



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

La Gestión Logística y las Importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C.  
entre los años 2014 al 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

**AUTOR:**

Luis Eduardo Porras Salazar

**ASESORES:**

Dr. Julio Samuel Zárate Suárez

Mg. Roque Juan Espinoza Casco

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

Lima – Perú

2018

**DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS  
N° 045 - 2018-II-UCV Lima Ate /EP-NN.II.-T**

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCION DIRECTORAL N° 135 - 2018-II-UCV Lima Ate/EP-NN.II.-T de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales acuerdan:

**PRIMERO.-**

Aprobar pase a publicación ( )  
 Aprobar por unanimidad (X)  
 Aprobar por mayoría ( )  
 Desaprobar ( )

La tesis presentada por el (la) estudiante PORRAS SALAZAR, LUIS EDUARDO, denominado:

**“LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LAS IMPORTACIONES DE LA EMPRESA TECNOPRESS S.A.C. ENTRE LOS AÑOS 2014 AL 2017”**

**SEGUNDO.-** Al culminar la sustentación, el (la) estudiante PORRAS SALAZAR, LUIS EDUARDO, obtuvo el siguiente calificativo:

NUMERO	LETRAS	CONDICIÓN
14	CATORCE	Aprobado por Unanimidad

Presidente (a): Dr. ZÁRATE SUÁREZ, JULIO SAMUEL


Firma

Secretario: Mg. RUIZ GUEVARA, FERNANDO

Firma

Vocal: Mg. ESPINOZA CASCO, ROQUE JUAN

Firma

  
 Dr. Julio Samuel Zárate Suárez  
 Coordinador P.E Negocios Internacionales  
 UCV – Lima Ate

C.c: Archivo  
 Escuela Profesional, Interesados, Archivo

Somos la universidad de los  
 que quieren salir adelante.



[ucv.edu.pe](http://ucv.edu.pe)

## **DEDICATORIA**

El logro de esta tesis está dedicado a mis padres, Luis y Yesenia, por su apoyo incondicional brindado hasta estos momentos de mi vida; a mis hermanas, Yaritza y Keyli, para servirles como motivación de que cuando se anhela algo, se debe luchar hasta conseguirlo; a mis abuelos maternos, Carlota y Elberto, que siempre se han sentido orgullosos del nieto que tienen; a mi madrina Alicia, por los consejos brindados y su apoyo en momentos difíciles; y demás familiares, que siempre compartían sus buenas vibras desde mis inicios universitarios. También dedico este trabajo a Cristian y Jhoan, por todas las experiencias compartidas en la universidad, como fuera de ella, que han logrado llevar el vínculo amical a un punto más alto.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por seguir manteniéndome con vida, permitiendo de esa forma que logre alcanzar esta gran meta.

A mis dos asesores por sus correcciones, recomendaciones y apoyo brindado para el desarrollo de esta tesis.

A los diversos profesores presentes en mi vida universitaria que compartieron sus conocimientos y experiencias, los cuales sirvieron de motivación.

A todas mis amistades que formaron parte de mi proceso de formación, más aquellas que estuvieron presentes este último año de la universidad con sus risas, palabras de aliento, etc.

A las personas de la empresa Tecnopress por su participación en las encuestas y la información brindada para el desarrollo de mi trabajo de investigación.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Luis Eduardo Porras Salazar con DNI N° 73375245, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes 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 adjuntada es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se adjunta en la presente 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 información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 5 de Diciembre del 2018



---

Luis Eduardo Porras Salazar  
DNI: 73375245

## **PRESENTACIÓN**

### **Señores miembros del Jurado:**

La presente investigación titulada “La Gestión logística y las Importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 - 2017”, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

La investigación tiene la finalidad de establecer la relación existente entre la gestión logística y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 – 2017, es presentada en seis capítulos:

En el capítulo I: Se incluye la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas a las variables de estudio, la formulación del problema, justificación del estudio, la formulación de las hipótesis y objetivos.

En el capítulo II: Se explica el diseño de investigación utilizado, la operacionalización de variables, la población, muestra y muestreo, la técnica e instrumento de recolección de datos junto a su validez y confiabilidad, el método de análisis y los aspectos éticos.

En el capítulo III: Se muestra los resultados de la confiabilidad del instrumento y la comprobación de nuestras hipótesis, general y específicas.

En el capítulo IV: Se explica la discusión del trabajo de investigación.

En el capítulo V: Se muestra las conclusiones que alcanzó la investigación.

En el capítulo VI: Se ofrecen las recomendaciones y finalmente, las referencias bibliográficas. Además, en los anexos presentamos nuestro instrumento utilizado, nuestra matriz de consistencia y las validaciones por juicio de experto.

El Autor

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	iii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iv
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....	v
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	vi
<b>RESUMEN</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	15
<b>1.1 Realidad Problemática</b> .....	16
<b>1.2 Trabajos Previos</b> .....	19
<b>1.2.1 Nacionales</b> .....	19
<b>1.2.2 Internacionales</b> .....	22
<b>1.3 Teorías relacionadas</b> .....	25
<b>1.3.1 Gestión Logística</b> .....	25
<b>1.3.1.1 Aprovisionamiento</b> .....	30
<b>1.3.1.1.1 Proveedores</b> .....	32
<b>1.3.1.1.2 Gestión de stocks</b> .....	32
<b>1.3.1.1.3 Almacenes</b> .....	33
<b>1.3.1.2 Producción</b> .....	35
<b>1.3.1.2.1 Insumos</b> .....	40
<b>1.3.1.2.2 Plan de producción</b> .....	41
<b>1.3.1.3 Marketing</b> .....	42
<b>1.3.1.3.1 Plan de Marketing</b> .....	43
<b>1.3.1.3.2 Clientes</b> .....	43
<b>1.3.2 Importaciones</b> .....	44
<b>1.3.2.1 Rivalidad Global</b> .....	47
<b>1.3.2.1.1 Calidad</b> .....	47
<b>1.3.2.1.2 Precio</b> .....	48
<b>1.3.2.2 Diversificación</b> .....	48
<b>1.3.2.2.1 Riesgo</b> .....	49
<b>1.3.2.2.2 Competitividad</b> .....	49
<b>1.3.2.3 Acceso al mercado</b> .....	49
<b>1.3.2.3.1 Barreras Arancelarias</b> .....	50
<b>1.3.2.3.2 Tratado de Libre Comercio</b> .....	52

