y salida de mercancías es llevado a cabo de manera permanente.

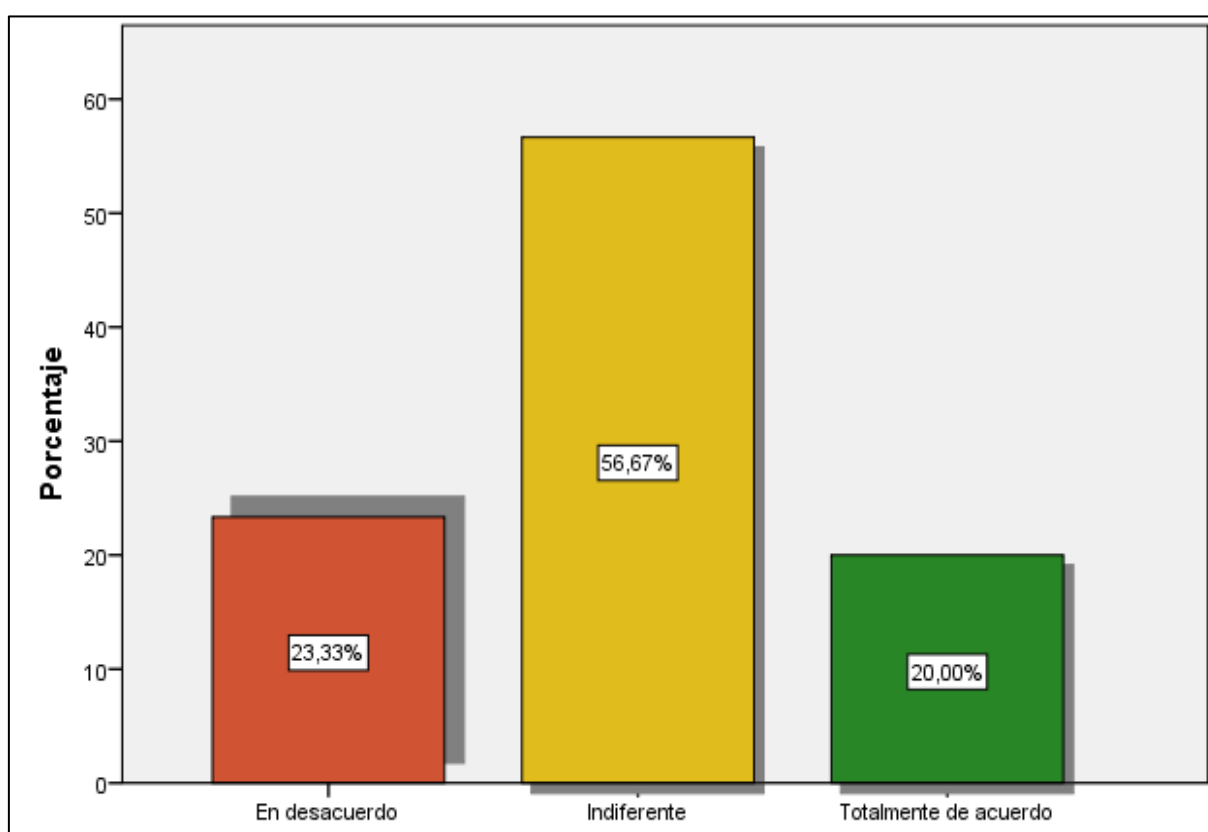


Figura 6. El control sobre la entrada y salida de mercancías.

Interpretación: En la tabla 6 y figura 6, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 23,33% está en desacuerdo y 56,67% indiferente, sobre el control de la entrada y salida de mercancías no es llevado a cabo de manera permanente. Mientras que, el 20% está totalmente de acuerdo que sus productos sí cuentan con un control de la entrada y salida de sus mercancías.

Tabla 7. El área logística.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	Indiferente	7	23,3	23,3	36,7
	De acuerdo	8	26,7	26,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

El área logística tiene resultados eficientes con productos de materia prima y finales.

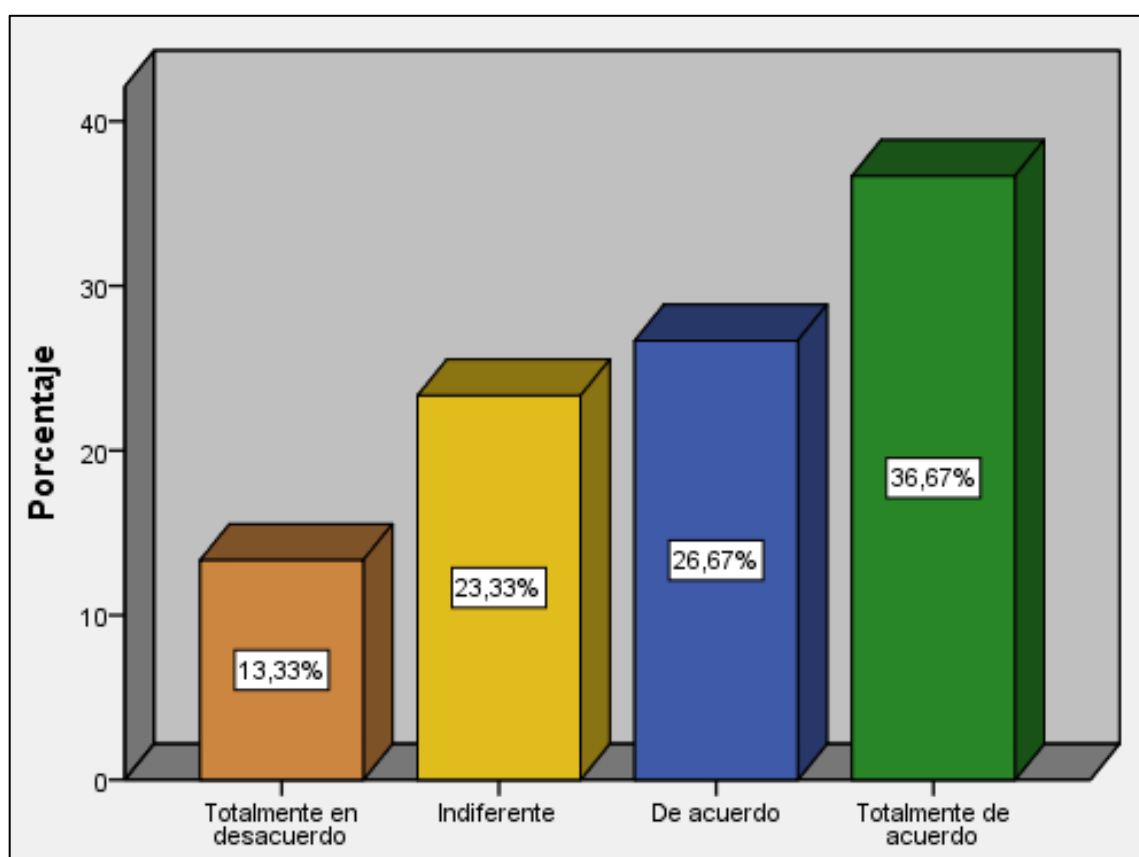


Figura 7. El área logística.

Interpretación: En la tabla 7 y figura 7, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% está totalmente en desacuerdo y 23,33% indiferente, sobre el área logística no tiene resultados eficientes con productos de materia prima y finales. Mientras que, el 26,67% está de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que tiene resultados eficientes en todo su proceso con la materia prima y los productos finales.

Tabla 8. *La gestión administrativa de la producción.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	Indiferente	7	23,3	23,3	30,0
	De acuerdo	9	30,0	30,0	60,0
	Totalmente de acuerdo	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La gestión administrativa de la producción está al margen y adaptación de aplicar métodos que agilicen y brinden la información a tiempo real.

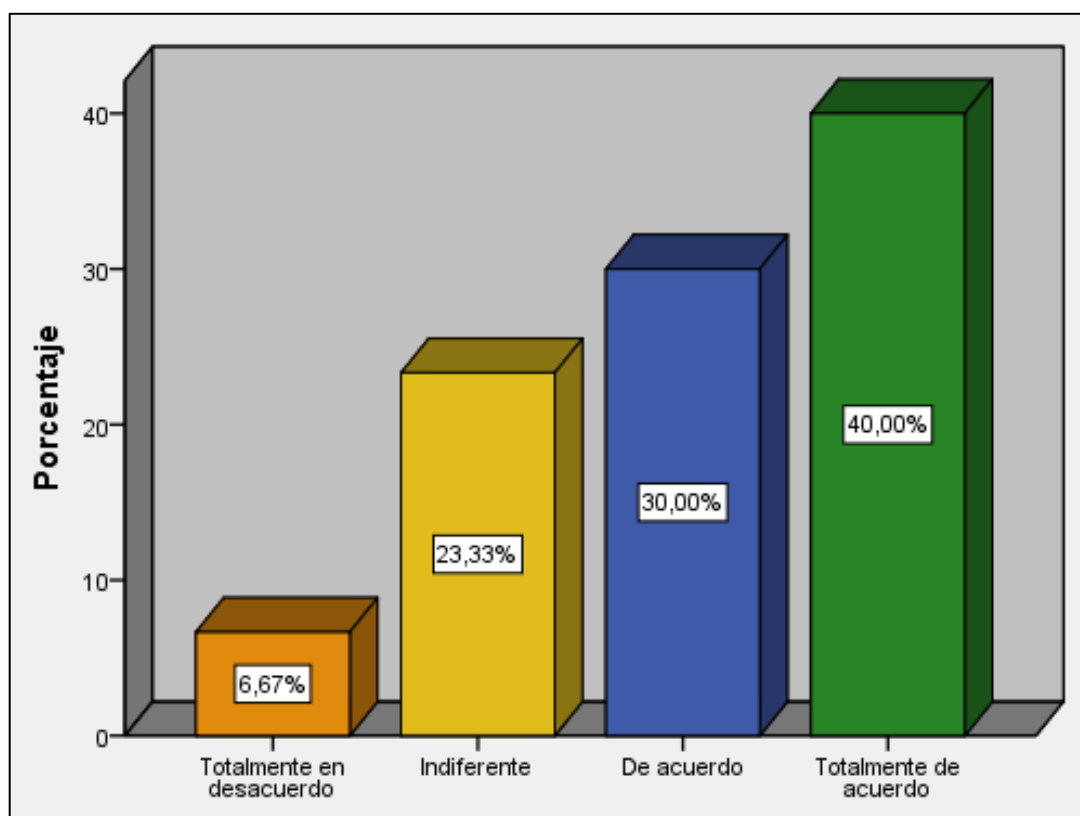


Figura 8. La gestión administrativa de la producción.

Interpretación: En la tabla 8 y figura 8, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 6,67% está totalmente en desacuerdo y 23,33% indiferente, de la gestión administrativa de la producción no está aplicando métodos que agilicen los procesos e información a tiempo real. Mientras que, el 30% está de acuerdo y 40% totalmente de acuerdo, que en el área de producción sí aplica métodos que ayudan a mejorar todos sus procesos.

Tabla 9. Los conocimientos y/o resultados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	26,7	26,7	26,7
	Indiferente	7	23,3	23,3	50,0
	De acuerdo	4	13,3	13,3	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Los conocimientos y/o resultados acerca de las ventas a mercados nacionales y/o internacionales se comparten con todos los colaboradores del área de producción, incluyendo a los de confección.

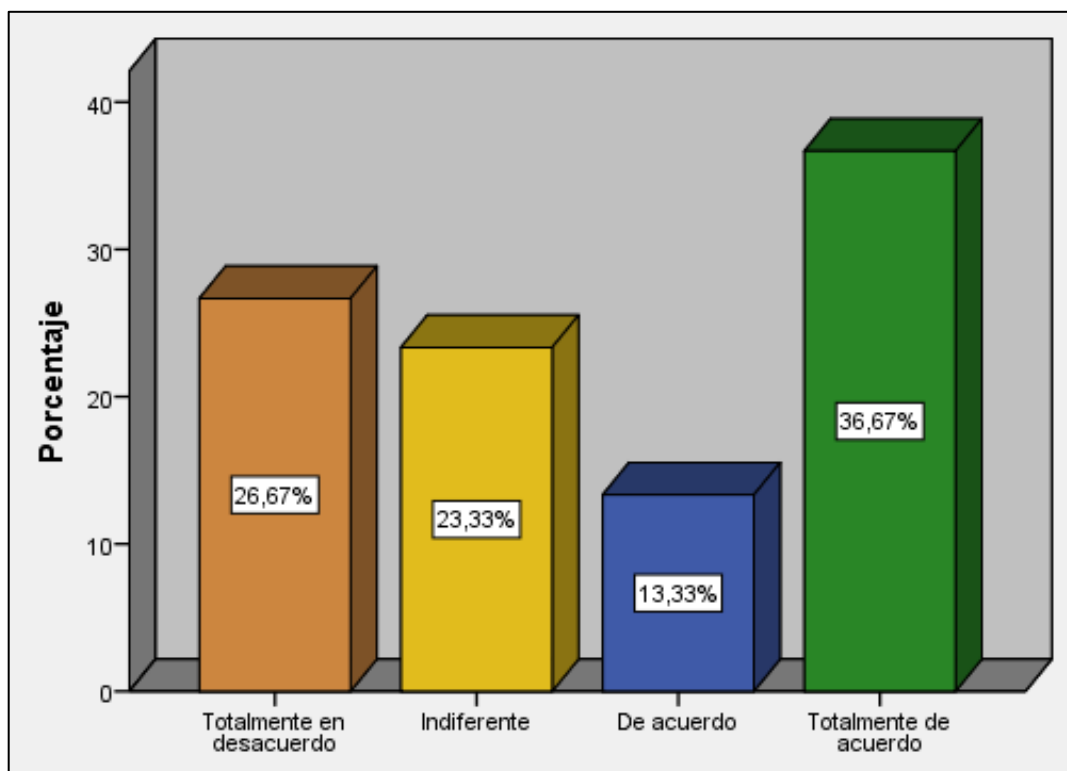


Figura 9. Los conocimientos y/o resultados.

Interpretación: En la tabla 9 y figura 9, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 26,67% está totalmente en desacuerdo y 23,33% indiferente, que la información sobre sus ventas nacionales e internacionales no se comparte con los colaboradores del área de producción. Mientras que, 13,33% está de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que sí comparten información de las ventas que realiza la empresa, lo cual favorece a tener al personal informado y así incentivar la eficiencia de ellos mismos.

Tabla 10. La empresa invierte en capacitaciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	26,7	26,7	26,7
	Indiferente	7	23,3	23,3	50,0
	De acuerdo	5	16,7	16,7	66,7
	Totalmente de acuerdo	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Normalmente la empresa invierte en capacitaciones para los colaboradores sobre nuevas tecnologías o métodos del sector textil.

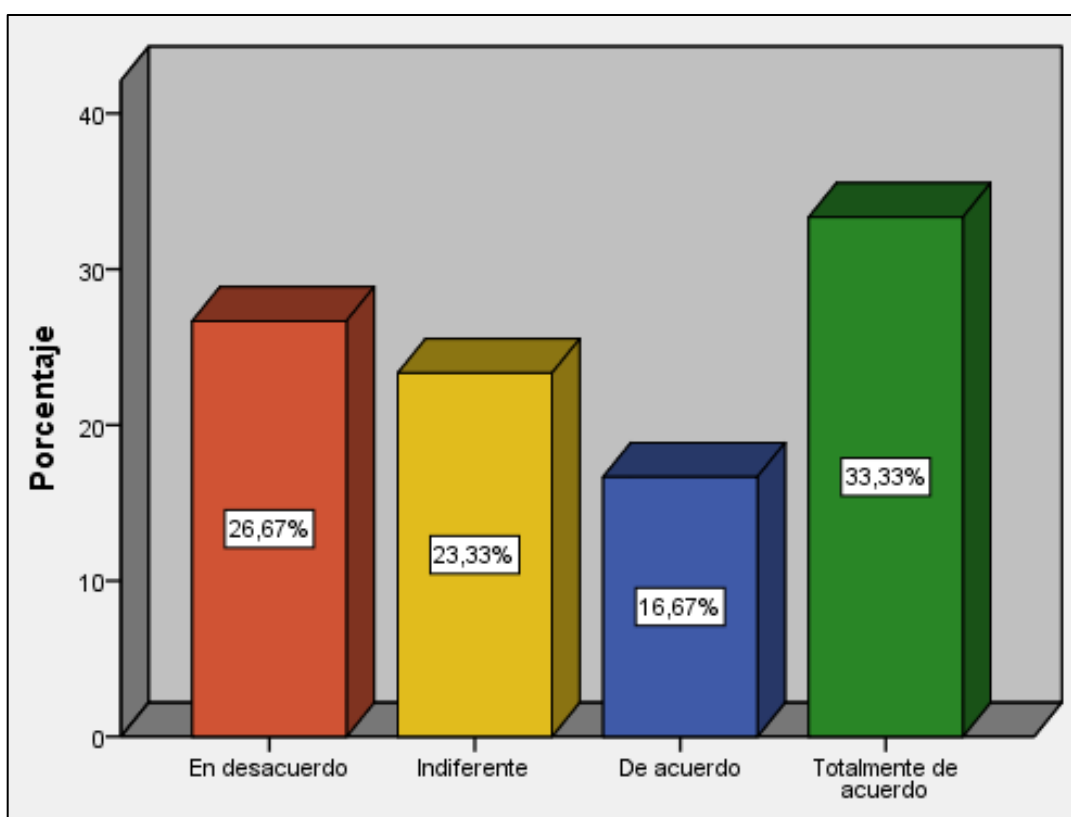


Figura 10. La empresa invierte en capacitaciones.

Interpretación: En la tabla 10 y figura 10, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 26,67% está en desacuerdo y 23,33% indiferente, de no invertir en capacitaciones a los colaboradores sobre las nuevas tecnologías o métodos del sector textil. Mientras que, el 16,67% está de acuerdo y 33,33% totalmente de acuerdo, que sí invierten en sus colaboradores para capacitarlos sobre las nuevas tecnologías y/o métodos del sector textil.

Tabla 11. Las máquinas del área de comunicación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	26,7	26,7	26,7
	Indiferente	6	20,0	20,0	46,7
	De acuerdo	5	16,7	16,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Las máquinas del área de producción están al margen de nuevas tecnologías del sector para un pedido exigente al mercado internacional.

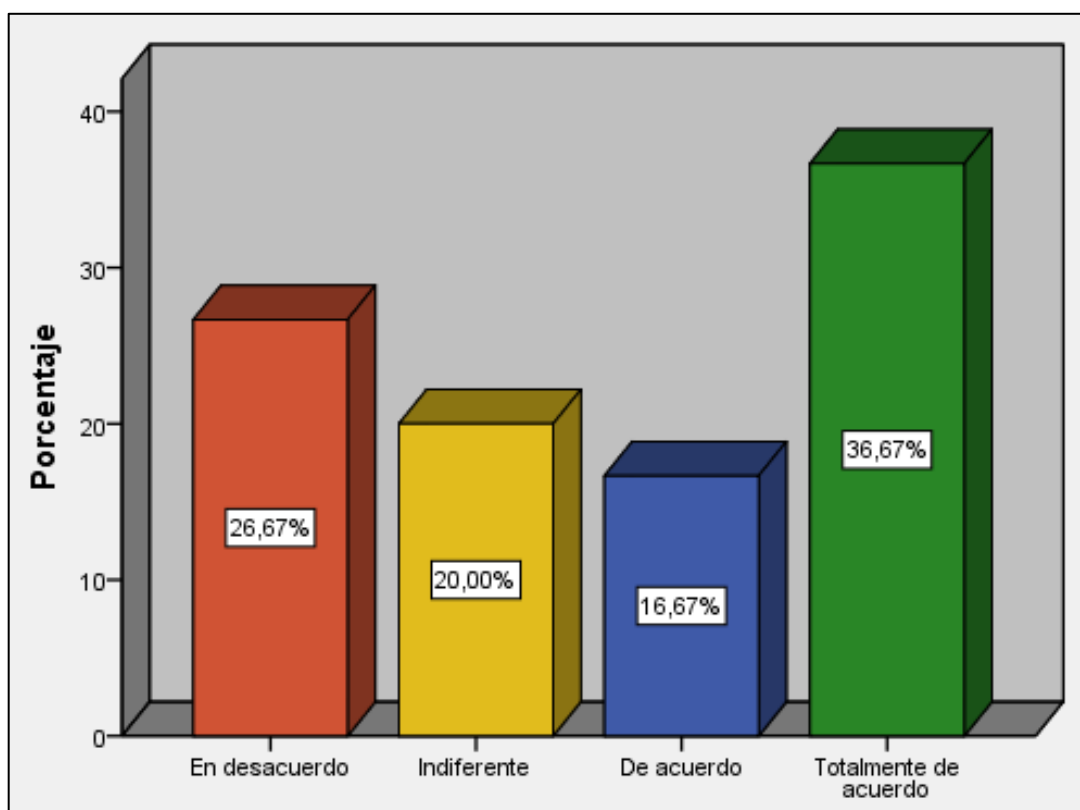


Figura 11. Las máquinas del área de comunicación.

Interpretación: En la tabla 11 y figura 11, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 26,67% está en desacuerdo y 20% indiferente, de las máquinas del área de producción no están al margen de nuevas tecnologías para un pedido exigente al mercado internacional. Mientras que, el 16,67% está de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que las empresas sí están al margen de las nuevas tecnologías para in pedido grande al mercado internacional.