1.4	Formulación del Problema	55
1.4.1	Problema General	55
1.4.2	Problemas Específicos	55
1.5	Justificación del estudio	55
1.5.1	Justificación Científica	55
1.5.2	Justificación Comercial	55
1.5.3	Justificación Social	56
1.6	Hipótesis	56
1.6.1	Hipótesis General	56
1.6.2	Hipótesis Específicas	56
1.7	Objetivos	57
1.7.1	Objetivo General	57
1.7.2	Objetivos Específicos	57
II.	MÉTODO	58
2.1	Diseño de investigación	59
2.1.1	Tipo y nivel de conocimiento	59
2.1.2	Tipo de diseño metodológico	59
2.2	Variables, Operacionalización	61
2.3	Población y Muestra	62
2.3.1	Población	62
2.3.2	Muestra	62
2.3.3	Muestreo	64
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	64
2.4.1	Técnica	64
2.4.2	Instrumento	64
2.4.3	Validez	65
2.4.4	Confiabilidad	65
2.5	Método de análisis de datos	66
2.6	Aspectos éticos	66
III.	RESULTADOS	67
3.1	PRUEBA DE CONFIABILIDAD	68
3.2	PRUEBA DE NORMALIDAD	69
3.3	R DE PEARSON	70
3.3.1	Hipótesis General	71
3.3.2	Hipótesis Específicas	73



<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>99</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>102</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>110</b>
<b>ANEXO 1.....</b>	<b>111</b>
<b>ANEXO 2.....</b>	<b>113</b>
<b>ANEXO 3.....</b>	<b>125</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. <i>Importaciones de aprovisionamiento según destinos de origen</i> .....	31
TABLA 2. <i>Distribución de los almacenes en Tecnopress S.A.C.</i> .....	34
TABLA 3. <i>Distribución de las áreas productivas en Tecnopress S.A.C.</i> .....	36
TABLA 4. <i>Piezas obtenidas del primer momento de producción</i> .....	36
TABLA 5. <i>Piezas obtenidas del segundo momento de la producción</i> .....	38
TABLA 6. <i>Materias primas entregadas a las primeras áreas de producción</i> .....	41
TABLA 7. <i>Insumos entregados a las áreas del segundo y tercer momento de producción</i> .....	41
TABLA 8. <i>Origen e INCOTERMS de las importaciones de Tecnopress S.A.C.</i> .....	45
TABLA 9. <i>Agentes de Aduana con los que trabajó Tecnopress S.A.C. (2014 – 2017)</i> .....	46
TABLA 10. <i>AD/V para las subpartidas arancelarias de los productos importados</i> .....	51
TABLA 11. <i>Negociación de las subpartidas importadas mediante los TLC</i> .....	53
TABLA 12. <i>Valor de Z según el nivel de confianza de la investigación</i> .....	63
TABLA 13. <i>Interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach</i> .....	68
TABLA 14. <i>Instrumentos validados para realizar el Alfa de Cronbach</i> .....	68
TABLA 15. <i>Resultados del Alfa de Cronbach</i> .....	69
TABLA 16. <i>Resultados de la prueba de normalidad</i> .....	70
TABLA 17. <i>Interpretación de resultados del R de Pearson</i> .....	70
TABLA 18. <i>Resultado de la correlación entre la variable 1 y la variable 2</i> .....	71
TABLA 19. <i>Percepción de la Gestión Logística en la empresa Tecnopress S.A.C.</i> .....	71
TABLA 20. <i>Resultado de la correlación entre la dimensión 1, VI, con la variable 2</i> .....	73
TABLA 21. <i>Percepción del Aprovisionamiento en la empresa Tecnopress S.A.C.</i> .....	73
TABLA 22. <i>Resultado de la correlación entre la dimensión 2, VI, con la variable 2</i> .....	75
TABLA 23. <i>Percepción de la Producción en la empresa Tecnopress S.A.C.</i> .....	75
TABLA 24. <i>Resultado de la correlación entre la dimensión 3, VI, con la variable 2</i> .....	77
TABLA 25. <i>Percepción del Marketing en la empresa Tecnopress S.A.C.</i> .....	77
TABLA 26. <i>Existe una óptima relación comercial entre la empresa y sus proveedores</i> .....	79
TABLA 27. <i>Los proveedores son pertinente con los pedidos de abastecimiento para la empresa</i> .	80
TABLA 28. <i>Se realiza una continua gestión de stock a los insumos y materiales desde su área</i> ....	81
TABLA 29. <i>Es eficiente la entrega de los despachos por parte de los almacenes</i> .....	82
TABLA 30. <i>Los insumos importados usados en la manufacturación de los bienes finales (cerraduras, candados, etc.) cumplen estándares de calidad</i> .....	83
TABLA 31. <i>Los niveles de producción en la empresa se planifican basados en la oportuna llegada de los insumos importados</i> .....	84