Tabla 12. *La fabricación de prendas.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	26,7	26,7	26,7
	Indiferente	2	6,7	6,7	33,3
	De acuerdo	12	40,0	40,0	73,3
	Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La fabricación de prendas hechas con máquinas industriales influye en la calidad del producto.

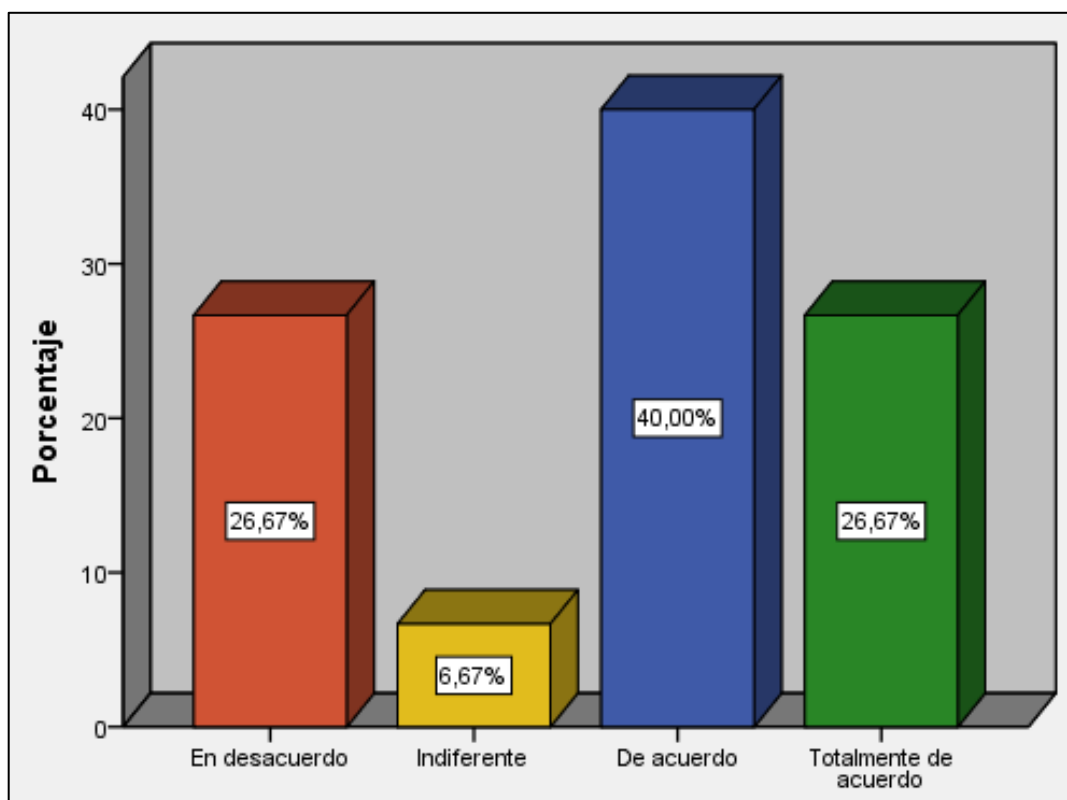


Figura 12. La fabricación de prendas.

Interpretación: En la tabla 12 y figura 12, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 26,67% está en desacuerdo y 6,67% indiferente, sobre la fabricación de prendas hechas con máquinas industriales no influyen en la calidad del producto. Mientras que, el 40% está de acuerdo y 26,67% totalmente de acuerdo, que las máquinas sí influyen en la calidad del producto.

Tabla 13. Cumplimientos de los requisitos básicos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	16,7	16,7	16,7
	Indiferente	4	13,3	13,3	30,0
	De acuerdo	9	30,0	30,0	60,0
	Totalmente de acuerdo	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

El centro de distribución con la que cuenta la empresa cumple los requisitos básicos para la correcta canalización de sus productos.

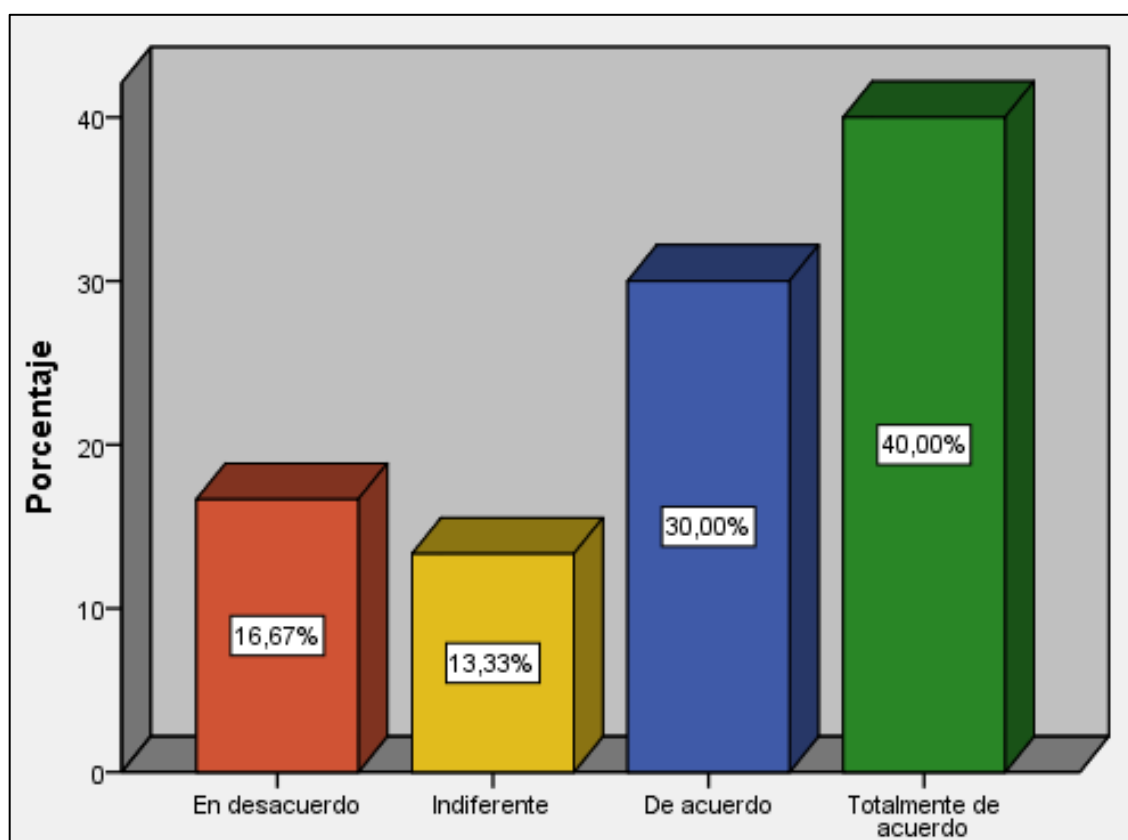


Figura 13. Cumplimiento de los requisitos básicos.

Interpretación: En la tabla 13 y figura 13, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 16,67% en desacuerdo y 13,33% indiferente, que el centro de distribución que cuenta la empresa no cumple los requisitos básicos para la correcta canalización de sus productos. Mientras que, el 30% de acuerdo y 40% totalmente de acuerdo, las empresas sí cumplen con los requisitos básicos para la correcta canalización de sus productos.

Tabla 14. *Mejorar el manejo de su canal de distribución.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
Indiferente	19	63,3	63,3	76,7
Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa debe mejorar el manejo de su canal de distribución.

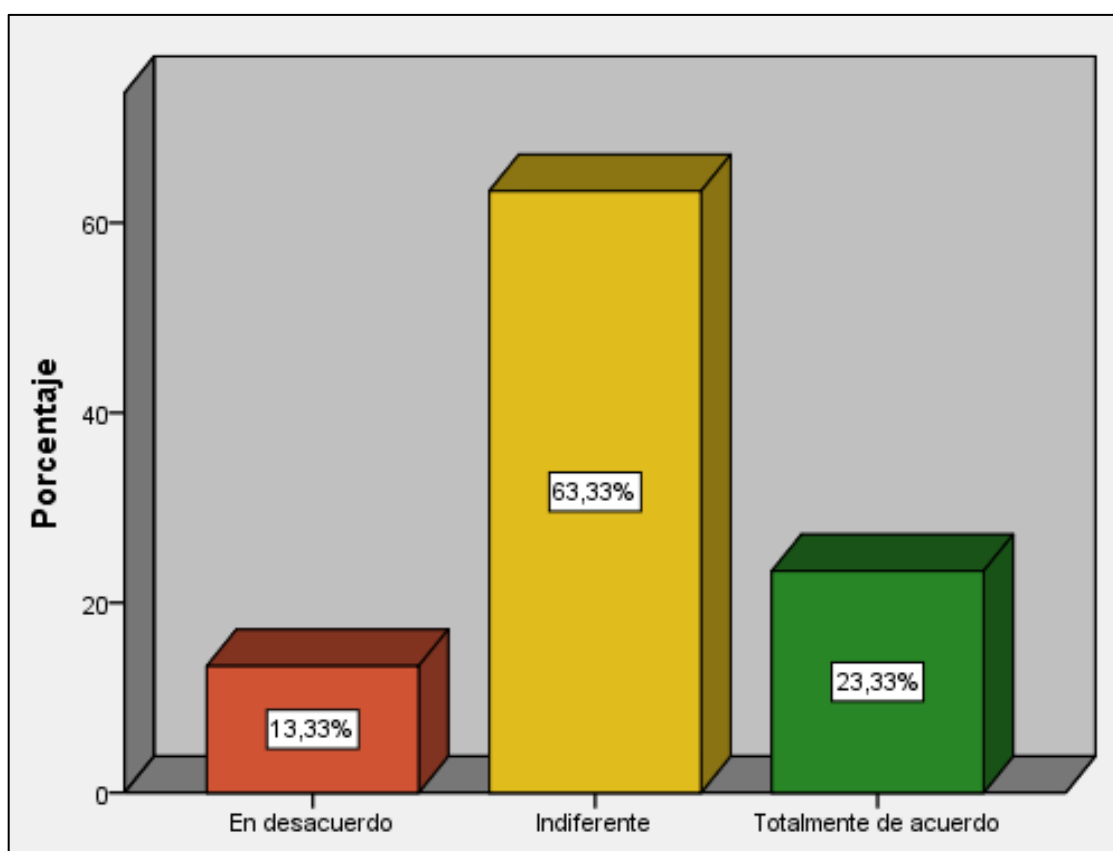


Figura 14. Mejorar el manejo de su canal de distribución.

Interpretación: En la tabla 14 y figura 14, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% en desacuerdo, que la empresa no debe mejorar el manejo de su canal de distribución y un 63,33% indiferente, dado que ya están acostumbrados a un solo canal y que le es difícil adaptarse a los nuevos cambios, ya sea por el personal que lo está manejando. Mientras que, un 23,33% está totalmente de acuerdo, que las empresas sí deben mejorar el manejo de su canal de distribución.

Tabla 15. El plazo de entrega es un factor determinante.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
Indiferente	5	16,7	16,7	30,0
De acuerdo	10	33,3	33,3	63,3
Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

El plazo de entrega es un factor determinante en la calidad de servicio que brinda su empresa.

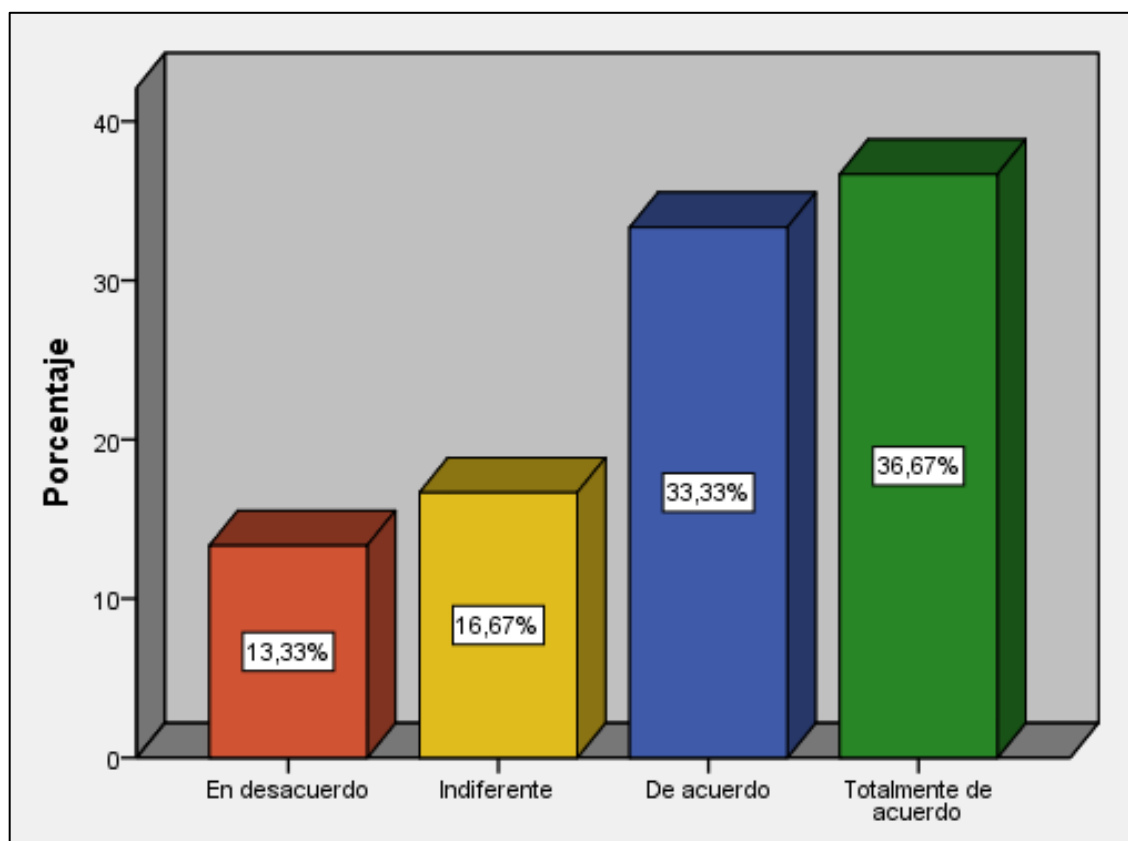


Figura 15. El plazo de entrega es un factor determinante.

Interpretación: En la tabla 15 y figura 15, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% en desacuerdo y 16,67% indiferente, sobre el plazo de entrega no es un factor determinante en la calidad de servicio que brinda la empresa. Mientras que, un 33,33% está de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que el plazo de entrega sí es un factor determinante en la calidad de servicio de brinda la empresa.

Tabla 16. La empresa cuenta con ventajas competitivas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	20,0	20,0	20,0
	Indiferente	15	50,0	50,0	70,0
	De acuerdo	4	13,3	13,3	83,3
	Totalmente de acuerdo	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa cuenta con ventajas competitivas en relación al tiempo de entrega de sus productos.

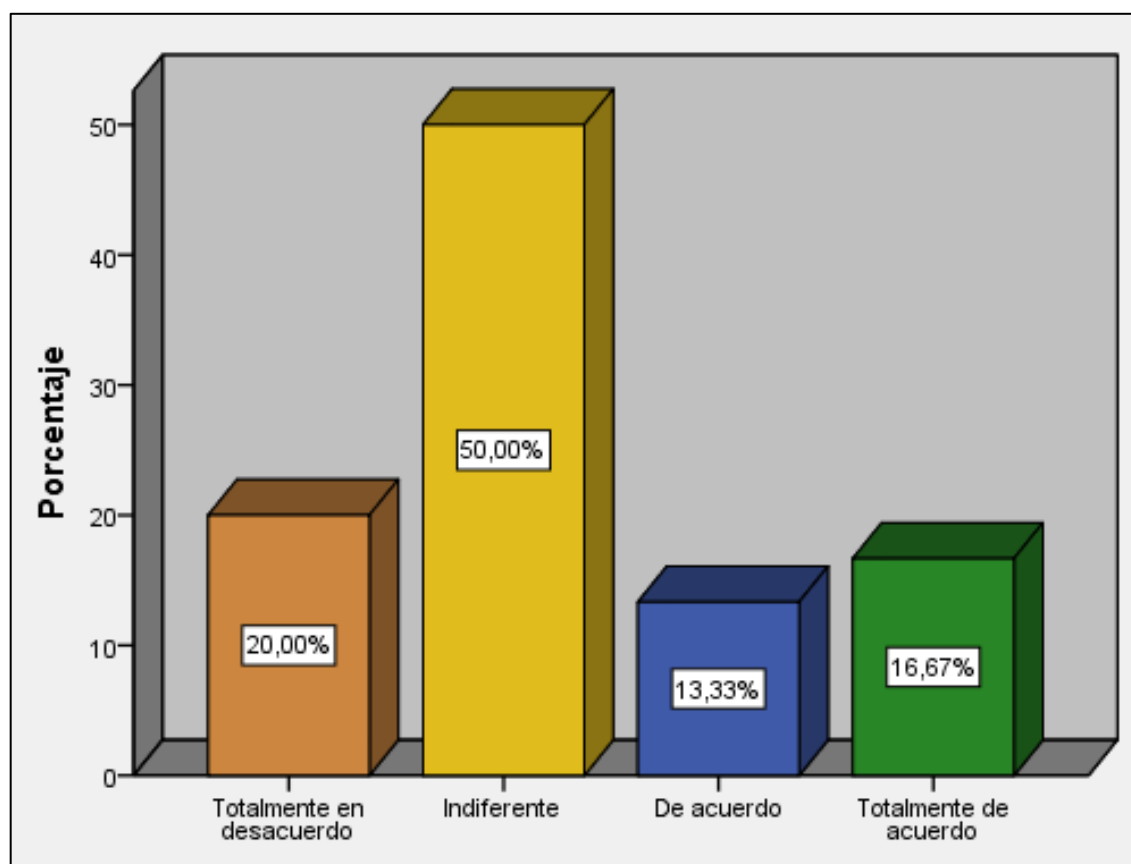


Figura 16. La empresa cuenta con ventajas competitivas.

Interpretación: En la tabla 16 y figura 16, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 20% totalmente en desacuerdo y 50% indiferente, que la empresa no cuenta con ventajas competitivas en relación al tiempo de entrega de sus productos. Mientras que, un 13,33% de acuerdo y 16,67% totalmente de acuerdo, que las empresas sí cuentan con ventajas competitivas en relación al tiempo de entrega de sus productos.

Tabla 17. Sistema de embalaje.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	9	30,0	30,0	30,0
Indiferente	17	56,7	56,7	86,7
De acuerdo	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Normalmente la empresa toma en cuenta diversas cotizaciones sobre el sistema de embalaje que deben llevar los productos para una evaluación posterior sobre los costos logísticos.

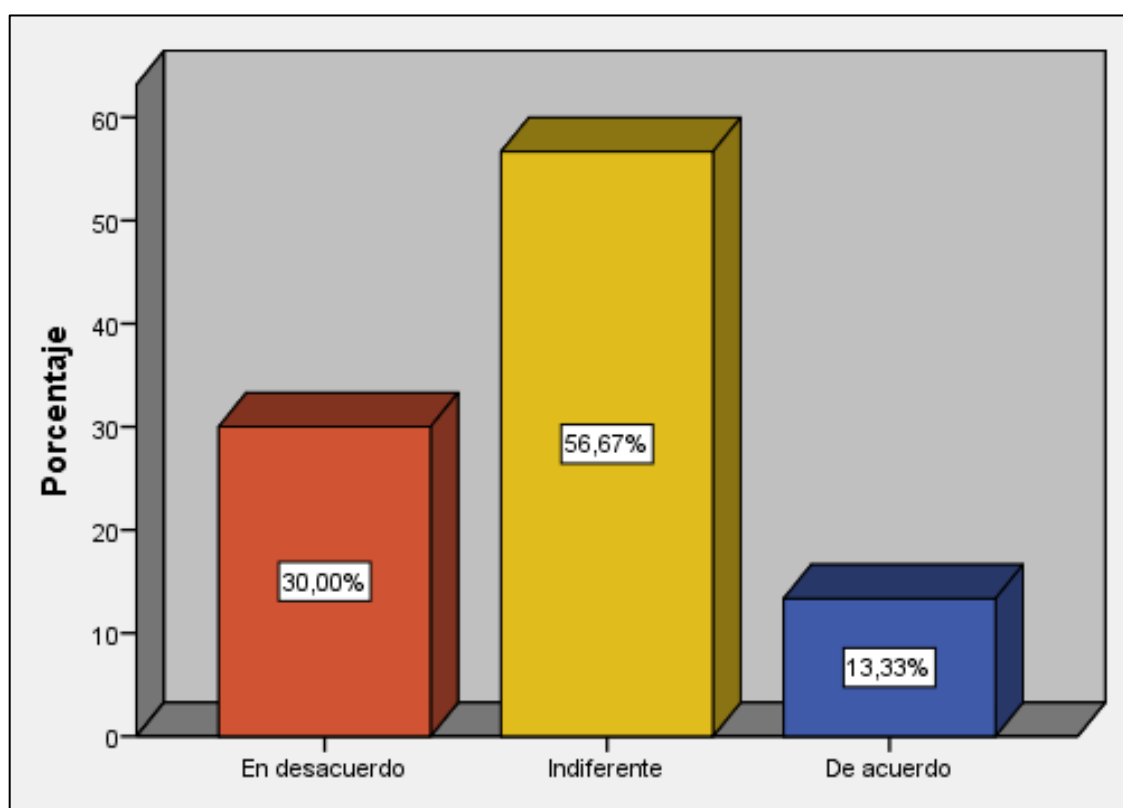


Figura 17. Sistema de embalaje.

Interpretación: En la tabla 17 y figura 17, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 30% en desacuerdo y 56,67% indiferente, que las empresas no toman en cuenta diversas cotizaciones sobre el sistema de embalaje que deben llevar los productos para una evaluación posterior sobre los costos logísticos. Mientras que, un 13,33% están de acuerdo, que las empresas toman en cuenta diversas cotizaciones sobre el sistema de embalaje que deben llevar los productos para una evaluación posterior sobre los costos logísticos.

Tabla 18. La empresa logra identificar las ventajas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	Indiferente	4	13,3	13,3	36,7
	De acuerdo	8	26,7	26,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa logra identificar las ventajas que otorga un correcto embalaje en el transporte de mercancías.

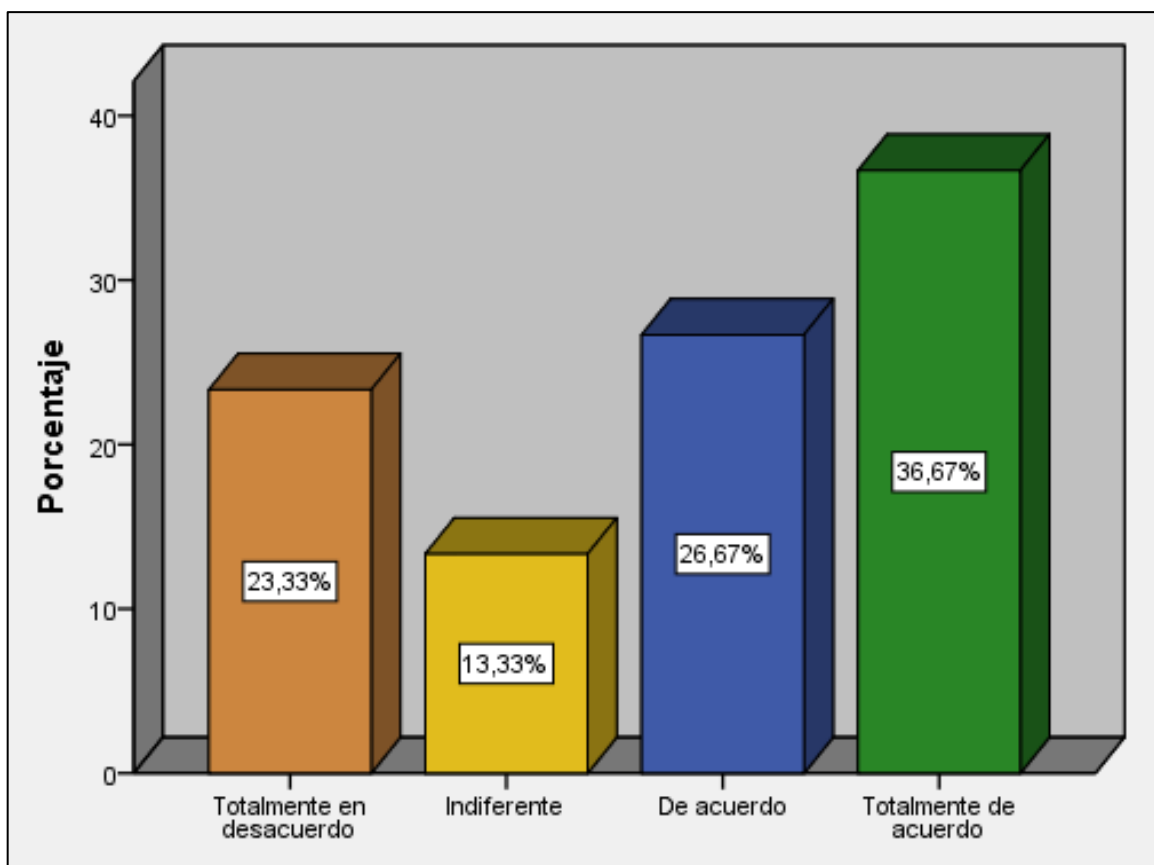


Figura 18. La empresa logra identificar las ventajas.

Interpretación: En la tabla 18 y figura 18, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 23,33% está totalmente en desacuerdo y 13,33% indiferente, dado que en algunas ocasiones hubo pequeños inconvenientes con su personal. Mientras que, el 26,67% está de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que es de gran ventaja hacer un correcto embalaje en el transporte de mercancías.

Tabla 19. La compañía cuenta con experiencia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	Indiferente	7	23,3	23,3	36,7
	De acuerdo	6	20,0	20,0	56,7
	Totalmente de acuerdo	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La compañía cuenta con experiencia habituada para negociar en mercados exteriores.

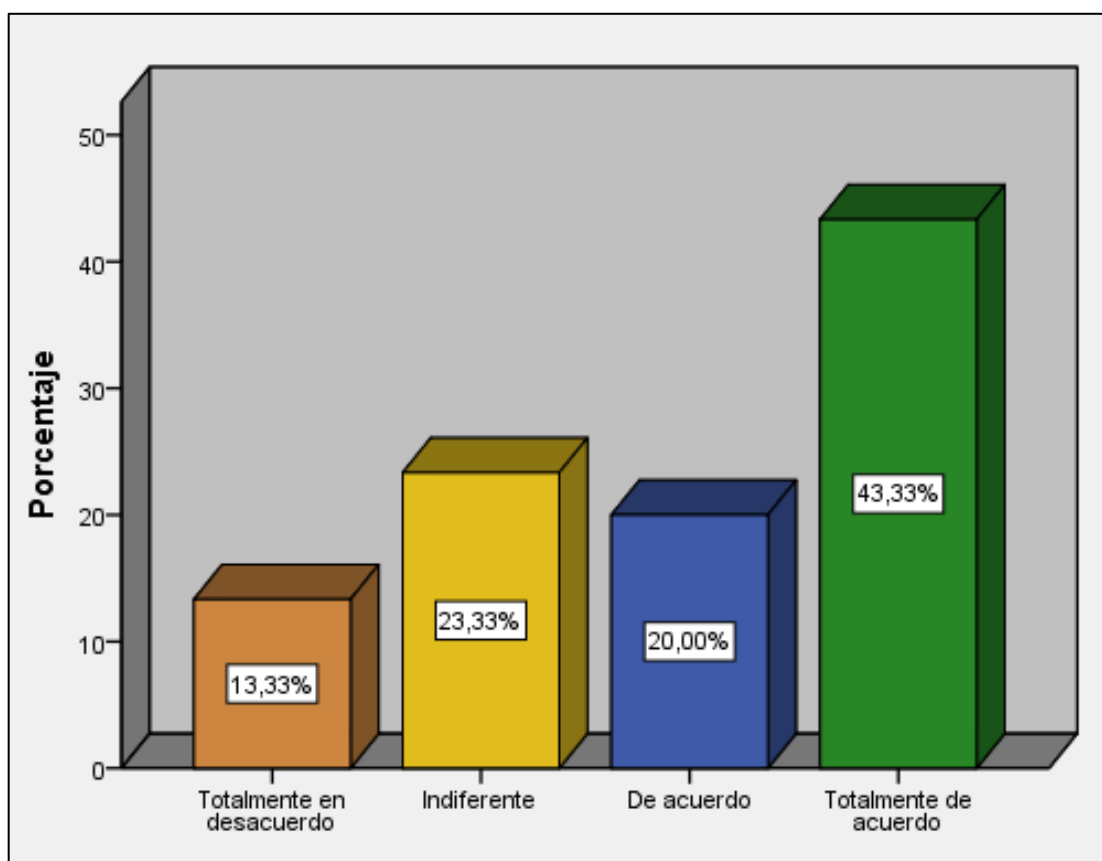


Figura 19. La compañía cuenta con experiencia.

Interpretación: En la tabla 19 y figura 19, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% totalmente en desacuerdo y 23,33% indiferente, que la compañía no cuenta con experiencia habituada para negociar en mercados exteriores. Mientras que, un 20% se encuentra de acuerdo y 43,33% totalmente de acuerdo, que la empresa sí tiene experiencia para negociar en mercados exteriores.

Tabla 20. La exportación definitiva conlleva a tener menores riesgos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	40,0	40,0	40,0
	Indiferente	9	30,0	30,0	70,0
	De acuerdo	2	6,7	6,7	76,7
	Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La exportación definitiva conlleva a la empresa a tener menores riesgos dentro del mercado.

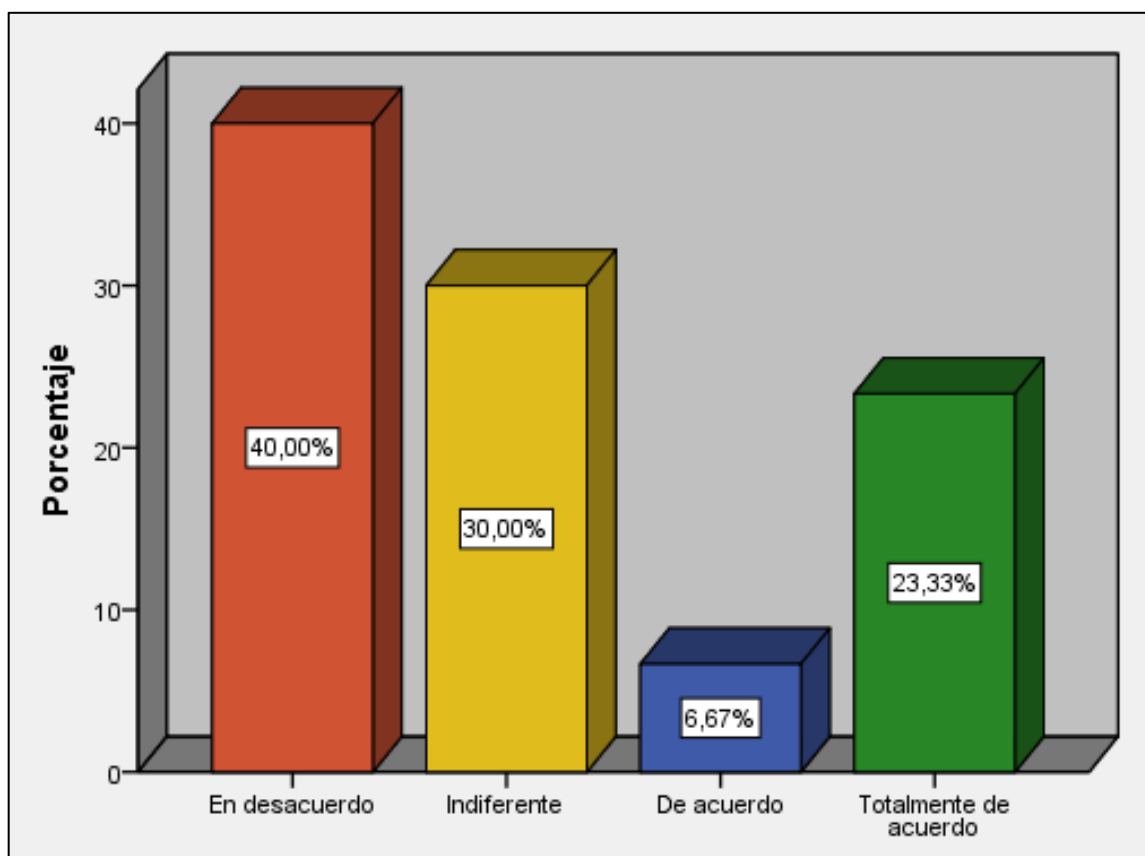


Figura 20. La exportación definitiva conlleva a tener menores riesgos.

Interpretación: En la tabla 20 y figura 20, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 40% en desacuerdo y 30% indiferente, sobre la exportación definitiva no conlleva a que la empresa tenga menores riesgos dentro del mercado. Mientras que, 6,67% se encuentra de acuerdo y 23,33% totalmente de acuerdo, que la exportación definitiva sí conlleva a la empresa a tener menores riesgos dentro del mercado.

Tabla 21. Es necesaria la participación de un intermediario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	Indiferente	3	10,0	10,0	23,3
	De acuerdo	14	46,7	46,7	70,0
	Totalmente de acuerdo	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Es necesaria la participación de un intermediario o agente independiente para realizar este tipo de procesos.

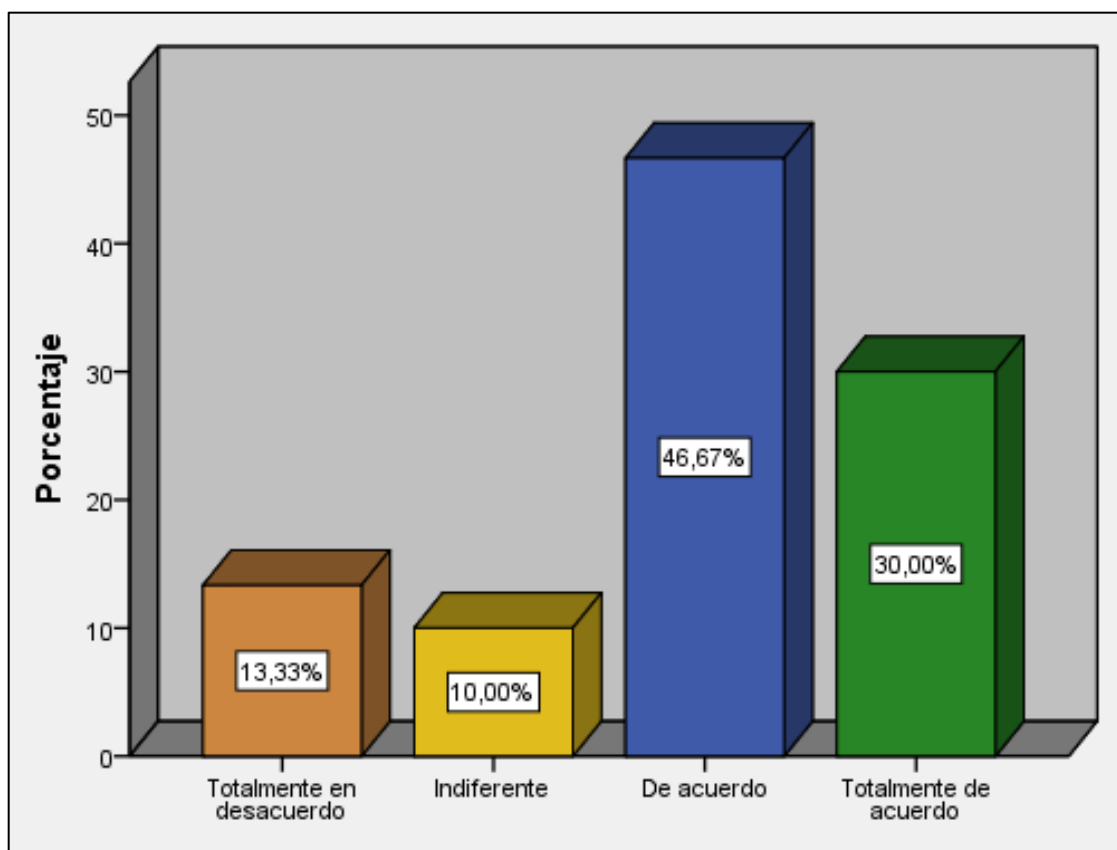


Figura 21. Es necesaria la participación de un intermediario.

Interpretación: En la tabla 21 y figura 21, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% en desacuerdo y 10% indiferente, que no es necesario la participación de un intermediario o agente para realizar los procesos de exportación. Mientras que, un 46,67% se encuentra de acuerdo y 30% totalmente de acuerdo, que sí es necesario la participación de un intermediario para los procesos de exportación.

Tabla 22. El producto reúne las condiciones necesarias.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	Indiferente	7	23,3	23,3	36,7
	De acuerdo	8	26,7	26,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

El producto reúne las condiciones necesarias para llevar a cabo la exportación temporal para reimportación en el mismo Estado.

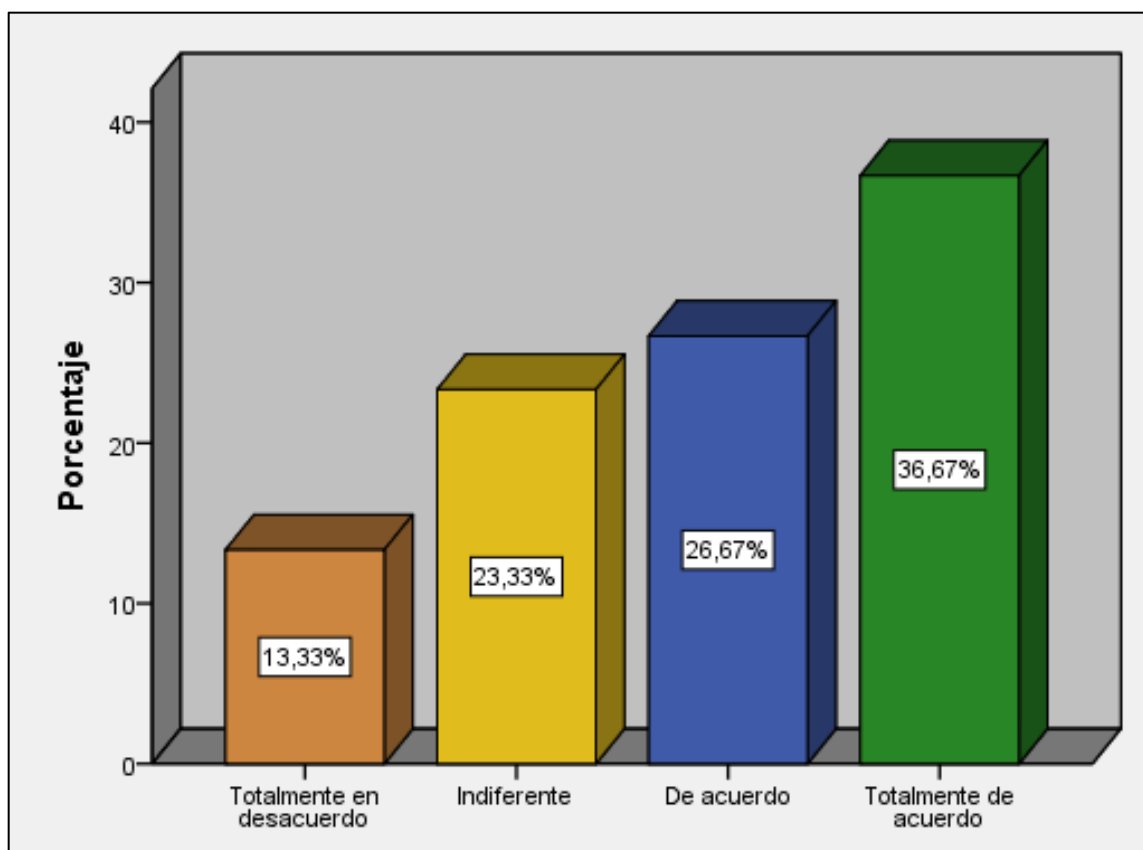


Figura 22. El producto reúne las condiciones necesarias.

Interpretación: En la tabla 22 y figura 22, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% totalmente en desacuerdo y 23,33% indiferente, sobre las condiciones que no reúne un producto para la exportación temporal. Mientras que, un 26,67% se encuentra de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que el producto sí reúne las condiciones necesarias para llevar a cabo la exportación temporal para reimportar en el mismo Estado.

Tabla 23. La compañía debe contar con tecnologías.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	Indiferente	4	13,3	13,3	36,7
	De acuerdo	8	26,7	26,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La compañía cuenta con capacidad física para poder exportar de manera temporal o definitiva a otros países.

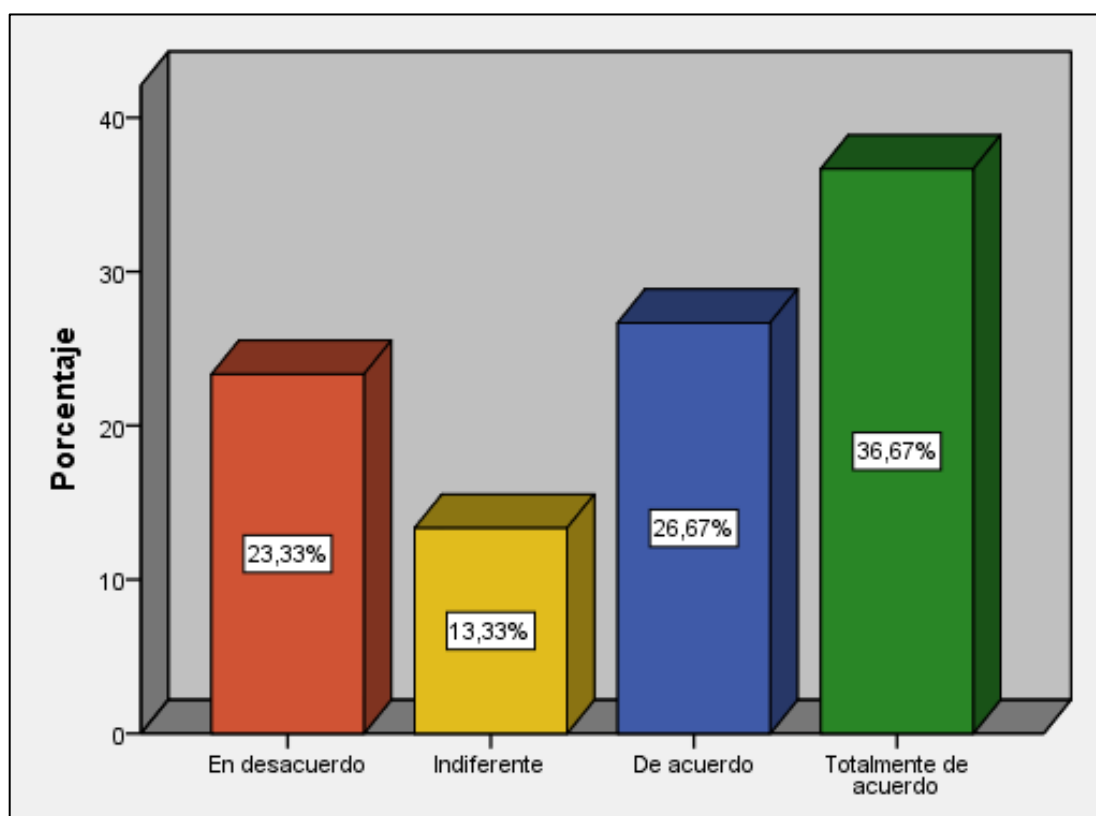


Figura 23. La compañía debe contar con tecnologías.