TABLA 32. <i>En las áreas de producción existe un MPS (plan maestro de producción) que cumple el tiempo establecido según objetivos propuestos por la empresa</i> .....	85
TABLA 33. <i>Diseñar un plan de marketing, es una razón para mejorar la internacionalización de la empresa</i> .....	86
TABLA 34. <i>El mercado objetivo de la empresa, tanto nacional como internacional, exige que los productos finales sean certificados</i> .....	87
TABLA 35. <i>En el periodo 2014-2017 la empresa tuvo un incremento en la comercialización de sus productos, a nivel local e internacional</i> .....	88
TABLA 36. <i>Los insumos que se importan para la producción cumplen aspectos de calidad exigidos por la empresa</i> .....	89
TABLA 37. <i>El precio de los insumos importados es un factor que respalda la decisión de la empresa al realizar compras internacionales</i> .....	90
TABLA 38. <i>El cambio a nuevos proveedores podría disminuir el nivel de calidad en los productos ofrecidos por la empresa</i> .....	91
TABLA 39. <i>Reemplazar a los proveedores actuales generaría un incremento en la estructura de costos productivos de las líneas de negocio</i> .....	92
TABLA 40. <i>La decisión de optar por nuevos proveedores internacionales sería una ventaja en procesos productivos y demanda de comercialización</i> .....	93
TABLA 41. <i>La tecnología utilizada en los procesos productivos permite obtener una ventaja competitiva y una diversificación de sus productos</i> .....	94
TABLA 42. <i>Considera altos los AD/V gravados a los insumos importados por la empresa, según destino de origen</i> .....	95
TABLA 43. <i>La exoneración de AD/V gravados a los insumos importados haría más eficiente la comercialización de los productos</i> .....	96
TABLA 44. <i>La falta de TLC's con algunos países que proveen los insumos importados, es una situación desventajosa para la empresa</i> .....	97
TABLA 45. <i>Contar con proveedores, con los que si tenemos TLC's vigentes, favorecería en los procesos de comercialización</i> .....	98

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gestión Logística interna de Tecnopress S.A.C. Elaboración propia. ....	29
Figura 2. Candado Blindado 60 .....	39
Figura 3. Cerradura Súper 700 .....	40
Figura 4. Tranca Premium.....	40
Figura 5. Fórmula para el cálculo de muestra.....	63
Figura 6. Cálculo de la muestra .....	63
Figura 7. Percepción de la Gestión Logística en la empresa Tecnopress S.A.....	72
Figura 8. Percepción del Aprovisionamiento en la empresa Tecnopress S.A.C.....	74
Figura 9. Percepción de la Producción en la empresa Tecnopress S.A.C. ....	76
Figura 10. Percepción del Marketing en la empresa Tecnopress S.A.C. ....	78
Figura 11. Porcentaje de respuesta de la pregunta 1 .....	79
Figura 12. Porcentaje de respuesta de la pregunta 2 .....	80
Figura 13. Porcentaje de respuesta de la pregunta 3 .....	81
Figura 14. Porcentaje de respuesta de la pregunta 4 .....	82
Figura 15. Porcentaje de respuesta de la pregunta 5 .....	83
Figura 16. Porcentaje de respuesta de la pregunta 6 .....	84
Figura 17. Porcentaje de respuesta de la pregunta 7 .....	85
Figura 18. Porcentaje de respuesta de la pregunta 8 .....	86
Figura 19. Porcentaje de respuesta de la pregunta 9 .....	87
Figura 20. Porcentaje de respuesta de la pregunta 10 .....	88
Figura 21. Porcentaje de respuesta de la pregunta 11 .....	89
Figura 22. Porcentaje de respuesta de la pregunta 12 .....	90
Figura 23. Porcentaje de respuesta de la pregunta 13 .....	91
Figura 24. Porcentaje de respuesta de la pregunta 14 .....	92
Figura 25. Porcentaje de respuesta de la pregunta 15 .....	93
Figura 26. Porcentaje de respuesta de la pregunta 16 .....	94
Figura 27. Porcentaje de respuesta de la pregunta 17 .....	95
Figura 28. Porcentaje de respuesta de la pregunta 18 .....	96
Figura 29. Porcentaje de respuesta de la pregunta 19 .....	97
Figura 30. Porcentaje de respuesta de la pregunta 20 .....	98

## RESUMEN

Esta investigación titulada “La Gestión Logística y las Importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017” tiene como objetivo establecer la relación existente entre ambas variables dentro del entorno de estudio. Las Teorías en las que se basan cada variable son: La Teoría de los Sistemas, Sistema Abierto para la gestión logística mientras que para las importaciones empleamos la Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo.

Así mismo el tipo de investigación es descriptiva utilizando un diseño no experimental, correlacional y transversal. Con una población de 35 individuos y una muestra representativa de 32 personas. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta mientras que el instrumento fue el cuestionario.

Respecto a nuestro objetivo general, hemos demostrado que si existe relación entre la gestión logística y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017, aunque con un nivel de correlación positivo bajo. Afirmamos, esta interpretación luego de observar el resultado proporcionado por la prueba R de Pearson equivalente a 0,371; además que nuestro nivel de significancia alcanzado fue de 0,037, el cual es menor a 0,05 y permite afirmar nuestra hipótesis general.

**PALABRAS CLAVES:** Gestión Logística, Importaciones, Aprovisionamiento.

## **ABSTRACT**

This research entitled “The Logistics Management and Imports of Tecnopress company S.A.C. between 2014 to 2017” has the objective to establish an existing relationship between both variables within the study environment. The theories that are based each variable are: The Theory of Systems, Open System for logistics management while for the imports employs the Theory of Comparative Advantage of David Ricardo.

Also the type of research is descriptive using a non-experimental, correlational and cross design. With a population of 35 individuals and a representative sample of 32 people. For data collection the technique used was the survey while the instrument was the questionnaire.