Interpretación: En la tabla 23 y figura 23, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 23,33% en desacuerdo y 13,33% indiferente, que la compañía no cuenta con la capacidad física para exportar de manera temporal o definitiva a otros países. Mientras que, el 26,67% se encuentra de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que las empresas sí cuentan con la capacidad física para poder exportar de manera temporal o definitiva a otros países.

Tabla 24. Operaciones comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
En desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
Indiferente	5	16,7	16,7	40,0
De acuerdo	11	36,7	36,7	76,7
Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa ha realizado exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo.

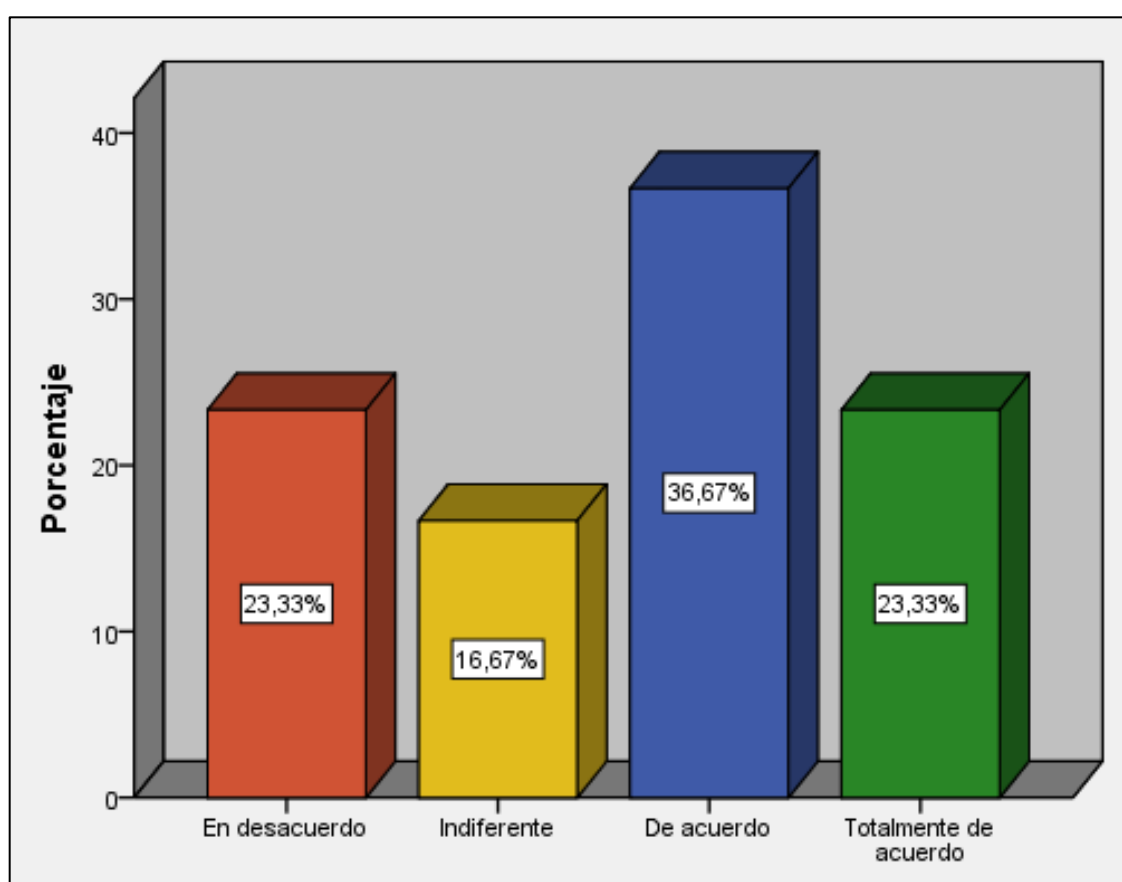


Figura 24. Operaciones comerciales.

Interpretación: En la tabla 24 y figura 24, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 23,33% en desacuerdo y 16,67% indiferente, que la empresa no ha realizado exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo. Mientras que, el 36,67% se encuentra de acuerdo y 23,33% totalmente de acuerdo, las empresas sí realizan exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo.

Tabla 25. Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
Indiferente	17	56,7	56,7	70,0
De acuerdo	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano genera grandes dificultades para las empresas peruanas.

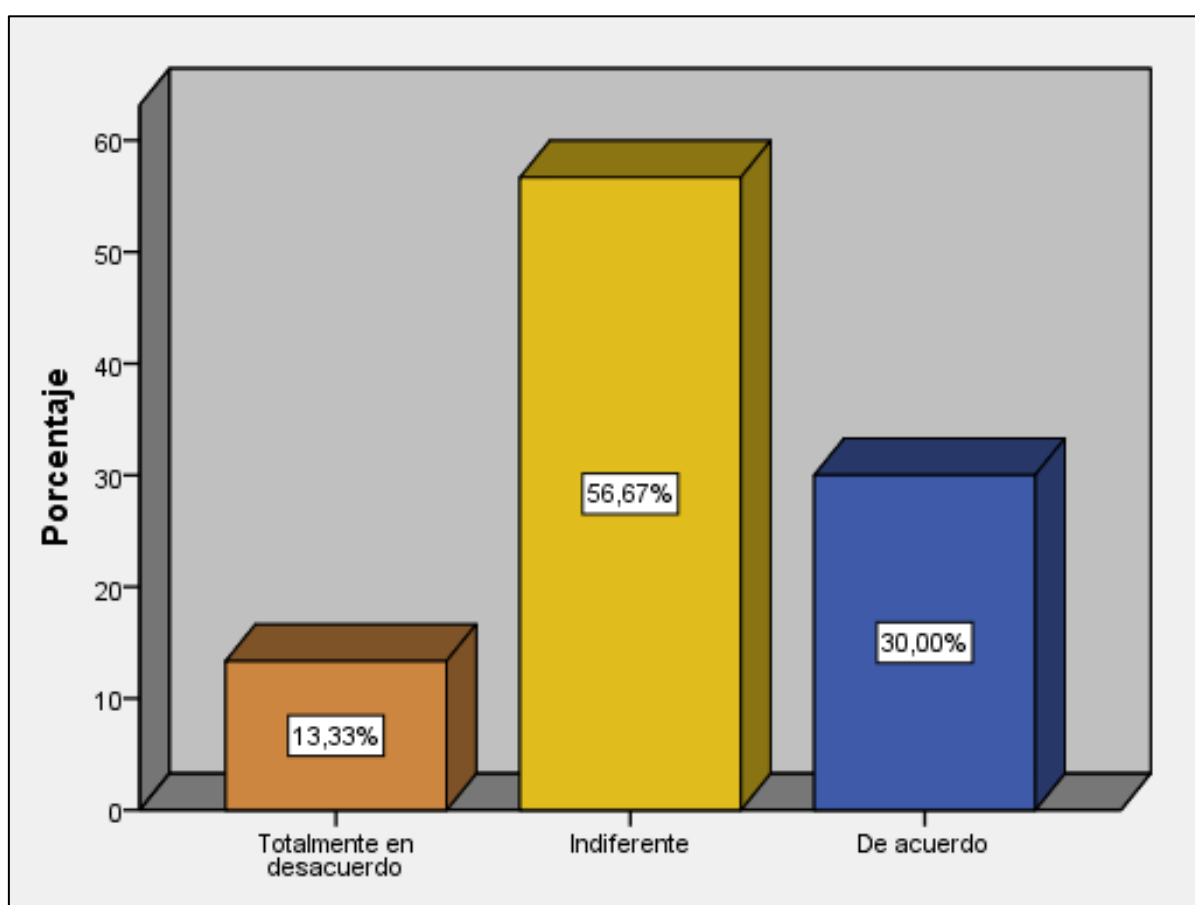


Figura 25. Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano.

Interpretación: En la tabla 25 y figura 25, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% en desacuerdo y 56,67% indiferente, que las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano no genera grandes dificultades para las empresas peruanas. Mientras que, el 30% está de acuerdo que las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano sí generan grandes dificultades para las empresas peruanas.

Tabla 26. Las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	Indiferente	7	23,3	23,3	36,7
	De acuerdo	11	36,7	36,7	73,3
	Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Considera usted que las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.

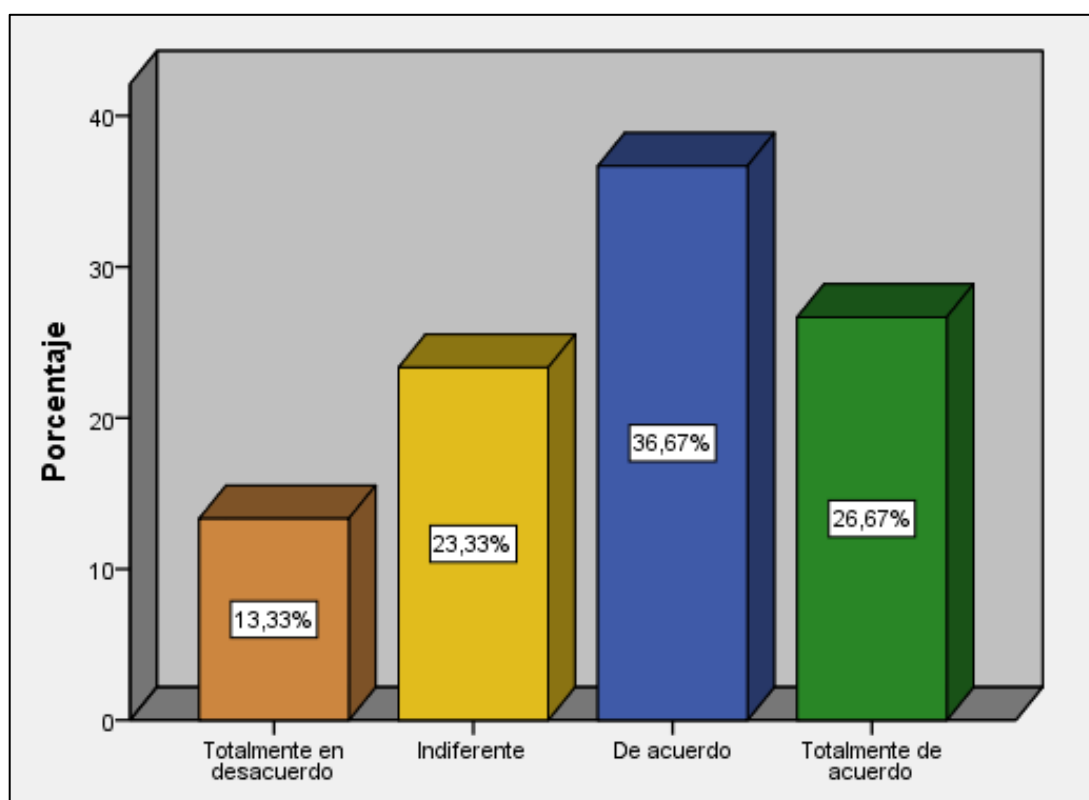


Figura 26. Las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.

Interpretación: En la tabla 26 y figura 26, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% totalmente en desacuerdo y 23,33% indiferente, que la empresa considera que las barreras arancelarias no dificultan las exportaciones. Mientras que, el 36,67% está de acuerdo y 26,67% totalmente de acuerdo, que las barreras arancelarias sí dificultan aún más las exportaciones.

Tabla 27. La empresa responde al surgimiento de situaciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	Indiferente	12	40,0	40,0	53,3
	De acuerdo	3	10,0	10,0	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa responde al surgimiento de situaciones problemáticas en relación a los pedidos que le son requeridos por los clientes.

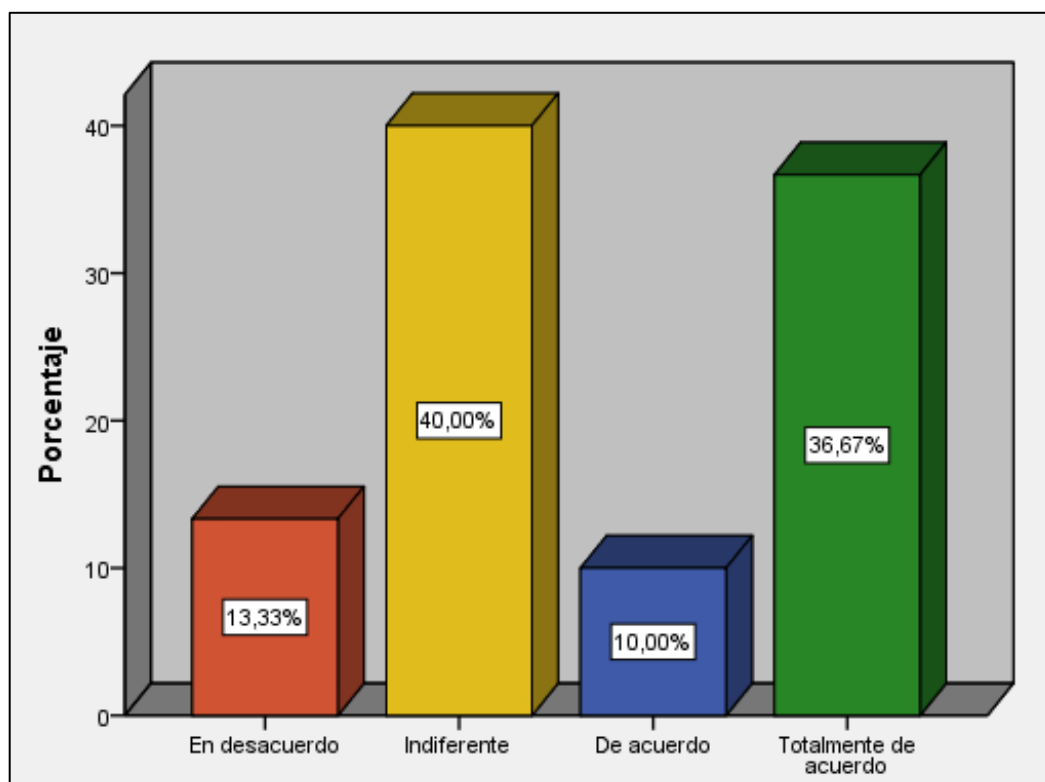


Figura 27. La empresa responde al surgimiento de situaciones.

Interpretación: En la tabla 27 y figura 27, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% en desacuerdo y 40% indiferente, sobre la respuesta de alguna situación problemática en relación a los pedidos, dado que priorizan las medidas que hayan surgido. Mientras que, un 10% está de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que las empresas sí responden al surgimiento de situaciones problemáticas en relación a los pedidos requeridos.

Tabla 28. Salida legal de las cargas de mercancía.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	Indiferente	3	10,0	10,0	23,3
	De acuerdo	14	46,7	46,7	70,0
	Totalmente de acuerdo	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa realiza un eficiente proceso respecto a la salida legal de las mercancías.

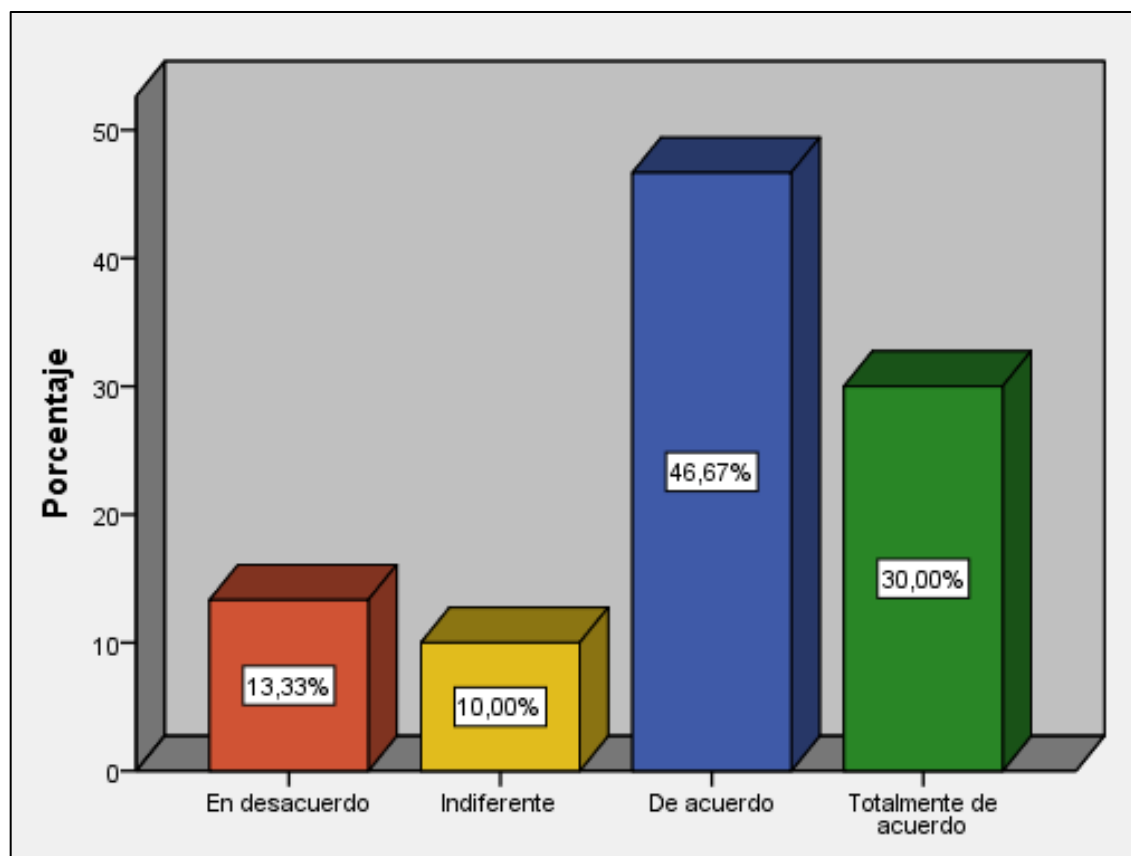


Figura 28. Salida legal de las cargas de mercancía.

Interpretación: En la tabla 28 y figura 28, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% en desacuerdo y 10% indiferente, que la empresa no realiza un eficiente proceso respecto a la salida legal de las mercancías. Mientras que, un 46,67% está de acuerdo y 30% totalmente de acuerdo, que las empresas sí realizan un eficiente proceso respecto a la salida legal de las mercancías.

Tabla 29. Documentos técnicos y/o comerciales en la exportación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferente	7	23,3	23,3	23,3
De acuerdo	15	50,0	50,0	73,3
Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La compañía cuenta con documentos técnicos y/o comerciales en la exportación de sus productos en base a las exigencias del mercado boliviano.