Regarding our overall objective, we have shown that there correlation between logistics management and imports of Tecnopress Company S.A.C. between 2014 to 2017, although with a low positive correlational level. We affirm this interpretation after observing the result provided by the Pearson’s R test equivalent to 0.371, in addition our level of significance reached was 0.037, which is less than 0.05 and allow us to affirm our general hypothesis.

**KEYWORDS:** Logistics Management, Imports, Provisioning.

# **I. INTRODUCCIÓN**

## 1.1 Realidad Problemática

Para las exportaciones peruanas, el sector metalmeccánico en los últimos cinco años no ha mostrado crecimiento no muy estable; mostrando un variación de 5.6% para el año 2014 frente al 2013, seguido de dos años continuos de decrecimiento con variaciones equivalentes a -10.7% para el periodo 2015-2014 y -16.8% para el intervalo de 2016-2015 y ya en el período 2017-2016 vuelve a recuperarse con un incremento de 14.1%; además para el presente año dicha recuperación se viene manteniendo debido a que en el lapso de enero-julio el sector metalmeccánico realizó exportaciones equivalentes a US\$ 338 millones, lo que nos muestra un crecimiento de 20.5% en comparación al mismo lapso de tiempo hace un año atrás. (Fuente: SIICEX)

La gestión logística para la mejora de las empresas pertenecientes a este sector, es un tema con demasiada relevancia por el rol integrador que cumple. Si bien es cierto la gestión logística permite entrelazar todos los procedimientos que este tipo de empresas realizan, dicha interconexión generada entre sus procesos es la que le hará afrontar mejor el entorno o industria donde compite. La gestión logística evaluará que la obtención de las materias primas, nacionales o importadas, que necesitan las empresas metalmeccánicas sea la más óptima posible en calidad y tiempo de llegada, para así realizar una mejor planificación del nivel de producción de los productos que ofrece, eso permitirá que dichos productos lleguen a satisfacer las expectativas del mercado, generando así mayores ingresos a la empresa y permitiéndole tener más liquidez para cumplir con los pagos a sus proveedores, obteniendo una mejor relación comercial, y trabajadores, los cuales se sentirán más identificados con la empresa.

Una excelente analogía para entender la gestión logística, sería ver a la empresa como a una persona; la cual tiene una diversidad de sistemas, cada sistema con sus respectivas funciones y particularidades propias, y el funcionamiento correcto de todos en conjunto hace que la salud de la persona se mantenga estable. Pero qué pasa cuando alguno de los sistemas enferma, no de manera grave, la persona no se queda en reposo total sigue continuando con sus actividades que debe realizar en su día a día pero con la diferencia que ahora ya no ofrece el mismo rendimiento en lo que hace; lo mismo sucede con la empresa mientras una de sus áreas no funcione correctamente, la empresa no pondrá



stop a sus actividades si no que seguirá funcionando pero sus metas planteadas no podrán o demorarán más tiempo en ser alcanzadas.

Hemos decidido enfatizar la gestión logística sobre la realidad de la empresa que tenemos bajo estudio, escogiendo tres aspectos importantes que son los siguientes:

El aprovisionamiento, el cual se centra principalmente en la adquisición de los materiales que son usados para llegar al producto final que la empresa ofrece, pero no es un tema de comprar a la locura por eso lo evaluamos desde tres puntos: los proveedores, quienes nos facilitan la materia prima, la gestión de stock, es el control de los materiales que se manejan en la empresa, y almacenes, los lugares donde se guardan los materiales para luego ser distribuidos.

La producción, que es el proceso mediante el cual se transforma las materias prima para obtener los productos intermedio y terminados; a la cual evaluamos mediante los dos aspectos siguientes: insumos, estos conocidos como la materia prima que utiliza la empresa; y el plan de producción, el cual es el planeamiento de todo lo que se va producir en un periodo de tiempo, además de ver si se cumplen las metas establecidas.

El marketing, que es el área de mayor contacto con nuestros consumidores y por el cual podemos entender sus necesidades; el cual lo medimos con estos dos temas siguientes: plan de marketing, son los lineamiento bajo los cuales trabaja el área; y clientes, quienes son los que al final adquieren nuestros productos.

Las importaciones al formar parte del comercio internacional realizado alrededor de todo el mundo y con la gran expansión de la globalización, hace que tenga una fuerte importancia en lo referido al ámbito empresarial. Hoy en día, muchas empresas del sector metalmecánica deciden comprar bienes o insumos del exterior principalmente por motivos económicos, ya que como sabemos algunas industrias nacionales comparadas a las de otros países no son muy competitivas; otra razón es porque los insumos que necesitan no los pueden adquirir internamente; y un último factor es el tema de la tecnología, somos un país que importa una gran diversidad de máquinas y como se sabe en el sector metalmecánica, estas son imprescindibles para los procesos productivos que demandan este tipo de empresas. Tampoco debemos olvidar que con la diversidad de

Tratados de Libre Comercio que cuenta nuestro país, la disminución de las tasas arancelarias es uno de los principales motivos que hace más atractiva la decisión de que muchas personas o empresas prefieran importar que realizar compras nacionales.

Hemos decidido que para medir nuestra segunda variable, usaremos una perspectiva que toma en cuenta estos tres puntos siguientes:

La rivalidad global, es una de las principales razones de porque se realizan las compras externas de un país, y entre dos motivos primordiales están los siguientes: calidad, que es la satisfacción y diferenciación que ofrece un producto; y precio, que se refiere a la cantidad de dinero pagado por adquirir un producto o recibir un servicio.

La diversificación, esta entendida como una respuesta de salida que no podemos confiarnos en contar con un solo proveedor, esta última dimensión será evaluada mediante: competitividad, tal vez el producto existe en nuestro país pero en otro país ubicamos otro proveedor que ofrece un producto más competitivo ya sea por razón de precio, de volumen de compra, etcétera; y el riesgo, en el cual podemos llegar a caer en el momento de que algunos de nuestros proveedores nos falla en el abastecimiento y por ende debemos contar con un proveedor extra que pueda suplir ese incumplimiento.

El acceso al mercado, está definido por todos los múltiples aspectos con los que se encuentran las empresas antes de poder ingresar a su país objetivo. En nuestro caso tomaremos en referencia dos puntos relevantes como son las barreras arancelarias, es decir el AD VALOREM gravado a los insumos importados, mientras que por otro lado tenemos al TLC, como un factor de apoyo en la penetración del segmento, debido a que nos ofrece la posibilidad de que en un momento determinado se pueda obtener la exoneración total del AD VALOREM.

TECNOPRESS S.A.C. es una empresa perteneciente al sector metalmecánica, cuenta con presencia en el comercio exterior debido a que realiza actividades de exportación e importación. Su ocupación principal es la fabricación de cerraduras de la marca Cantol.

En lo referido a importación, en la página web de Sunat podemos encontrar registros de dicha actividad de la empresa que datan desde el año 2014 hasta el presente año. A lo largo de este tiempo, entre los años 2014 al 2017 se puede apreciar que el número de importaciones anuales realizadas por la empresa varían de manera drástica, es decir se observan que en un año se alcanza un pico alto pero al siguiente año se desciende bruscamente, y en el próximo año vuelven a aumentar; es decir la cantidad de importaciones anuales son tan variadas que no se puede encontrar un nivel constante entre ellas, a pesar que TECNOPRESS S.A.C. entre estos años ha estado en época de crecimiento como empresa. El problema de la investigación se enfoca en querer saber si tanto el aumento como la disminución del número de importaciones anuales que ha venido realizando la empresa están relacionadas y/o son consecuencia de la gestión logística que se ha venido desarrollando en ella.

## **1.2 Trabajos Previos**

### **1.2.1 Nacionales**

Según Urday y Cebberos (2017) en su tesis “La gestión logística y su influencia en la competitividad en las PYMES del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra”, pertenecientes a la Universidad San Ignacio de Loyola y en obtención del título profesional de Licenciados en International Business, indicaron que su objetivo general era determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra, su mencionado trabajo brinda la conclusión siguiente: Se puede concluir que la hipótesis general planteada fue validada y afirmada de tal manera La gestión logística influye en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra,2016; teniendo en cuenta que las encuestas se dirigió a una persona relacionado a la toma de decisiones de comercio exterior y/o gerente de 15 pymes del sector construcción en el distrito de Puente Piedra, quedando evidenciado el conocimiento respecto a los temas especializados planteados en la relación a investigar.

Según Lara (2017) en su tesis “Gestión logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017”, perteneciente a la Universidad Norbert Wiener y en obtención del título profesional de Ingeniero Industrial y de Gestión Empresarial, se planteó el objetivo general de proponer un plan de gestión logística para mejorar la satisfacción de los clientes en la empresa industrial de Lima, su mencionada investigación alcanzó esta conclusión: Se diagnosticó la situación actual de la empresa con el enfoque holístico y con la ayuda de las herramientas de control estadístico, donde se observó que los puntos más críticos eran: la falta de coordinación entre las diversas áreas de la gestión logística, la existencias de tiempos muertos, la falta de definición de controles y procedimientos y entre otros, dando como resultado el retraso en las entregas de los pedidos y la insatisfacción de los clientes.

Según Ccallo (2017) en sus tesis “Propuesta de mejora en una empresa manufacturera de productos escolares y de oficina integrando la logística de entrada y la logística de producción”, perteneciente a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y en busca de alcanzar su título profesional de Ingeniera Industrial, se propuso como objetivo general integrar la logística de entrada y la logística de producción para mejorar una empresa manufacturera de productos escolares y de oficina, indicó como hipótesis general que la integración de la logística de entrada y la logística de producción permitirá mejorar una empresa manufacturera de productos escolares y de oficina. Una de las conclusiones del trabajo de investigación nos dice: Es fundamental que la empresa tenga políticas de stock, ellos permitirá tener un adecuado control del nivel de inventario, si se hubiera utilizado las políticas de stock planteadas la empresa podría haber reducido sus costos de almacenamiento en S/ 1, 733, 698.68 durante el año 2016.

Según Arribasplata y Terrones (2016) en su tesis “Aproximación a una estimación de las importaciones en Perú: Periodo 1990 – 2015”, pertenecientes a la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo y en obtención del título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, sostuvieron que su objetivo general era analizar las variables macroeconómicas que influyen en la dinámica de las Importaciones en el periodo 1990 – 2015, llegando a la siguiente conclusión: Las

variables económicas como el PBI y el Tipo de Cambio influyen directamente en la dinámica de las importaciones, cómo evoluciona el PBI crece las Importaciones.

Según Cueva y Reyna (2016) en su tesis “Propuesta de un modelo de gestión logística articulado a un sistema integrado de gestión, aplicable a PYMES manufactureras de productos primarios de madera en el Perú”, pertenecientes a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial, indicaron que el objetivo de su proyecto era proponer un modelo de gestión logística articulado a un sistema integrado de gestión para el sector en estudio, en base a la consolidación de las buenas prácticas actuales, para complementarlas con metodologías ingenieriles- como el enfoque bajo procesos y la filosofía Lean Logistics-, con el fin de proporcionar lineamientos sirvan de estándar de crecimiento para incremento de su competitividad; una de las conclusiones del mencionado trabajo indica: En cuanto a la gestión logística de la población objetivo, 61.5% de empresas cuentan con indicadores para el área, teniendo principal control sobre la logística de salida y descuidando la logística de entrada. El 69.2% de empresas encuestadas evalúan el desempeño de sus proveedores, sin embargo no se toma en cuenta el resultado al momento de elegirlos, ya que priorizan el precio y calidad de la materia prima.