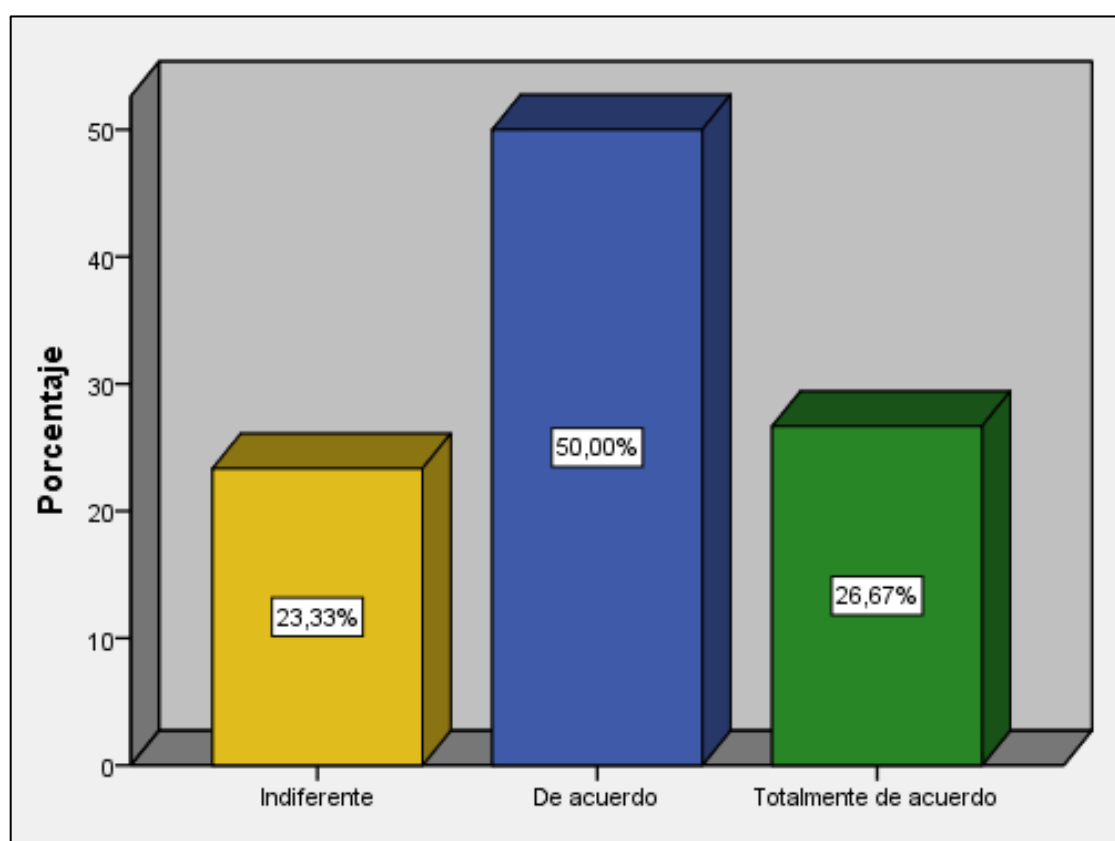


Figura 29. Documentos técnicos y/o comerciales en la exportación.

Interpretación: En la tabla 29 y figura 29, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 23,33% indiferente, que la compañía no cuenta con documentos técnicos y/o comerciales para las exportaciones de sus productos en base a las exigencias del mercado boliviano, es por eso que solo hubo pocas exportaciones. Mientras que, el 50% está de acuerdo y 26,67% totalmente de acuerdo, que sí cuentan con los documentos requeridos para la exportación.

Tabla 30. La empresa evalúa previamente los riesgos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	26,7	26,7	26,7
	Indiferente	6	20,0	20,0	46,7
	De acuerdo	5	16,7	16,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa evalúa previamente los riesgos de las exportaciones a ejecutar, para evitar posibles inconvenientes al momento del envío.

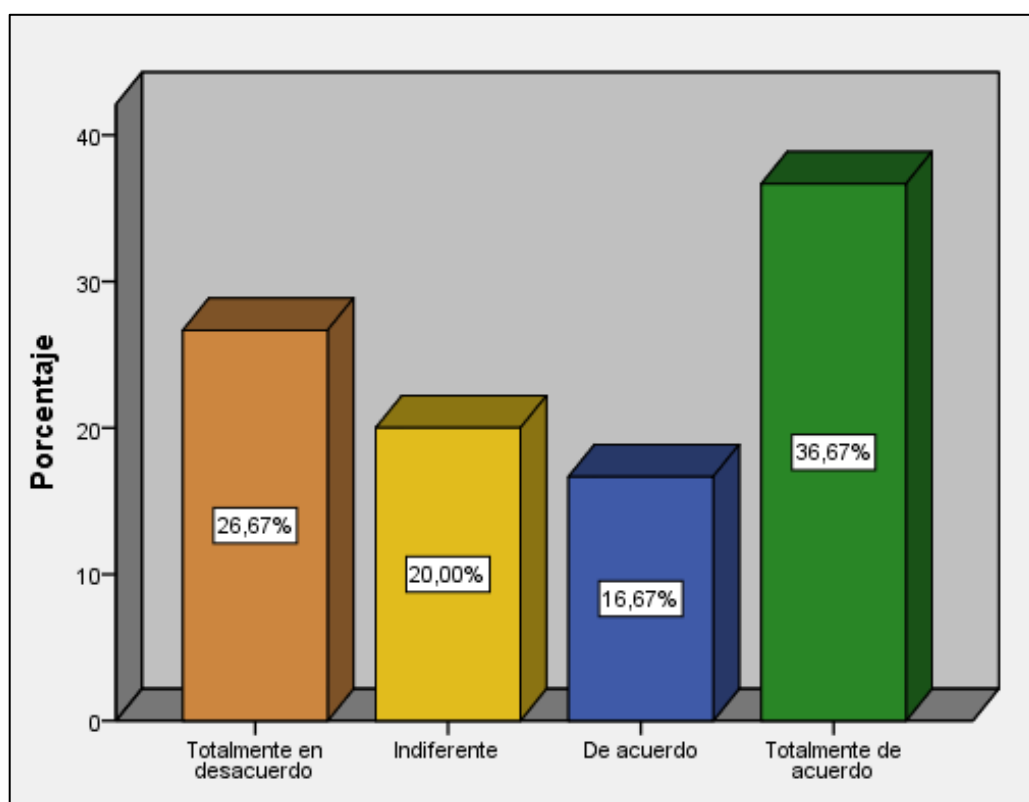


Figura 30. La empresa evalúa previamente los riesgos.

Interpretación: En la tabla 30 y figura 30, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 26,67% totalmente en desacuerdo y 20% indiferente, que las empresas no evalúan previamente los riesgos para la exportación para evitar posibles inconvenientes al momento de enviar. Mientras que, el 16,67% está de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que las empresas sí evalúan los riesgos de exportación, asegurando un envío eficiente para evitar posibles inconvenientes.

Tabla 31. Implementación de medidas de seguridad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
Indiferente	5	16,7	16,7	30,0
De acuerdo	9	30,0	30,0	60,0
Totalmente de acuerdo	12	40,0	40,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa implementa medidas de seguridad en relación al flujo de efectivo por el pago de los envíos realizados al exterior.

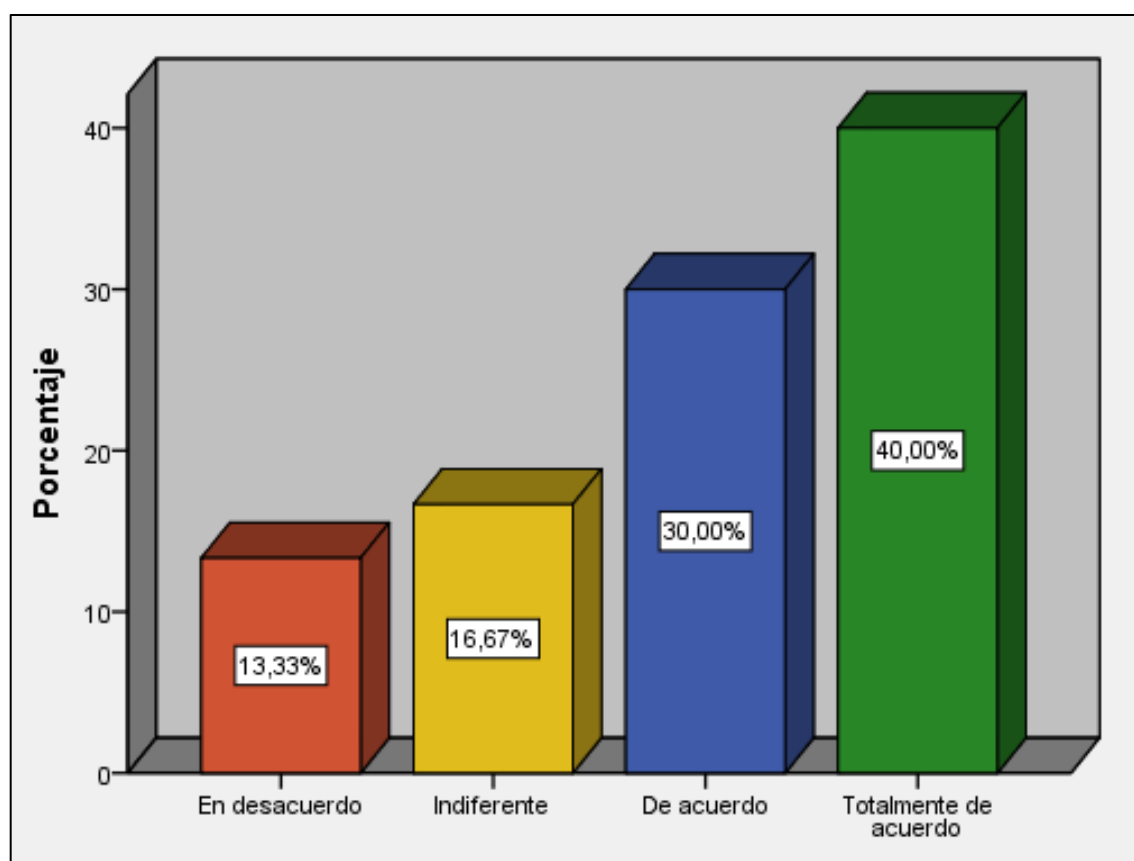


Figura 31. Implementación de medidas de seguridad.

Interpretación: En la tabla 31 y figura 31, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% en desacuerdo y 16,67% indiferente, que las empresas no implementan medidas de seguridad en relación al flujo de efectivo por el pago de los envíos realizados. Mientras que, el 30% se encuentra de acuerdo y 40% totalmente de acuerdo, que las empresas sí implementan medidas de seguridad al pago de envíos realizados al exterior.

Tabla 32. *Transacciones comerciales.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10,0	10,0	10,0
	Indiferente	5	16,7	16,7	26,7
	De acuerdo	10	33,3	33,3	60,0
	Totalmente de acuerdo	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa realiza sus transacciones comerciales a través de una entidad bancaria que los respalde.

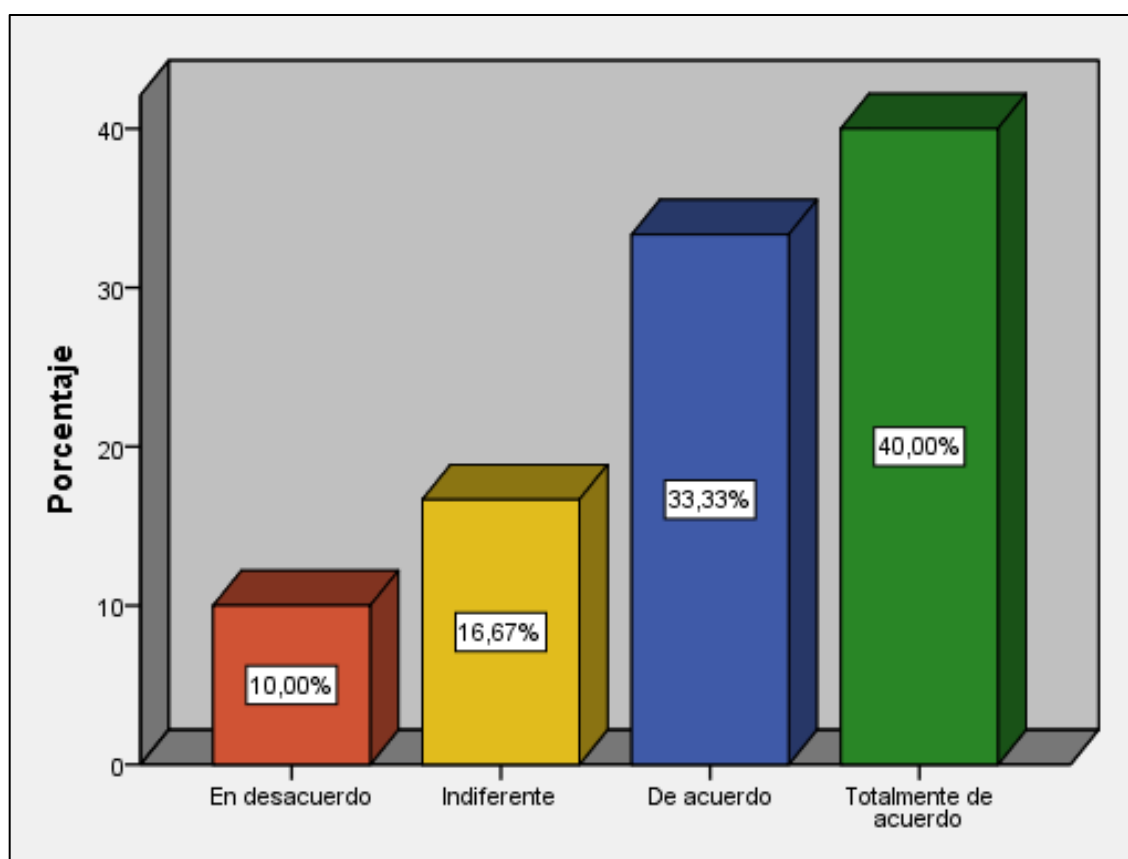


Figura 32. Transacciones comerciales.

Interpretación: En la tabla 32 y figura 32, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 10% en desacuerdo y 16,67% indiferente, que las empresas no realizan sus transacciones comerciales a través de una entidad bancaria que los respalde. Mientras que, el 33,33% está de acuerdo y 40% totalmente de acuerdo, que sí realizan sus transacciones comerciales a través de una entidad bancaria que los respalde.

Tabla 33. *Experiencia mínima en el manejo de cuentas.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
Indiferente	3	10,0	10,0	23,3
De acuerdo	14	46,7	46,7	70,0
Totalmente de acuerdo	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Es importante contar con experiencia mínima en el manejo de cuentas abiertas para realizar la comercialización de los productos en el exterior.

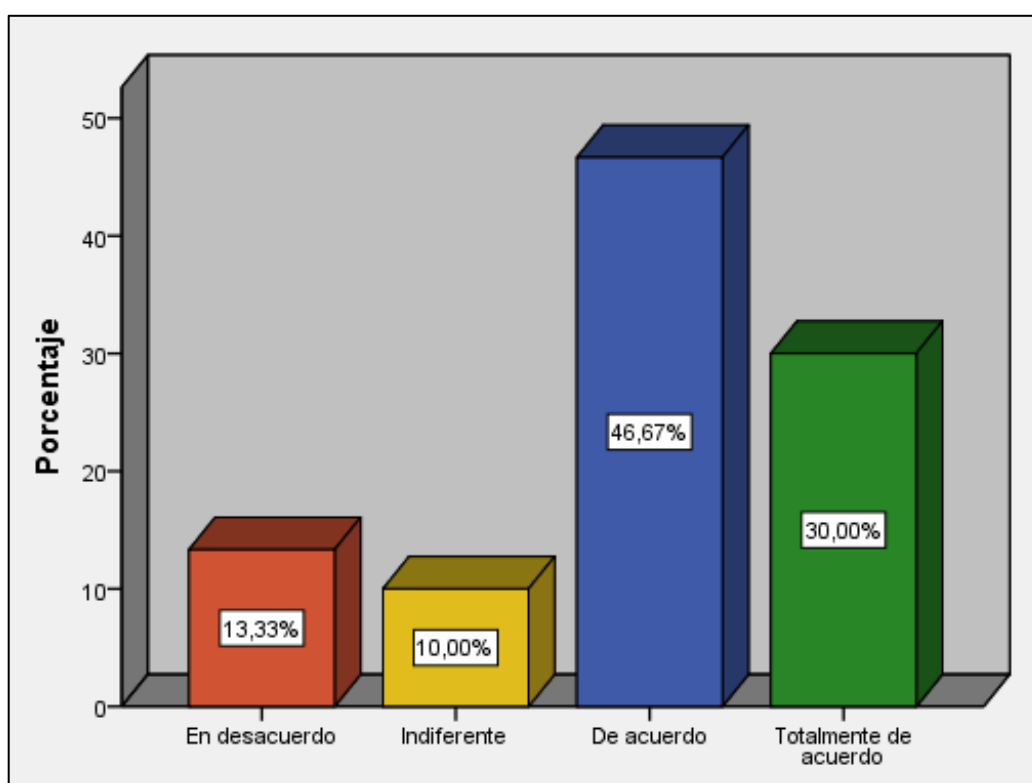


Figura 33. Experiencia mínima en el manejo de cuentas.

Interpretación: En la tabla 33 y figura 33, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% en desacuerdo y 10% indiferente, que no es importante la experiencia mínima en el manejo de cuentas abiertas para realizar la comercialización de los productos en el exterior. Mientras que, el 46,67% de acuerdo y 30% totalmente de acuerdo, que sí consideran importante contar con experiencia en el manejo de cuentas abiertas para la comercialización.

Tabla 34. La empresa realiza sus costos de transacción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	Indiferente	4	13,3	13,3	36,7
	De acuerdo	12	40,0	40,0	76,7
	Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa realiza sus costos de transacción a través de cuenta abierta para reducir los riesgos de falta de pago

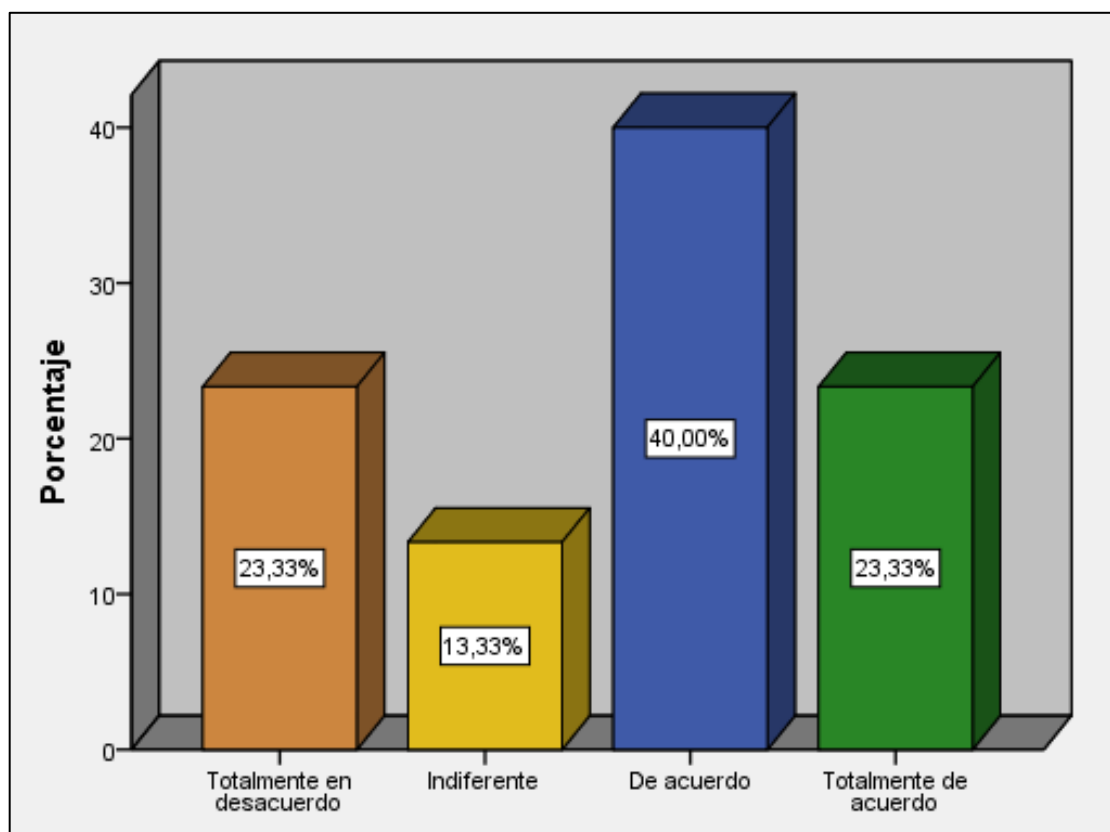


Figura 34. La empresa realiza sus costos de transacción.

Interpretación: En la tabla 34 y figura 34, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 23,33% totalmente en desacuerdo y 13,33% indiferente, que las empresas no realizan sus costos de transacción a través de cuenta abierta para reducir los riesgos de falta de pago. Mientras que, el 40% está de acuerdo y 23,33% totalmente de acuerdo, que sus transacciones sí lo realizan a través de cuenta abierta para reducir riesgos de falta de pago.

Tabla 35. Temas de cancelación de productos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	Indiferente	6	20,0	20,0	33,3
	De acuerdo	10	33,3	33,3	66,7
	Totalmente de acuerdo	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa cuenta con experiencia mínima en temas de cancelación de producto mediante este pago.