Según Mansilla (2016) en su tesis “Propuesta de una mejora en la gestión de la cadena logística de una empresa manufacturera”, perteneciente a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en busca de alcanzar el grado académico de Magíster en Dirección de Operaciones y Logística, indicó que su objetivo general era elevar la eficiencia del sistema de Logística de la empresa a través del diseño e implantación de un modelo de gestión óptimo, minimizando las restricciones que existen en el área y elevando los índices de productividad de la misma, además una de las conclusiones que ofrece la mencionada investigación es: El nuevo modelo de gestión logística propuesto contribuirá en la optimización del proceso logístico de la empresa, ayudará a mejorar la integración entre las áreas y a un ordenamiento de los procesos. Uno de los grandes problemas existente en la planta de Fiddoplast, es la recolección de información de los procesos administrativos, productivos y del funcionamiento de las máquinas, por lo

que se hizo una evaluación técnico-económica, desarrollada en el capítulo 3, con una inversión de US\$ 17820 para adquirir un sistema de adquisición de data avanzada tecnología con la capacidad de poder acoplarse al software que actualmente se tiene

Según Coila (2013) en su tesis “Factores determinantes de las importaciones en el Perú: Periodo 1996.1 – 2012.6”, perteneciente a la Universidad Nacional del Altiplano y para optar por el título profesional de Ingeniero Economista; expresó que su objetivo general era analizar el comportamiento de las importaciones totales y determinar los principales factores determinantes en el largo plazo de las importaciones en el Perú, en el periodo 1996.1 – 2012.6 y como hipótesis general indicó que el factor más relevante en las importaciones es la importación de insumos; los factores como el PBI, términos de intercambio y TCR Bilateral, son determinantes en el largo plazo para las importaciones en el Perú. Dicho trabajo de investigación generó la conclusión siguiente: Las importaciones totales durante el periodo enero 1996 – junio 2012 ha crecido continuamente, excepto en el año 2009 en el que disminuyó 31.4% con respecto al año anterior, ocasionando principalmente por la crisis financiera internacional que afecto el nivel de actividad económica del Perú. [...]. Dentro de las variables que influyeron en el incremento de las importaciones es el crecimiento que ha tenido el Perú en los últimos años así como la entrada en vigencia de tratados de libre comercio (TLC) que el Perú suscribió con diferentes países y bloques económicos, a su vez ello ha provocado una disminución de los impuestos a las importaciones por ende dicha variable es irrelevante.

### **1.2.2 Internacionales**

Según Serrano (2016) en sus tesis “La gestión logística de inventarios en la empresa Calmetal S.A.”, perteneciente a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil en busca de alcanzar el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría – CPA, se planteó como objetivo general evaluar la gestión logística y su incidencia en los resultados para la toma de decisiones. El mencionado trabajo de investigación llegó a la siguiente conclusión: Mantiene falencias en el área logística, debido a que la

mercadería adquirida tardan en percharla de acuerdo a su fecha de caducidad, orden de ítems.

Según Molina (2015) en su tesis “Planificación e implementación de un modelo logístico para optimizar la distribución de productos publicitarios en la empresa Letreros Universales S.A.”, perteneciente a la Universidad Politécnica Salesiana y por la obtención del título profesional de Ingeniero Industrial, se planteó como objetivo general planificar e implementar un modelo logístico para optimizar la distribución de productos publicitarios en la empresa Letreros Universales S.A., dicho trabajo de investigación obtuvo como conclusión: Se concluye que la no planificación adecuada en la compra de materias primas ni de las rutas de transporte para los bienes que la empresa comercializa, sirviendo al cliente en la entrega de los mismos, afectan en gran manera el flujo de proceso productivo de la empresa.

Según Ortiz (2015) en su tesis “Propuesta de plan de importación y comercialización de césped sintético con fines decorativos y deportivos en la ciudad de Guayaquil, año 2013”, perteneciente a la Universidad Politécnica Salesiana con el fin de obtener el título de Magister en Administración de Empresas, se propuso como objetivo general diseñar un plan de importación y comercialización de césped sintético con fines decorativos y deportivos a través de la creación de una empresa, en la ciudad de Guayaquil, año 2013 mientras que su hipótesis fue que mediante el desarrollo de este proyecto de plan de importación y comercialización de césped sintético con fines decorativos y deportivos, se pretende el mejoramiento del entorno de las villas y hogares de la ciudad de Guayaquil, obteniendo una rentabilidad la satisfacer las necesidades de nuestros potenciales clientes. Del mencionado trabajo se generó la siguiente conclusión: En el análisis financiero se estimó que la inversión para el proyecto es de \$164.784 USD, que será financiado de la siguiente forma: en un 30% por los inversionistas y el 70% a través de un crédito en la Corporación Financiera Nacional (CFN) por un monto de \$115.349 USD, con una amortización anual de \$31.210 USD.

Según Bohorquez y Puello (2013) en su tesis “Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa CORALINAS &

PISOS S.A. CORPISOS S.A. en el municipio de Turbaco, Bolívar”, pertenecientes a la Universidad de Cartagena, se plantearon como objetivo general diseñar un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa CORALINAS & PISOS S.A. CORPISOS S.A., además su trabajo de investigación llegó a la siguiente conclusión: La recolección de datos sobre la empresa CORALINAS & PISOS S.A. CORPISOS S.A. y la transformación de los mismos en información permitió diseñar la ruta por la cual la empresa debería enfocarse de ahora en adelante; la cual consiste en mejorar su gestión logística y su cadena de suministro mediante la modificación de algunos de sus procesos y la implementación de nuevas herramientas de trabajo, para lograr la eficiencia organizacional y por ende garantizar un sostenimiento y permanencia en el mercado actual.

Según Yajamín (2013) en su tesis “Análisis y diseño de un sistema de control de logística para los procesos de procura de materiales y servicios a ser implementado en la Compañía PDVSA Ecuador”, perteneciente a la Universidad Internacional del Ecuador a fin de obtener el título de Ingeniera en Negocios Internacionales, se propuso de objetivo general mejorar los procesos de Procura de Materiales y servicios, determinando la factibilidad para la implementación de un modelo de sistema de control de logística para los procesos de Procura de Materiales y contratación de servicios, que se adapte a las necesidades de PDVSA Ecuador, además como hipótesis indicó que el departamento de procura de la compañía PDVSA Ecuador mejora su gestión con un sistema de control en los procesos de Procura y Contratación. El mencionado trabajo muestra la siguiente conclusión: Se realizó un análisis de la situación actual del departamento y sus procesos tanto de procura como de contratación, determinando así que, la falta de un control en tiempos y responsabilidades a cada una de las personas y departamentos que intervienen en los procesos, genera que toda la carga de trabajo y responsabilidad recaiga s un solo departamento, el de Procura y Contratación, es por esa razón que se pensó en la creación de un sistema donde todos aporten al rumbo de una determinada adquisición independientemente del tipo de proceso que debe llevarse a cabo.



## **1.3 Teorías relacionadas**

### **1.3.1 Gestión Logística**

#### **Teoría de los Sistemas, Sistema Abierto**

Referente a este tema podemos indicar lo siguiente:

Una de las principales características del sistema abierto indica el intercambio de interacciones con el medio ambiente, que se mantiene en la misma situación de manera constante, aunque las energías y/o materias que lo conforman se renueven constantemente. Entonces el sistema abierto comparado con el organismo, se ven influenciados por el medio ambiente hasta llegar al equilibrio dinámico en el entorno. El sistema abierto como modelo, representa un grupo de elementos que interactúan con el medio ambiente de manera continua, y es por ello que el enfoque sistémico logró fuertes consecuencias en la teoría administrativa (Chiavenato, 2014, p. 353).

#### **La Organización como Modelo Abierto: Modelo Schein**

En referencia a este punto podemos mencionar:

La conceptualización del sistema abierto se pueda aplicar de manera perfecta a la estructuración de una compañía. La empresa se entiende como un sistema que el hombre crea, además que sostiene una interacción con su entorno, sean sus consumidores, proveedores, empresas del mismo sector, grupo sindicales, organismos del Estado, entre otras partes externas (Chiavenato, 2014, p. 354).

## **Modelo Schein**

En opinión sobre este modelo, se puede manifestar:

Algunos aspectos de la teoría de los sistemas que Schein propone para dar una definición sobre la organización, son:

1. La empresa se parece al sistema abierto, ya que tiene una continua interacción con su entorno, del cual obtiene insumos, personas, informaciones y con los cuales produce bienes o servicios que oferta al mercado.
2. La compañía es un conjunto que tiene diversas funciones, por las cuales realiza muchas interacciones con la industria a la que pertenece.
3. La empresa es un grupo de subsistemas con interacción mutua entre ellos. Se debe realizar un análisis de como es el comportamiento grupal en vez de enfatizar el desarrollo individual.
4. Cada subsistema es totalmente independiente y las transformaciones que le ocurra a uno termina afectando el desarrollo de todos los demás.
5. La compañía se encuentra en una industria que incluye a otros sistemas. Es imposible comprender como funciona la compañía sin tener en cuenta las demandas que exige la industria.
6. Los diversos vínculos entre la empresa y su industria hacen complicado poder establecer límites empresariales. (Chiavenato, 2014, p. 356).

El modelo Schein presenta una excelente comparación para poder comprender mejor la Teoría del Sistema Abierto, si bien es cierto la Teoría de los Sistemas desde sus inicios se presenta como una teoría en materia de biología; Chiavenato muestra una gran analogía que permite trasladarla al campo administrativo y empresarial, compartiendo así que una empresa tiene sus propios subsistemas, es decir todas las áreas que la conforman; también tiene su propio medio ambiente de desarrollo, en otras

palabras la industria a la que pertenece, donde interactúa con las otras especies, es decir las empresas externas a ellas tales como sus proveedores, competidores, etc.

### **Conceptualización de la Variable**

Para la definición de esta variable podemos indicar:

En el campo de las empresas, la gestión logística debe priorizar un buen diseño y dirección de insumos, informaciones desde sus orígenes hasta llegar a sus lugares de destino. Estos caminos deben realizarse racionalmente y en coordinación del objetivo principal, ofrecer a los consumidores bienes o servicios de alta calidad, en las cantidades que este necesita, en el tiempo y punto de entrega que lo exija, además de una alta competitividad que garantice la conservación medioambiental (Escudero, 2013, p. 2).

Además al momento de enfatizar sobre las funciones logísticas para cada tipo de empresa, se puede indicar lo siguiente:

La principal característica de una empresa industrial es su actividad transformadora. Las funciones que conforman el flujo logístico en este tipo de empresas se engloban en cuatro etapas:

•**Aprovisionamiento:** Se enfoca en la selección de los proveedores que abastecerán las insumos, piezas o partes necesarias para la producción, además que cumplan y se adapten al ritmo productivo ofreciendo un costo mínimo.

•**Producción:** Consiste en coordinar todas las partes necesarias para la obtención de los bienes finales y queden en disposición para su ofrecimiento al mercado. Incluye las fuentes físicas (máquinas, instalaciones), los factores humanos y las diversas fases del proceso productivo (envasar, almacenar, transportar).

•**Distribución comercial:** Enfatiza la gestión entre los almacenes y el transporte que tendrá bajo custodia al producto final.