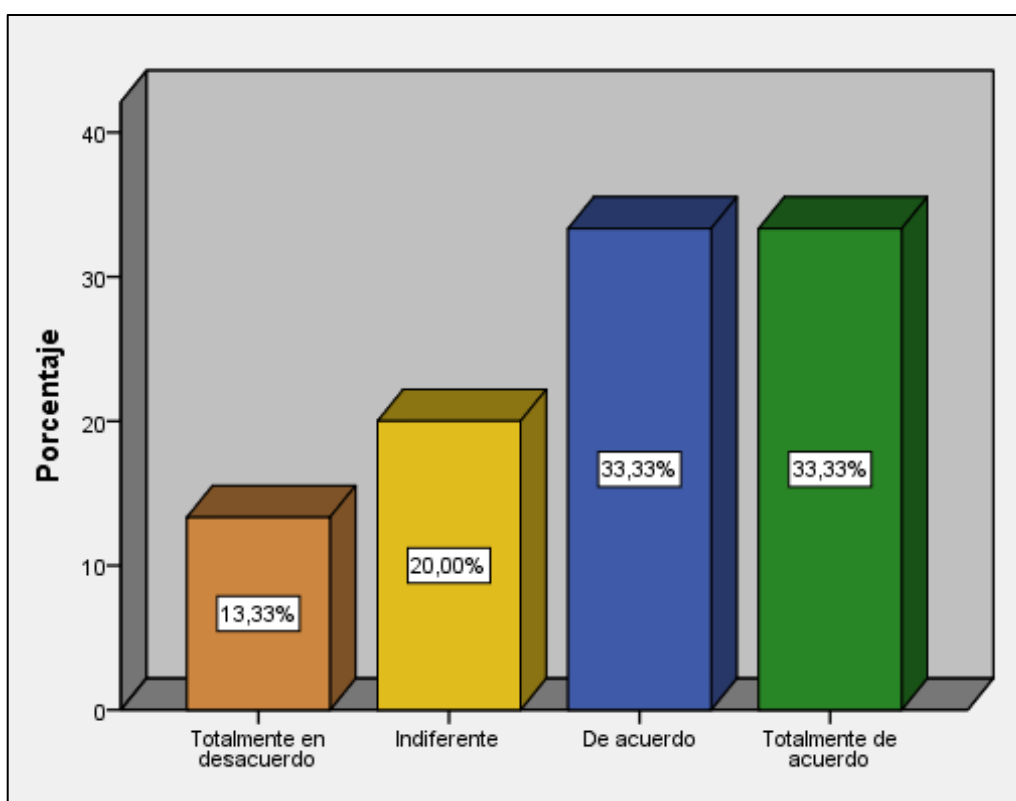


Figura 35. Temas de cancelación de productos.

Interpretación: En la tabla 35 y figura 35, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 13,33% totalmente en desacuerdo y 20% indiferente, que las empresas no cuentan con experiencia mínima en temas de cancelación de producto mediante este pago (depósito). Mientras que, 33,33% de acuerdo y 33,33% totalmente de acuerdo, que las empresas sí tienen experiencia mínima en temas de cancelación mediante depósito como pago de la operación.

Tabla 36. Medidas de protección en el pago de sus productos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10,0	10,0	10,0
	Indiferente	10	33,3	33,3	43,3
	De acuerdo	6	20,0	20,0	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

La empresa toma medidas de protección o seguro de pago para sus productos.

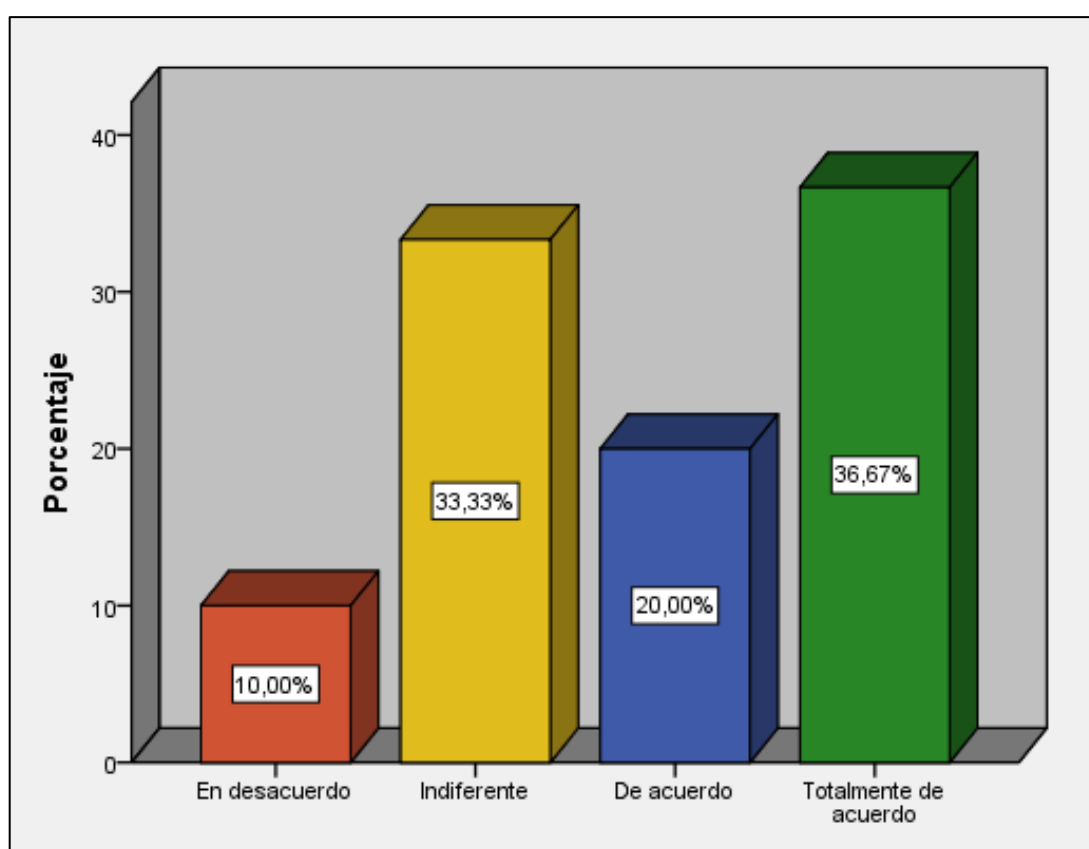


Figura 36. Medidas de protección en el pago de sus productos.

Interpretación: En la tabla 36 y figura 36, resultado de las 30 empresas encuestadas. Un 10% en desacuerdo y 33,33% indiferente, que las empresas no toman medidas de protección o seguro de pago para sus productos. Mientras que, el 20% está de acuerdo y 36,67% totalmente de acuerdo, que las empresas sí toman medidas de protección o seguro de pago para sus productos.

3.2. Prueba de confiabilidad

Tabla 37: Interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach.

Resultados	Nivel de confiabilidad
Coefficiente alta > 0,9	Es excelente
Coefficiente alta > 0,8	Es bueno
Coefficiente alta > 0,7	Es aceptable
Coefficiente alta > 0,6	Es cuestionable
Coefficiente alta > 0,5	Es inaceptable

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38: Validación del procesamiento de los instrumentos.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Fuente: SPSS Statistics 25

En este cuadro podemos validar las 30 preguntas analizadas para el resultado siguiente.

Tabla 39: Resultados del Alfa de Cronbach.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,955	36

Fuente: SPSS Statistics 25

En base al método de Alfa de Cronbach, aplicado en el SPSS Statistics 25, se visualiza 36 elementos analizados, con un 0,955 de coeficiente de confiabilidad y nivel de confiabilidad “excelente” en esta investigación.

3.3 Prueba de normalidad

Para el análisis de esta investigación se requiere la prueba de normalidad, para hallar el nivel de relación entre variables, existen dos pruebas estadísticas que son: R de Pearson, para pruebas Paramétricas y RHO de Spearman para pruebas No Paramétricas.

Tabla 40. Resultado de la prueba de normalidad.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Gestión logística internacional	,133	30	,189	,944	30	,141
Exportación	,120	30	,200	,950	30	,164

Fuente: SPSS Statistics 25

Se debe puntualizar que la prueba de normalidad trabaja en base a otros dos test estadísticos:

- Shapiro-Wilk: lo utilizamos cuando la muestra es menor que 50.
- Kolmogorov-Smirnov: lo usamos cuando la muestra es mayor que 50.

Debido a que se trabaja con una muestra de 30 participantes se tomará el test estadístico Shapiro-Wilk.

Por otro lado, tenemos en Gestión logística internacional con 0,141 de nivel de significancia y, Exportación con 0,164 de nivel de significancia. Los resultados en base a la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, es mayor que 0.05, los datos son normales, en consecuencia, se aplicará la correlación de Pearson para el contraste de nuestra hipótesis de mi investigación.

Análisis de prueba de normalidad por gráficos

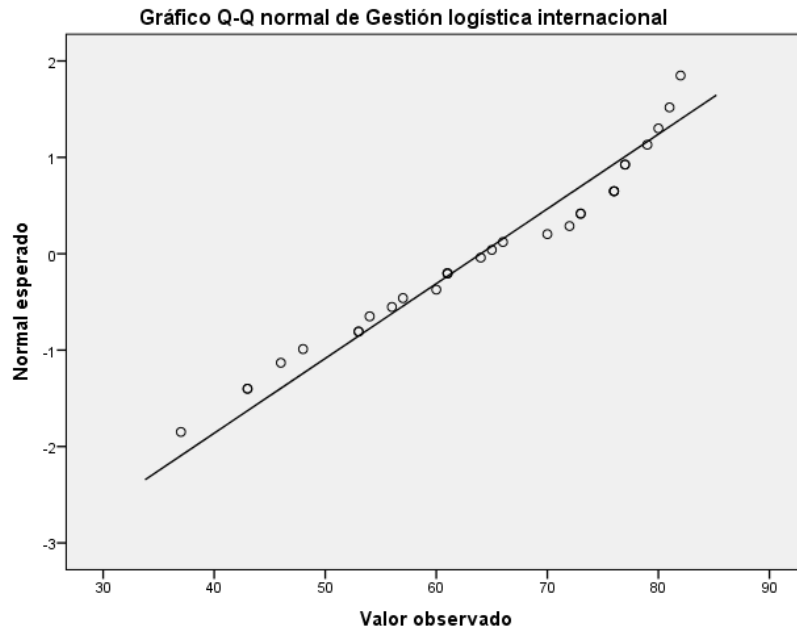


Figura 37. Normalidad- Gestión de Logística Internacional

En el grafico se muestra una relación cercana a una línea recta entonces esto nos demuestra que nuestra variable es normal.

Exportación

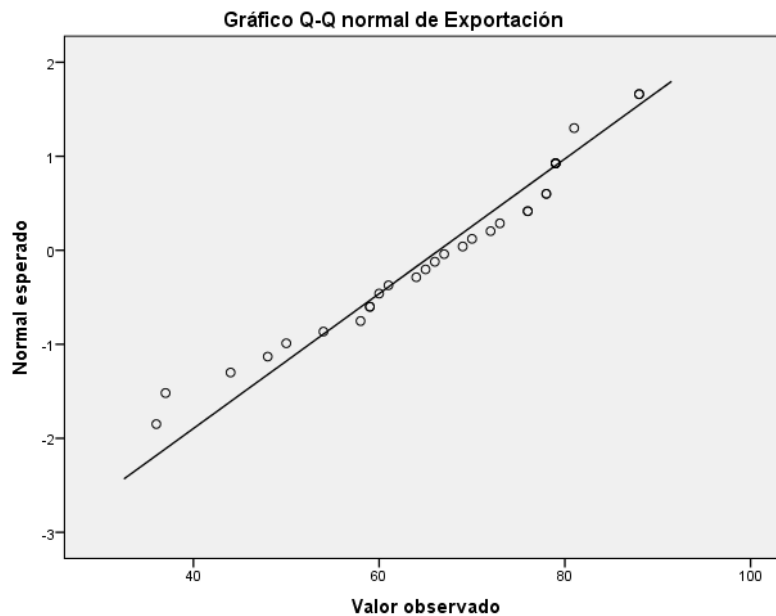


Figura 38. Normalidad - Exportación

De igual manera para nuestra segunda variable, en el grafico se muestra una relación cercana a una línea recta, lo cual demuestra ser normal.

I.4. Correlación de Pearson

Tabla 41. *Escala de valores del coeficiente de correlación de Pearson.*

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a 0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Elaboración propia.

I.5. Resultados de la hipótesis general y específicas

Tabla 42. Resultado Hipótesis General.

Correlaciones			
		Gestión logística internacional	Exportación
Gestión logística internacional	Correlación de Pearson	1	,951**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Exportación	Correlación de Pearson	,951**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Fuente: SPSS Statistics 25

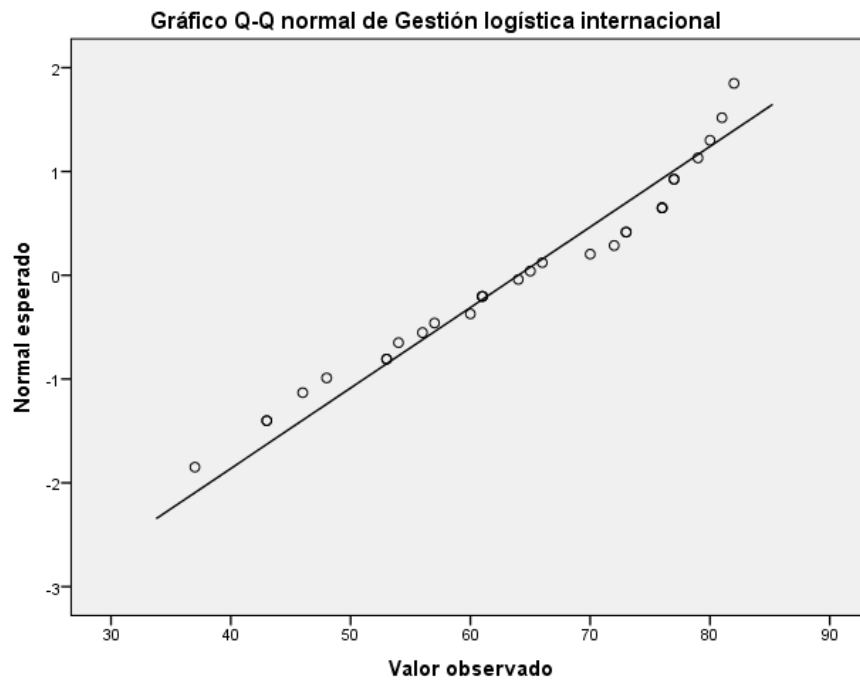


Figura 39. Resultado Hipótesis General.

De acuerdo a la tabla 41 y figura 39 (diagrama de dispersión), nos muestra la Correlación de Pearson de Gestión logística internacional y Exportación (0,951) donde expresa que las variables analizadas marcan una correlación positiva muy alta. Como también podemos observar, el nivel de significancia (0,000) es menor a 0,05, lo cual aprueba la hipótesis general al resaltar que hay relación entre las variables.

Tabla 43. Resultado Hipótesis Específica 1.

Correlaciones			
		Logística de abastecimiento	Exportación
Logística de abastecimiento	Correlación de Pearson	1	,920**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Exportación	Correlación de Pearson	,920**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Fuente: SPSS Statistics 25

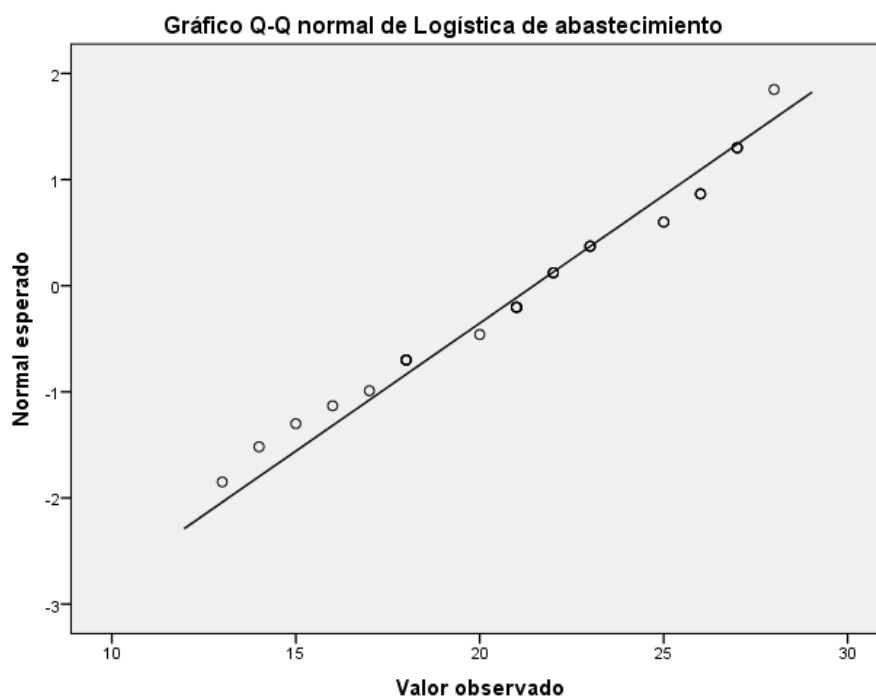


Figura 40. Resultado Hipótesis Específica 1.

De acuerdo a la tabla 42 y figura 40(diagrama de dispersión), nos muestra la Correlación de Pearson de Logística de abastecimiento y la Exportación (0,920) donde expresa que las variables analizadas marcan una correlación positiva muy alta. Como también podemos observar, el nivel de significancia (0,000) es menor a 0,05, lo cual aprueba la hipótesis general al resaltar que hay relación entre las variables.

Tabla 44. Resultado Hipótesis Específica 2.

Correlaciones			
		Logística de producción	Exportación
Logística de producción	Correlación de Pearson	1	,895**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Exportación	Correlación de Pearson	,895**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Fuente: SPSS Statistics 25

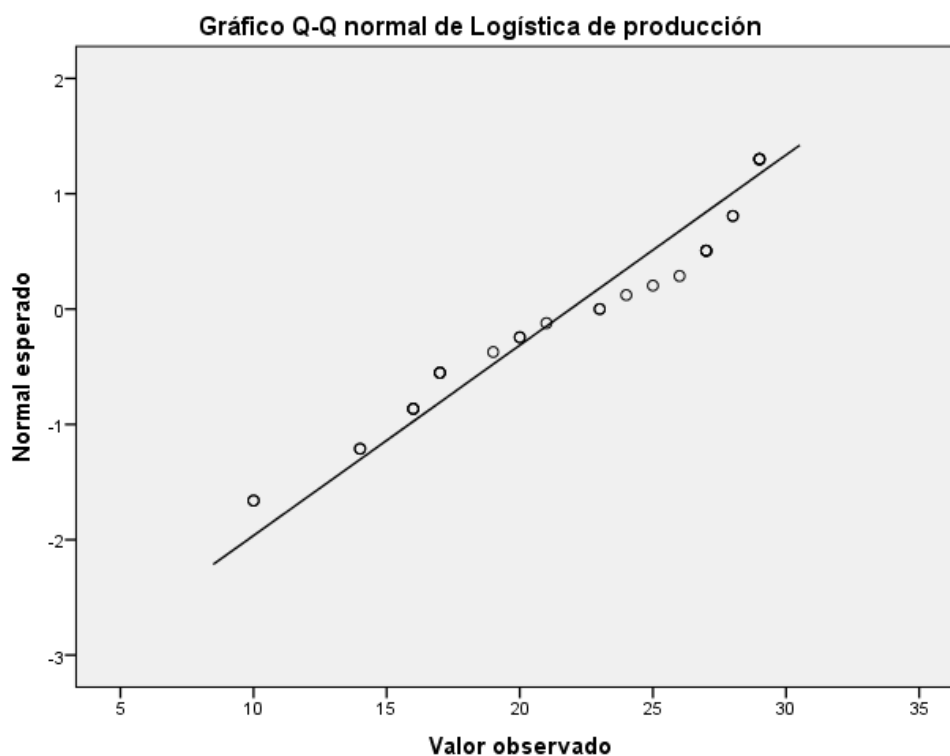


Figura 41. Resultado Hipótesis Específica 2.

De acuerdo a la tabla 43 y figura 41(diagrama de dispersión), nos muestra la Correlación de Pearson de Logística de producción y la Exportación (0,895) donde expresa que las variables analizadas marcan una correlación positiva alta. Como también podemos observar, el nivel de significancia (0,000) es menor a 0,05, lo cual aprueba la hipótesis general al resaltar que hay relación entre las variables.

Tabla 45. Resultado Hipótesis Específica 3.

Correlaciones			
		Logística de transporte	Exportación
Logística de transporte	Correlación de Pearson	1	,754**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Exportación	Correlación de Pearson	,754**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Fuente: SPSS Statistics 25

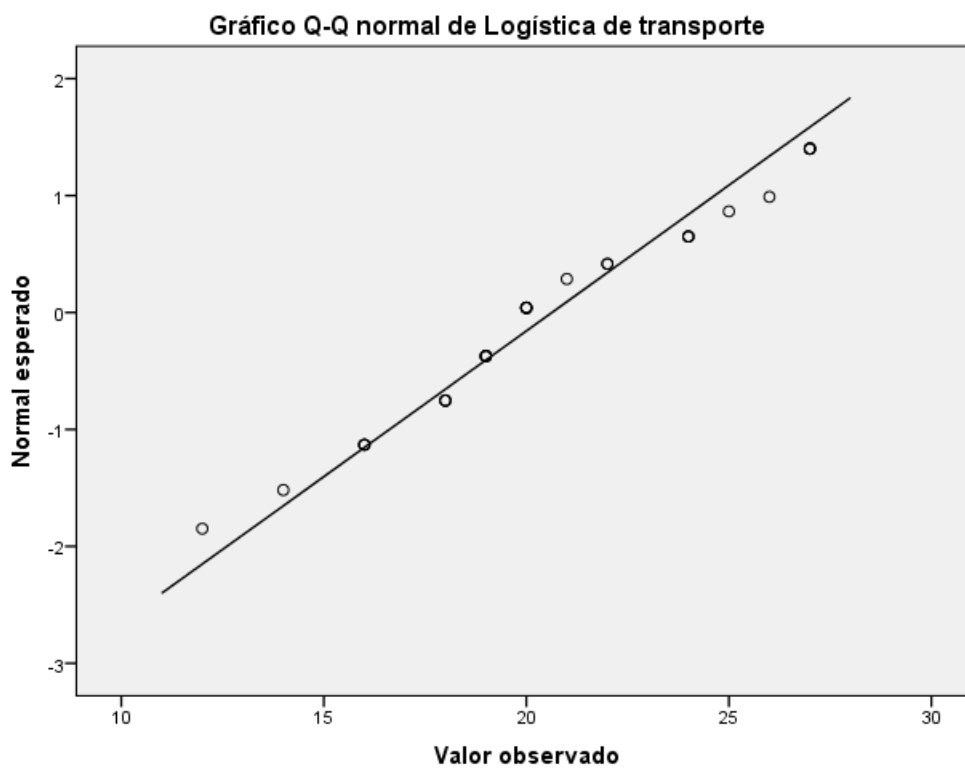


Figura 42. Resultado Hipótesis Específica 3.

De acuerdo a la tabla 44 y figura 42(diagrama de dispersión), nos muestra la Correlación de Pearson de Logística de transporte y la Exportación (0,754) donde expresa que las variables analizadas marcan una correlación positiva alta. Como también podemos observar, el nivel de significancia (0,000) es menor a 0,05, lo cual aprueba la hipótesis general al resaltar que hay relación entre las variables.

IV. DISCUSIÓN

1. Los resultados de mi hipótesis general, realizada con la correlación de Pearson entre la gestión logística internacional y la exportación, mostrados en la tabla 41 y figura 39, reafirmamos que hay una correlación positiva muy alta con 0,951. Esto significa que la gestión logística internacional tiene relación con las exportaciones del sector textil. De acuerdo con Alarcón (2016), en su tesis, *Exportación de sacos de alpaca a Canadá*. Ambas investigaciones muestran una relación, porque ambas tienen el objetivo de analizar ciertas variables, que en este caso, los procesos de la gestión logística y cómo lograr exportar un producto a otro país de manera eficiente, lo cual requiere evaluar ciertas características para evitar posibles dificultades.
2. Los resultados de mi primera hipótesis específica, realizada con la correlación de Pearson entre logística de abastecimiento y la exportación, mostrados en la tabla 42 y figura 40, reafirmamos que hay una correlación positiva muy alta con 0,920. Esto significa que las empresas saben lo importante que es la logística de abastecimiento en las exportaciones. De acuerdo con Wondu Adugna (2018), en su tesis, *Factors affecting the export performance of textile and garment industry in Ethiopia*. Ambas investigaciones tienen relación, dado que, uno de los factores principales para la exportación es ver la parte logística, lo cual para una venta tanto nacional o internacional, requiere el abastecimiento para poder cumplir eficientemente este proceso. De no ser así no habría forma que la logística de abastecimiento tenga relación con la exportación, porque efectivamente si existe una relación.
3. Los resultados de mi segunda hipótesis específica, realizada con la correlación de Pearson entre logística de producción y la exportación, mostrados en la tabla 43 y figura 41, reafirmamos que hay una correlación positiva alta con 0,895. Esto significa que estos factores son importantes para dar efectividad. De acuerdo con Sullca (2018), en su tesis *Gestión logística y productividad en el sector textil de la empresa Modas Shalom E.I.R.L. San Juan de Lurigancho 2018*. Ambas investigaciones cuentan con una relación, dado que, para la logística de producción

es necesaria una planeación estratégica para garantiza calidad, cantidad y justo a tiempo.

4. Los resultados de mi tercera hipótesis específica, realizada con la correlación de Pearson entre logística de transporte y la exportación, mostrados en la tabla 44 y figura 42, reafirmamos que hay una correlación positiva alta con 0,754. Esto significa que ambas están relacionadas para efectuar los procesos eficientemente de una empresa. De acuerdo con Tobar (2015), en su tesis, Caracterización, diseño y mejora de procesos de logística interna y externa de la empresa de confección de ropa Gratehen. El hecho de ambas investigaciones estén relacionadas, es básicamente por la logística que tiene para exportar sus productos, hay similitud en base a la gestión de productos terminados para cualquier tipo de transporte de envío, el stock que tienen que medir para evitar conflictos, el seguro y otras documentaciones que se requiere para una logística de transporte en relación a las exportaciones.

V. CONCLUSIONES

1. De acuerdo a nuestro objetivo general, hemos demostrado que sí existe relación entre la gestión logística internacional y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018. Con una correlación positiva muy alta (0,951) y con el nivel de significancia (0,000), lo cual aprueba la hipótesis general al resaltar que hay relación entre las variables.
2. De acuerdo al primer objetivo específico, hemos demostrado que sí existe relación entre la logística de abastecimiento y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018. Con una correlación positiva muy alta (0,920) y con el nivel de significancia (0,000), lo cual aprueba el primer hipótesis específica al resaltar que hay relación entre ambas.
3. De acuerdo al segundo objetivo específico, hemos demostrado que sí existe relación entre la logística de producción y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018. Con una correlación positiva alta (0,895) y con el nivel de significancia (0,000), lo cual aprueba la segunda hipótesis específica al resaltar que hay relación entre ambas.
4. De acuerdo al tercer objetivo específico, hemos demostrado que sí existe relación entre la logística de transporte y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018. Con una correlación positiva alta (0,754) y con el nivel de significancia (0,000), lo cual aprueba la tercera hipótesis específica al resaltar que hay relación entre ambas.

VI. RECOMENDACIONES

1. Toda empresa antes de decidir exportar, debe analizar si cuenta o no con capacidad de realizar todos los procesos de exportación. La logística conlleva a realizar muchas etapas, y para ello, la empresa debe estar capacitada para evitar grandes pérdidas económicas o que la imagen de la empresa se vea afectada, ya que, sin duda, depende de una buena logística que las exportaciones tengan o no buenos resultados.
2. Las empresas deben implementar tecnologías en su cadena de suministros, y poder tener un abastecimiento óptimo, que les permita cubrir pedidos nacionales e internacionales. Podemos ver que en la actualidad hay nuevas maquinarias que ayudan a reducir los procesos, pero también la tecnología, en algunos casos, es vista en otros países, donde pocos empresarios hacen lo posible para adquirirlo. Creo que sería conveniente que los empresarios estén más informados y disponibles para ir en busca de nuevas implementaciones de tecnología y de esa manera mejorar sus procesos.
3. En relación a la logística de producción, lo ideal sería poner en práctica mejoras continuas para generar productos de alta calidad y así evitar errores, como alguna mala confección u otros insumos, sobre todo si es para responder un gran pedido, ya sea nacional o internacional, por consecuente esto puede afectar a todos los procesos. Es por ello, que la mejora continua no solo observa el estado de los productos sino también de los procesos que debe ejecutar, logrando una excelente eficiencia y comunicación interna en la empresa.
4. En la logística de transporte, las empresas deberían implementar mejores estrategias y/o herramientas que les permitan desarrollar un mejor control de la mercadería y seguimiento de cada una de ellas. Una buena opción para reducir las tarifas de transporte e iniciar a exportar sus productos, sería comenzar a agrupar nuestras mercaderías junto con la de otros empresarios. Esta modalidad sería de gran ventaja para aquellos empresarios que recién comienzan a exportar sus productos.

REFERENCIAS

- Alarcón, E. (2016). *Exportación de sacos de alpaca a Canadá*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5693/1/UDLA-EC-TTEI2016-08.pdf>
- Anaya, J. (2015). *Logística integral: La gestión operativa de la empresa*. (5.ª ed.). Madrid: Esic editorial.
- Barbá, G. (2012). *Logística y Distribución Física Internacional*. Recuperado de http://www.campusdelarivera.edu.ar/files/20130312-DLR-Gral-INFO-TransportesLogisitcaYDistribucionInternacional_1-2013.pdf
- Berghe, E. (2014). *Tratados de Libre Comercio: Retos y oportunidades*. Bogotá: Ecoediciones.
- Campos, E. (2017). *Aprendiendo a exportar paso a paso*. Lima: PROMPERÚ.
- Carro, R. y Gónzales, D. (2013). *Gestión de stocks*. Buenos Aires: Apunte de estudio.
- Carro, R. y González, D. (2013). *Logística empresarial*. Buenos Aires: Apunte de estudio.
- Castellanos, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Castillo, R. (2012). *Desarrollo del capital humano en las organizaciones*. México: Tercer Milenio.
- Cerdeña, M. y Escobar, R. (2015). *Propuesta de un modelo de éxito en la gestión logística de las pymes del sector textil - materia prima en Lima, basado en la consolidación y mejora de las buenas prácticas de ingeniería industrial aplicadas*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Tesis%20Logistica%20Cerdena%20-%20Escobar.pdf>

- Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo. (2016). *Guía de orientación para la exportación de servicios en el marco de los acuerdos comerciales suscritos por el Perú*. Lima: PROMPERÚ.
- Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo. (2012). *Guía exportadora*. Lima: PROMPERÚ.
- Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo. (2016). *Manual de documentos de exportación*. Lima: PROMPERÚ.
- Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo. (2016). *Perfil Logístico para el Sector Vestimenta a Bolivia*. Lima: PROMPERÚ.
- Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo. (2013). *Perú: moda y textiles*. Lima: PROMPERÚ.
- Farromeque, R. (2016). *Perfil logístico de América Latina - Perú*. Lima: CAF.
- Flores, J. (2016). *Análisis y mejoramiento de la gestión logística general del inventario en una empresa comercializadora de telas*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11552/TESIS%20%20MAURICIO%20FLORES%20%20%20AN%20c3%81LISIS%20Y%20MEJORAMIENTO%20DE%20LA%20GES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guandique, A., Ramírez, A. y Vásquez, K. (2016). *Plan de exportación para la introducción en Guatemala de ropa juvenil exclusiva creada en El Salvador*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/10241/>
- Hernández, G. (2013). *ABC de la exportación e importación*. Lima: Coredis.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de investigación*. (5.ª ed.). México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de investigación*. (6.ª ed.). México: McGraw Hill Interamericana Editores.

- López, F. (2011). *Módulo de gestión internacional: Marketing internacional*. Madrid: EOI.
- Maubert, C. (2013). *Comercio internacional: aspectos operativos, administrativos y financieros*. (2.ª ed.). México: Trillas.
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2016). *Análisis integral de la logística en Perú*. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Analisis_Integral_Logistica_Peru.pdf
- Munive, A. (2017). *El E-commerce y las exportaciones de las empresas exportadoras del sector textil en los distritos de Lima, 2017*. (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/24626/Munive_PA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2013). *El ABC del comercio exterior: Guía práctica del exportador*. (3.ª ed.). Lima: Mincetur.
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2014). *Texto educativo de comercio exterior*. (3.ª ed.). Lima: Mincetur.
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2013). *Transporte y logística internacional*. (2.ª ed.). Lima: Diriged.
- Molins, A. (2011). *Logística internacional*. Recuperado de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:75375/componente75373.pdf
- Mora, L. (2016). *Indicadores de la gestión logística: KPI*. (2.ª ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Murphy, P. y Knemeyer, A. (2015). *Logística contemporánea*. (11.ª ed.). México: Pearson.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación y la Asociación Latinoamericana de Integración. (2017). *¿Cómo exportar?: Guía*

práctica para pymes y agricultura familiar. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-i7579s.pdf>

Pierre, D. (2016). *Logística internacional: La administración de las operaciones de comercio internacional*. México: Cengage learning.

Quezada, N. (2010). *Metodología de la investigación: estadística aplicada en la investigación*. Lima: Macro.

Salazar, L. (Setiembre, 2012). La industria textil se reinventa. *Revista Industria Peruana*. Recuperado de https://www.academia.edu/32791909/ANTE_CRISIS_ECONOMICA_QUE_AFECTA_DEMANDA_DE_EUROPA_Y_EE.UU

Sanabria, W. (2018). Estudio del comportamiento de las exportaciones del sector textil a Estados Unidos periodo 2007- 2017, antes y después de la entrada en vigor del TLC. (*Tesis de pregrado*). Recuperado de <http://repository.ucc.edu.co/bitstream/ucc/6711/2/2018-sanabria%20gutierrez-textiles-exportaciones%20USA.pdf>

Sandoval, P. (2017). *Gestión logística para la competitividad en las Mypes del sector textil de la galería Moda Center del distrito de La Victoria – Lima, 2016*. (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16509/Sandoval_VP_F..pdf?sequence=1&isAllowed=y

Schvab, L. (2011). *Máquinas y herramientas*. Buenos Aires: Ministerio de Educación.

Sierralta, A. (2014). *Comercio internacional: dumping, salvaguardias, subvenciones*. Medellín: Sello Editorial Udem.

Sucso, D. (2016). *Factores que afectan en la exportación de las empresas del sector textil de la Región de Tacna periodo 2013-2014*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/78/1/sucso-lopez-diego.pdf>

- Sullca, N. (2018). *Gestión Logística y Productividad en el sector textil de la empresa Modas Shalom E.I.R.L. San Juan de Lurigancho 2018*. (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20695/Sullca_SNE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tobar, M. (2015). *Caracterización, diseño y mejora de procesos de logística interna y externa de la empresa de confección de ropa "Gratehen"*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8998/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20MA%20BELEN%20TOBAR.pdf?sequence=1&isAllo wed=y>
- Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. (3.^a ed.). Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Velasco, J. (2013). *Gestión de la logística en la empresa: Planificación de la cadena de suministros*. Madrid: Pirámide.
- Zagal, R. (2009). *Operativa de comercio exterior y regímenes aduaneros*. Lima: San Marcos.
- Zapata, J. (2014). *Fundamentos de la Gestión de Inventarios*. Colombia: Esumer.

ANEXOS

ANEXO 1

N°	RUC	EMPRESA DEL SECTOR TEXTIL QUE EXPORTAN A BOLIVIA
1	20100257298	ARIS INDUSTRIAL S.A.
2	20549077456	CAMELL TEX S.A.C.
3	20385353406	CIA.INDUSTRIAL NUEVO MUNDO S.A.
4	20340319169	CO ESTRELLA DEL PERÚ SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
5	20100562848	COMPANIA UNIVERSAL TEXTIL S.A.
6	20100267846	COMPAÑIA INDUSTRIAL ROMOSA SAC
7	20133530003	CREDITEX S.A.A.
8	20203082739	FABRICA DE TEJIDOS ALGODONERA LIMEÑA S.A.
9	20517336492	FABRICA DE TEJIDOS PISCO S.A.C.
10	20516923815	FASHION TEXTIL COTTON S.A.C.
11	20100083010	FILAMENTOS INDUSTRIALES S A
12	20110516691	GEXIM S.A.C.
13	20472498305	IDEAS TEXTILES S.A.C.
14	20100199743	INCA TOPS S.A.A.
15	20100226813	INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA
16	20100066352	INDUSTRIAL HILANDERA S.A.C.
17	20108028492	INDUSTRIAS TEXTILES DE SUD AMERICA S.A.C
18	20338048905	JAS IMPORT & EXPORT SRL
19	20100096260	LA COLONIAL FABRICA DE HILOS SA
20	20100192650	MICHELL Y CIA S.A.
21	20423925028	MODAS DIVERSAS DEL PERU SAC
22	20122742114	PERU PIMA SA.
23	20306781252	PRECOTEX S.A.C.
24	20330791684	SUDAMERICANA DE FIBRAS S.A.
25	20297986130	TECNOLOGIA TEXTIL S.A.
26	20381379648	TEJIDOS SAN JACINTO S.A.
27	20100019788	TEXTIL EL AMAZONAS S.A
28	20425252608	TEXTIL OCEANO S.A.C.
29	20102261551	TEXTIL SAN RAMON S A
30	20293847038	TEXTILES CAMONES S.A.

Fuente: Siicex

Elaboración propia

ANEXO 2

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, la suscrita alumna Castañeda Samar Freija Yermé, con código de matrícula Nro. 6500088288, aspirante al grado de licenciada en la Universidad César Vallejo campus Ate con mención en Negocios Internacionales. La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación titulado: “La gestión logística internacional y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018”, el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

Variable Independiente: Gestión logística internacional

ESCALA AUTOVALORATIVA DEL CONTROL INTERNO

Totalmente de Acuerdo	(TA)	= 5
De Acuerdo	(DA)	= 4
Indiferente	(I)	= 3
En Desacuerdo	(ED)	= 2
Totalmente en Desacuerdo	(TD)	= 1

ítems / preguntas	5	4	3	2	1
Variable 1: GESTIÓN LOGÍSTICA INTERNACIONAL	TA	DA	I	ED	TD
D1: Logística de abastecimiento					
1.- La relación con los proveedores para el abastecimiento del stock y de futuras ventas es desarrollada eficientemente.					
2.- La fidelización de los proveedores para el abastecimiento de la materia prima es uno de los factores más importantes dentro de sus actividades comerciales.					
3.- El almacén está controlado bajo un sistema tecnológico avanzado.					
4.- En la empresa, el lugar de almacenamiento de los productos cuenta con amplios espacios.					
5.- El sistema del inventario de sus productos presenta alguna ventaja comparativa frente al de otras empresas.					
6.- El control sobre la entrada y salida de mercancías es llevado a cabo de manera permanente.					
D2: Logística de producción					
7.- El área logística tiene resultados eficientes con productos de materia prima y finales.					

8.- La gestión administrativa de la producción está al margen y adaptación de aplicar métodos que agilicen y brinden la información a tiempo real.					
9.- Los conocimientos y/o resultados acerca de las ventas a mercados nacionales y/o internacionales se comparten con todos los colaboradores del área de producción, incluyendo a los de confección.					
10.- Normalmente la empresa invierte en capacitaciones para los colaboradores sobre nuevas tecnologías o métodos del sector textil.					
11.- Las máquinas del área de producción están al margen de nuevas tecnologías del sector para un pedido exigente al mercado internacional.					
12.- La fabricación de prendas hechas con máquinas industriales influye en la calidad del producto.					
D3: Logística de transporte					
13.- El centro de distribución con la que cuenta la empresa cumple los requisitos básicos para la correcta canalización de sus productos.					
14.- La empresa debe mejorar el manejo de su canal de distribución.					
15.- El plazo de entrega es un factor determinante en la calidad de servicio que brinda su empresa.					
16.- La empresa cuenta con ventajas competitivas en relación al tiempo de entrega de sus productos.					
17.- Normalmente la empresa toma en cuenta diversas cotizaciones sobre el sistema de embalaje que deben llevar los productos para una evaluación posterior sobre los costos logísticos.					
18.- La empresa logra identificar las ventajas que otorga un correcto embalaje en el transporte de mercancías.					

RESPONSABLE: FYCS

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, la suscrita alumna Castañeda Samar Freija Yermé, con código de matrícula Nro. 6500088288, aspirante al grado de licenciada de la Universidad César Vallejo Campus Ate con mención en Negocios Internacionales. La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación titulado: “La gestión logística internacional y la exportación del sector textil al mercado boliviano en el periodo 2018”, el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

Variable Dependiente: Exportación

ESCALA AUTOVALORATIVA CONTRATACIONES DEL ESTADO

Totalmente de Acuerdo	(TA)	= 5
De Acuerdo	(DA)	= 4
Indiferente	(I)	= 3
En Desacuerdo	(ED)	= 2
Totalmente en Desacuerdo	(TD)	= 1

Ítems / Preguntas	5	4	3	2	1
Variable 2: EXPORTACIÓN	TA	DA	I	ED	TD
D1: Regímenes de exportación					
1.- La compañía cuenta con experiencia habituada para negociar en mercados exteriores.					
2.- La exportación definitiva conlleva a la empresa a tener menores riesgos dentro del mercado.					
3.- Es necesaria la participación de un intermediario o agente de ventas para realizar este tipo de procesos.					
4.- El producto reúne las condiciones necesarias para llevar a cabo la exportación definitiva o temporal para reimportación en el mismo Estado.					
5.- La compañía cuenta con capacidad física para poder exportar de manera temporal o definitiva a otros países.					
6.- La empresa ha realizado exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo.					
D2: Política comercial					
7.- Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano genera grandes dificultades para las empresas peruanas.					
8.- Considera usted que las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.					
9.- La empresa responde al surgimiento de situaciones problemáticas en relación a los pedidos que le son requeridos por los clientes.					
10.- La empresa realiza un eficiente proceso respecto a la salida legal de mercancías.					

11.- La compañía cuenta con documentos técnicos y/o comerciales en la exportación de sus productos en base a las exigencias del mercado boliviano.					
12.- La empresa evalúa previamente los riesgos de las exportaciones a ejecutar, para evitar posibles inconvenientes al momento del envío.					
D3: Medios de pago internacional					
13.- La empresa implementa medidas de seguridad en relación al flujo de efectivo por el pago de los envíos realizados al exterior.					
14.- La empresa realiza sus transacciones comerciales a través de una entidad bancaria que los respalde.					
15.- Es importante contar con experiencia mínima en el manejo de cuentas abiertas para realizar la comercialización de los productos en el exterior.					
16.- La empresa realiza sus costos de transacción a través de cuenta abierta para reducir los riesgos de falta de pago.					
17.- La empresa cuenta con experiencia mínima en temas de cancelación de producto mediante este pago.					
18.- La empresa toma medidas de protección o seguro de pago para sus productos.					

RESPONSABLE: FYCS

ANEXO 3



Anexo 6 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Gestión logística internacional

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Logística de abastecimiento								
Gestión de compras								
1	La relación con los proveedores para el abastecimiento del stock y de futuras ventas es desarrollada eficientemente.	✓		✓		✓		
2	La fidelización de los proveedores para el abastecimiento de la materia prima es uno de los factores más importantes dentro de sus actividades comerciales.	✓		✓		✓		
Almacén								
3	El almacén está controlado bajo un sistema tecnológico avanzado.	✓		✓		✓		
4	En la empresa, el lugar de almacenamiento de los productos cuenta con amplios espacios.	✓		✓		✓		
Gestión de inventarios								
5	El sistema del inventario de sus productos presenta alguna ventaja comparativa frente al de otras empresas.	✓		✓		✓		
6	El control sobre la entrada y salida de mercancías es llevado a cabo de manera permanente.	✓		✓		✓		
D2: Logística de producción								
Área logística								
7	El área logística tiene resultados eficientes con productos de materia prima y finales.	✓		✓		✓		
8	La gestión administrativa de la producción está al margen y adaptación de aplicar métodos que agilicen y brinden la información a tiempo real.	✓		✓		✓		
Capital humano (productividad y formación)								
9	Los conocimientos y/o resultados acerca de las ventas a mercados nacionales y/o internacionales se comparten con todos los colaboradores del área de producción, incluyendo a los de confección.	✓		✓		✓		
10	Normalmente la empresa invierte en capacitaciones para los colaboradores sobre nuevas tecnologías o métodos del sector textil.	✓		✓		✓		
Máquinas								
11	Las máquinas del área de producción están al margen de nuevas tecnologías del sector para un pedido exigente al mercado internacional.	✓		✓		✓		
12	La fabricación de prendas hechas con máquinas industriales influye en la calidad del producto.	✓		✓		✓		
D3: Logística de transporte								
Medios de transporte								
13	El centro de distribución con la que cuenta la empresa cumple los requisitos básicos para la correcta canalización de sus productos.	✓		✓		✓		
14	La empresa debe mejorar el manejo de su canal de distribución.	✓		✓		✓		
Incoterms								
15	El plazo de entrega es un factor determinante en la calidad de servicio que brinda la empresa.	✓		✓		✓		
16	La empresa cuenta con ventajas competitivas en relación al tiempo de entrega de sus productos.	✓		✓		✓		
Sistema de embalaje								
17	Normalmente la empresa toma en cuenta diversas cotizaciones sobre el sistema de embalaje que deben llevar los productos para una evaluación posterior sobre los costos logísticos.	✓		✓		✓		
18	La empresa logra identificar las ventajas que otorga un correcto embalaje en el transporte de mercancías.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

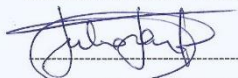
Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Zoraida Flores Lino DNE: 10868442

Especialidad del validador: Adm. Negocio de Textiles

Lima, 11 de octubre del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Firma del Experto Informante.

Anexo 6 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportación

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Regímenes de exportación								
Exportación definitiva								
1	La compañía cuenta con experiencia habituada para negociar en mercados exteriores.	✓		✓		✓		
2	La exportación definitiva conlleva a la empresa a tener menores riesgos dentro del mercado.	✓		✓		✓		
Exportación temporal para reimportación en el mismo Estado								
3	Es necesaria la participación de un intermediario o agente de ventas para realizar este tipo de procesos.	✓		✓		✓		
4	El producto reúne las condiciones necesarias para llevar a cabo la exportación definitiva o temporal para reimportación en el mismo Estado (encuesta)	✓		✓		✓		
Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo								
5	La compañía cuenta con capacidad física para poder exportar de manera temporal o definitiva a otros países.	✓		✓		✓		
6	La empresa ha realizado exportación temporal para perfeccionamiento pasivo	✓		✓		✓		
D2: Política comercial								
Barreras arancelarias								
7	Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano genera grandes dificultades para las empresas peruanas.	✓		✓		✓		
8	Considera usted que las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.	✓		✓		✓		
9	La empresa responde al surgimiento de situaciones problemáticas en relación a los pedidos que le son requeridos por los clientes.	✓		✓		✓		
Barreras no arancelarias								
10	La empresa realiza un eficiente proceso respecto a la salida legal de mercancías.	✓		✓		✓		
11	La compañía cuenta con documentos técnicos y/o comerciales en la exportación de sus productos en base a las exigencias del mercado boliviano.	✓		✓		✓		
12	La empresa evalúa previamente los riesgos de las exportaciones a ejecutar, para evitar posibles inconvenientes al momento del envío.	✓		✓		✓		
D3: Medios de pago internacional								
Carta de crédito								
13	La empresa implementa medidas de seguridad en relación al flujo de efectivo por el pago de los envíos realizados al exterior.	✓		✓		✓		
14	La empresa realiza sus transacciones comerciales a través de una entidad bancaria que los respalde.	✓		✓		✓		
Cuenta abierta								
15	Es importante contar con experiencia mínima en el manejo de cuentas abiertas para realizar la comercialización de los productos en el exterior.	✓		✓		✓		
16	La empresa realiza sus costos de transacción a través de cuenta abierta para reducir los riesgos de falta de pago.	✓		✓		✓		
Depósito								
17	La empresa cuenta con experiencia mínima en temas de cancelación de producto mediante este pago.	✓		✓		✓		
18	La empresa toma medidas de protección o seguro de pago para sus productos.	✓		✓		✓		

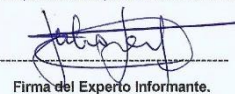
Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

 Apellidos y nombres del juez validador, Dr. Zarate Suarez S.L.O. DNI: 108684498

 Especialidad del validador: Adm. Negocios Internacionales

 Lima, 11 de octubre del 2019


 Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Anexo 6 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Gestión logística internacional

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Logística de abastecimiento								
Gestión de compras								
1	La relación con los proveedores para el abastecimiento del stock y de futuras ventas es desarrollada eficientemente.	✓		✓		✓		
2	La fidelización de los proveedores para el abastecimiento de la materia prima es uno de los factores más importantes dentro de sus actividades comerciales.	✓		✓		✓		
Almacén								
3	El almacén está controlado bajo un sistema tecnológico avanzado.	✓		✓		✓		
4	En la empresa, el lugar de almacenamiento de los productos cuenta con amplios espacios.	✓		✓		✓		
Gestión de inventarios								
5	El sistema del inventario de sus productos presenta alguna ventaja comparativa frente al de otras empresas.	✓		✓		✓		
6	El control sobre la entrada y salida de mercancías es llevado a cabo de manera permanente.	✓		✓		✓		
D2: Logística de producción								
Área logística								
7	El área logística tiene resultados eficientes con productos de materia prima y finales.	✓		✓		✓		
8	La gestión administrativa de la producción está al margen y adaptación de aplicar métodos que agilicen y brinden la información a tiempo real.	✓		✓		✓		
Capital humano (productividad y formación)								
9	Los conocimientos y/o resultados acerca de las ventas a mercados nacionales y/o internacionales se comparten con todos los colaboradores del área de producción, incluyendo a los de confección.	✓		✓		✓		
10	Normalmente la empresa invierte en capacitaciones para los colaboradores sobre nuevas tecnologías o métodos del sector textil.	✓		✓		✓		
Máquinas								
11	Las máquinas del área de producción están al margen de nuevas tecnologías del sector para un pedido exigente al mercado internacional.	✓		✓		✓		
12	La fabricación de prendas hechas con máquinas industriales influye en la calidad del producto.	✓		✓		✓		
D3: Logística de transporte								
Medios de transporte								
13	El centro de distribución con la que cuenta la empresa cumple los requisitos básicos para la correcta canalización de sus productos.	✓		✓		✓		
14	La empresa debe mejorar el manejo de su canal de distribución.	✓		✓		✓		
Incoterms								
15	El plazo de entrega es un factor determinante en la calidad de servicio que brinda la empresa.	✓		✓		✓		
16	La empresa cuenta con ventajas competitivas en relación al tiempo de entrega de sus productos.	✓		✓		✓		
Sistema de embalaje								
17	Normalmente la empresa toma en cuenta diversas cotizaciones sobre el sistema de embalaje que deben llevar los productos para una evaluación posterior sobre los costos logísticos.	✓		✓		✓		
18	La empresa logra identificar las ventajas que otorga un correcto embalaje en el transporte de mercancías.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Mg. Roque López Castro DNI: 0776626

Especialidad del validador: Logística Internacional

Lima, 18 de Julio del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Anexo 6 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportación

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Regímenes de exportación								
Exportación definitiva								
1	La compañía cuenta con experiencia habituada para negociar en mercados exteriores.	✓		✓		✓		
2	La exportación definitiva conlleva a la empresa a tener menores riesgos dentro del mercado.	✓		✓		✓		
Exportación temporal para reimportación en el mismo Estado								
3	Es necesaria la participación de un intermediario o agente de ventas para realizar este tipo de procesos.	✓		✓		✓		
4	El producto reúne las condiciones necesarias para llevar a cabo la exportación definitiva o temporal para reimportación en el mismo Estado (encuesta)	✓		✓		✓		
Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo								
5	La compañía cuenta con capacidad física para poder exportar de manera temporal o definitiva a otros países.	✓		✓		✓		
6	La empresa ha realizado exportación temporal para perfeccionamiento pasivo	✓		✓		✓		
D2: Política comercial								
Barreras arancelarias								
7	Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano genera grandes dificultades para las empresas peruanas.	✓		✓		✓		
8	Considera usted que las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.	✓		✓		✓		
9	La empresa responde al surgimiento de situaciones problemáticas en relación a los pedidos que le son requeridos por los clientes.	✓		✓		✓		
Barreras no arancelarias								
10	La empresa realiza un eficiente proceso respecto a la salida legal de mercancías.	✓		✓		✓		
11	La compañía cuenta con documentos técnicos y/o comerciales en la exportación de sus productos en base a las exigencias del mercado boliviano.	✓		✓		✓		
12	La empresa evalúa previamente los riesgos de las exportaciones a ejecutar, para	✓		✓		✓		
evitar posibles inconvenientes al momento del envío.								
D3: Medios de pago internacional								
Carta de crédito								
13	La empresa implementa medidas de seguridad en relación al flujo de efectivo por el pago de los envíos realizados al exterior.	✓		✓		✓		
14	La empresa realiza sus transacciones comerciales a través de una entidad bancaria que los respalde.	✓		✓		✓		
Cuenta abierta								
15	Es importante contar con experiencia mínima en el manejo de cuentas abiertas para realizar la comercialización de los productos en el exterior.	✓		✓		✓		
16	La empresa realiza sus costos de transacción a través de cuenta abierta para reducir los riesgos de falta de pago.	✓		✓		✓		
Depósito								
17	La empresa cuenta con experiencia mínima en temas de cancelación de producto mediante este pago.	✓		✓		✓		
18	La empresa toma medidas de protección o seguro de pago para sus productos.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Alfonso Carlos Roque Juri DNI: 07766626

Especialidad del validador: Depositos Internacionales

Lima, 18 de Julio del 2019

Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Anexo 6 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Gestión logística internacional

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Logística de abastecimiento								
Gestión de compras								
1	La relación con los proveedores para el abastecimiento del stock y de futuras ventas es desarrollada eficientemente.	✓		✓		✓		
2	La fidelización de los proveedores para el abastecimiento de la materia prima es uno de los factores más importantes dentro de sus actividades comerciales.	✓		✓		✓		
Almacén								
3	El almacén está controlado bajo un sistema tecnológico avanzado.	✓		✓		✓		
4	En la empresa, el lugar de almacenamiento de los productos cuenta con amplios espacios.	✓		✓		✓		
Gestión de inventarios								
5	El sistema del inventario de sus productos presenta alguna ventaja comparativa frente al de otras empresas.	✓		✓		✓		
6	El control sobre la entrada y salida de mercancías es llevado a cabo de manera permanente.	✓		✓		✓		
D2: Logística de producción								
Área logística								
7	El área logística tiene resultados eficientes con productos de materia prima y finales.	✓		✓		✓		
8	La gestión administrativa de la producción está al margen y adaptación de aplicar métodos que agilicen y brinden la información a tiempo real.	✓		✓		✓		
Capital humano (productividad y formación)								
9	Los conocimientos y/o resultados acerca de las ventas a mercados nacionales y/o internacionales se comparten con todos los colaboradores del área de producción, incluyendo a los de confección.	✓		✓		✓		
10	Normalmente la empresa invierte en capacitaciones para los colaboradores sobre nuevas tecnologías o métodos del sector textil.	✓		✓		✓		
Máquinas								
11	Las máquinas del área de producción están al margen de nuevas tecnologías del sector para un pedido exigente al mercado internacional.	✓		✓		✓		
12	La fabricación de prendas hechas con máquinas industriales influye en la calidad del producto.	✓		✓		✓		
D3: Logística de transporte								
Medios de transporte								
13	El centro de distribución con la que cuenta la empresa cumple los requisitos básicos para la correcta canalización de sus productos.	✓		✓		✓		
14	La empresa debe mejorar el manejo de su canal de distribución.	✓		✓		✓		
Incoterms								
15	El plazo de entrega es un factor determinante en la calidad de servicio que brinda la empresa.	✓		✓		✓		
16	La empresa cuenta con ventajas competitivas en relación al tiempo de entrega de sus productos.	✓		✓		✓		
Sistema de embalaje								
17	Normalmente la empresa toma en cuenta diversas cotizaciones sobre el sistema de embalaje que deben llevar los productos para una evaluación posterior sobre los costos logísticos.	✓		✓		✓		
18	La empresa logra identificar las ventajas que otorga un correcto embalaje en el transporte de mercancías.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

 Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Maximiliano Villanueva Obregon DNI: 29685615

 Especialidad del validador: Finanzas

 Lima, 24 de Oct del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Anexo 6 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportación

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Regímenes de exportación								
Exportación definitiva								
1	La compañía cuenta con experiencia habituada para negociar en mercados exteriores.	✓		✓		✓		
2	La exportación definitiva conlleva a la empresa a tener menores riesgos dentro del mercado.	✓		✓		✓		
Exportación temporal para reimportación en el mismo Estado								
3	Es necesaria la participación de un intermediario o agente de ventas para realizar este tipo de procesos.	✓		✓		✓		
4	El producto reúne las condiciones necesarias para llevar a cabo la exportación definitiva o temporal para reimportación en el mismo Estado (encuesta)	✓		✓		✓		
Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo								
5	La compañía cuenta con capacidad física para poder exportar de manera temporal o definitiva a otros países.	✓		✓		✓		
6	La empresa ha realizado exportación temporal para perfeccionamiento pasivo	✓		✓		✓		
D2: Política comercial								
Barreras arancelarias								
7	Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano genera grandes dificultades para las empresas peruanas.	✓		✓		✓		
8	Considera usted que las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.	✓		✓		✓		
9	La empresa responde al surgimiento de situaciones problemáticas en relación a los pedidos que le son requeridos por los clientes.	✓		✓		✓		
Barreras no arancelarias								
10	La empresa realiza un eficiente proceso respecto a la salida legal de mercancías.	✓		✓		✓		
11	La compañía cuenta con documentos técnicos y/o comerciales en la exportación de sus productos en base a las exigencias del mercado boliviano.	✓		✓		✓		
12	La empresa evalúa previamente los riesgos de las exportaciones a ejecutar, para evitar posibles inconvenientes al momento del envío.	✓		✓		✓		
D3: Medios de pago internacional								
Carta de crédito								
13	La empresa implementa medidas de seguridad en relación al flujo de efectivo por el pago de los envíos realizados al exterior.	✓		✓		✓		
14	La empresa realiza sus transacciones comerciales a través de una entidad bancaria que los respalde.	✓		✓		✓		
Cuenta abierta								
15	Es importante contar con experiencia mínima en el manejo de cuentas abiertas para realizar la comercialización de los productos en el exterior.	✓		✓		✓		
16	La empresa realiza sus costos de transacción a través de cuenta abierta para reducir los riesgos de falta de pago.	✓		✓		✓		
Depósito								
17	La empresa cuenta con experiencia mínima en temas de cancelación de producto mediante este pago.	✓		✓		✓		
18	La empresa toma medidas de protección o seguro de pago para sus productos.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

 Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Walter Villanueva Obispo DNI: 29685615

 Especialidad del validador: Finanzas

 Lima, 24 de Set del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Anexo 6 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Gestión logística internacional

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Logística de abastecimiento								
Gestión de compras								
1	La relación con los proveedores para el abastecimiento del stock y de futuras ventas es desarrollada eficientemente.	✓		✓		✓		
2	La fidelización de los proveedores para el abastecimiento de la materia prima es uno de los factores más importantes dentro de sus actividades comerciales.	✓		✓		✓		
Almacén								
3	El almacén está controlado bajo un sistema tecnológico avanzado.	✓		✓		✓		
4	En la empresa, el lugar de almacenamiento de los productos cuenta con amplios espacios.	✓		✓		✓		
Gestión de inventarios								
5	El sistema del inventario de sus productos presenta alguna ventaja comparativa frente al de otras empresas.	✓		✓		✓		
6	El control sobre la entrada y salida de mercancías es llevado a cabo de manera permanente.	✓		✓		✓		
D2: Logística de producción								
Área logística								
7	El área logística tiene resultados eficientes con productos de materia prima y finales.	✓		✓		✓		
8	La gestión administrativa de la producción está al margen y adaptación de aplicar métodos que agilicen y brinden la información a tiempo real.	✓		✓		✓		
Capital humano (productividad y formación)								
9	Los conocimientos y/o resultados acerca de las ventas a mercados nacionales y/o internacionales se comparten con todos los colaboradores del área de producción, incluyendo a los de confección.	✓		✓		✓		
10	Normalmente la empresa invierte en capacitaciones para los colaboradores sobre nuevas tecnologías o métodos del sector textil.	✓		✓		✓		
Máquinas								
11	Las máquinas del área de producción están al margen de nuevas tecnologías del sector para un pedido exigente al mercado internacional.	✓		✓		✓		
12	La fabricación de prendas hechas con máquinas industriales influye en la calidad del producto.	✓		✓		✓		
D3: Logística de transporte								
Medios de transporte								
13	El centro de distribución con la que cuenta la empresa cumple los requisitos básicos para la correcta canalización de sus productos.	✓		✓		✓		
14	La empresa debe mejorar el manejo de su canal de distribución.	✓		✓		✓		
Incoterms								
15	El plazo de entrega es un factor determinante en la calidad de servicio que brinda la empresa.	✓		✓		✓		
16	La empresa cuenta con ventajas competitivas en relación al tiempo de entrega de sus productos.	✓		✓		✓		
Sistema de embalaje								
17	Normalmente la empresa toma en cuenta diversas cotizaciones sobre el sistema de embalaje que deben llevar los productos para una evaluación posterior sobre los costos logísticos.	✓		✓		✓		
18	La empresa logra identificar las ventajas que otorga un correcto embalaje en el transporte de mercancías.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Roberto Macha Huamán DNI: 07300952

Especialidad del validador: Mag. en Comercio Internacional y B. Aduanas

Lima, 11 de octubre del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Firma del Experto Informante.

Anexo 6 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportación

Nº	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Regímenes de exportación								
Exportación definitiva								
1	La compañía cuenta con experiencia habituada para negociar en mercados exteriores.	✓		✓		✓		
2	La exportación definitiva conlleva a la empresa a tener menores riesgos dentro del mercado.	✓		✓		✓		
Exportación temporal para reimportación en el mismo Estado								
3	Es necesaria la participación de un intermediario o agente de ventas para realizar este tipo de procesos.	✓		✓		✓		
4	El producto reúne las condiciones necesarias para llevar a cabo la exportación definitiva o temporal para reimportación en el mismo Estado (encuesta)	✓		✓		✓		
Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo								
5	La compañía cuenta con capacidad física para poder exportar de manera temporal o definitiva a otros países.	✓		✓		✓		
6	La empresa ha realizado exportación temporal para perfeccionamiento pasivo	✓		✓		✓		
D2: Política comercial								
Barreras arancelarias								
7	Las barreras arancelarias que establece el Estado boliviano genera grandes dificultades para las empresas peruanas.	✓		✓		✓		
8	Considera usted que las barreras arancelarias dificultan aún más las exportaciones.	✓		✓		✓		
9	La empresa responde al surgimiento de situaciones problemáticas en relación a los pedidos que le son requeridos por los clientes.	✓		✓		✓		
Barreras no arancelarias								
10	La empresa realiza un eficiente proceso respecto a la salida legal de mercancías.	✓		✓		✓		
11	La compañía cuenta con documentos técnicos y/o comerciales en la exportación de sus productos en base a las exigencias del mercado boliviano.	✓		✓		✓		
12	La empresa evalúa previamente los riesgos de las exportaciones a ejecutar, para evitar posibles inconvenientes al momento del envío.	✓		✓		✓		
D3: Medios de pago internacional								
Carta de crédito								
13	La empresa implementa medidas de seguridad en relación al flujo de efectivo por el pago de los envíos realizados al exterior.	✓		✓		✓		
14	La empresa realiza sus transacciones comerciales a través de una entidad bancaria que los respalde.	✓		✓		✓		
Cuenta abierta								
15	Es importante contar con experiencia mínima en el manejo de cuentas abiertas para realizar la comercialización de los productos en el exterior.	✓		✓		✓		
16	La empresa realiza sus costos de transacción a través de cuenta abierta para reducir los riesgos de falta de pago.	✓		✓		✓		
Depósito								
17	La empresa cuenta con experiencia mínima en temas de cancelación de producto mediante este pago.	✓		✓		✓		
18	La empresa toma medidas de protección o seguro de pago para sus productos.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Roberto Macha Huamán DNI: 07500952

Especialidad del validador: Mg. en Comercio Internacional y Aduanas

Lima, 11 de octubre del 2019



Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO 4