•**Servicio posventa:** Es fundamental para que la compañía se posicione en el mercado, y lo logrará siempre que mantenga satisfechos a sus consumidores (Escudero, 2013, p. 5).

Los cuatro puntos mencionados por el autor son muy precisos para el trabajo de investigación, debido que hace énfasis en las funciones logísticas de una empresa transformadora y debemos recordar que nuestra empresa bajo estudio, TECNOPRESS S.A.C., pertenece a este tipo de empresas, ya que su actividad principal es la fabricación de cerraduras.

Pero debemos hacer hincapié que la marca Cantol, es resultado del trabajo en conjunto de dos empresas: Tecnopress y Distrimax; y es por este motivo que para nuestra investigación no enfatizaremos sobre la distribución comercial, debido a que Tecnopress sólo se dedica a la manufacturación final de las cerraduras, candados y trancas, mientras que la parte de venta y canales de distribución de dichos productos está a cargo Distrimax.

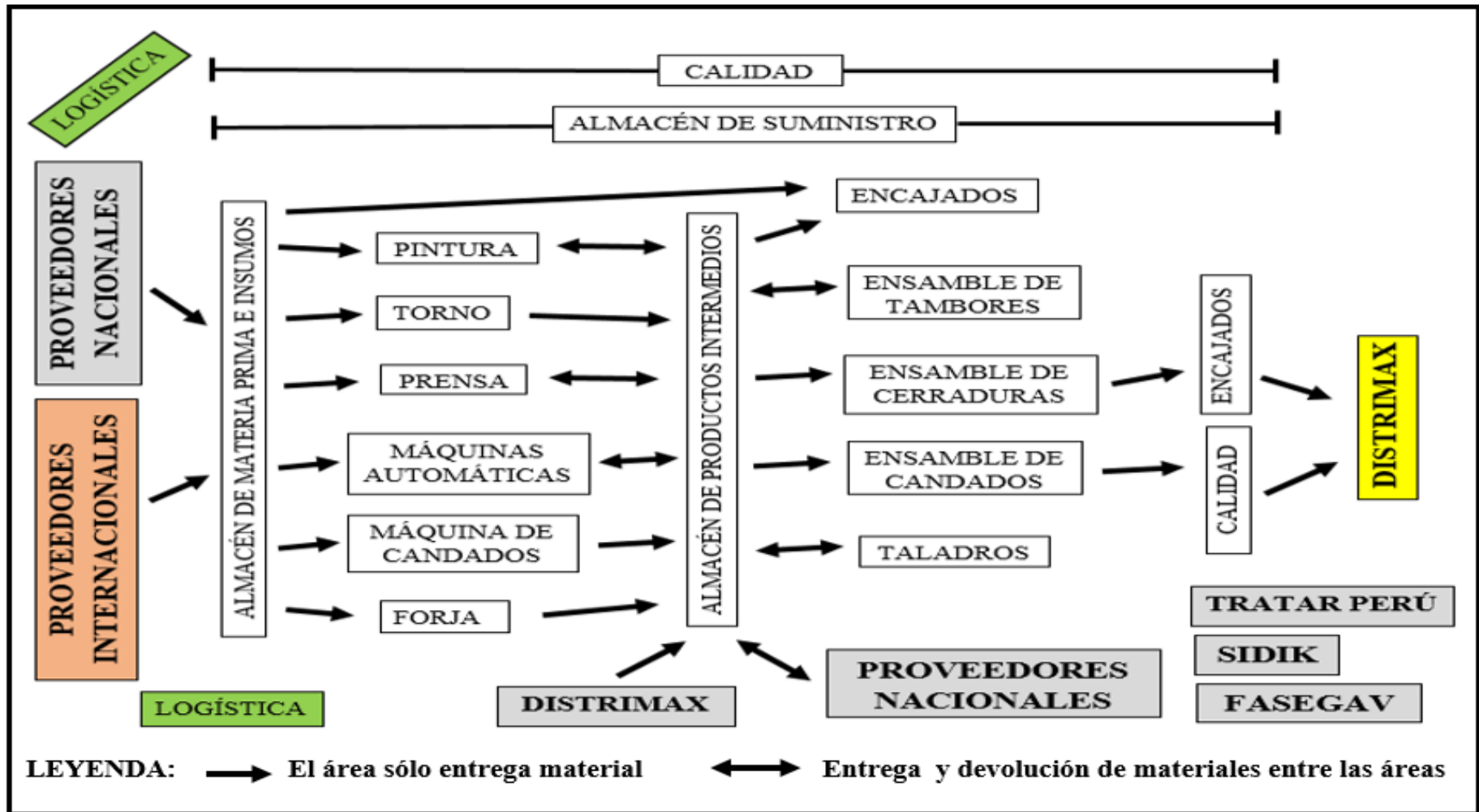


Figura 1. Gestión Logística interna de Tecnopress S.A.C.

Fuente: Elaboración propia.

### **1.3.1.1 Aprovechamiento**

Para la definición de esta dimensión podemos indicar:

En las empresas el tema del aprovisionamiento conlleva más que sólo realizar una compra, con previa selección de algún abastecedor. Las metas que se necesitan con esta función son muy diversas, pero podemos generalizarlas en: Obtener los insumos al menos coste posible y reduciendo el riesgo de ruptura de alguna actividad de la compañía, o el nivel adecuado de productos para el almacén (Lacalle, 2013, p. 14).

Por su otra parte, se puede expresar lo siguiente:

Esta función toma en cuenta el requerimiento de los insumos que necesitamos, los medios de transporte y la gestión de almacenar las materias primas que dan inicio al proceso productivo. Otro punto a tener en cuenta es que los encargados de aprovisionamiento deben conseguir los suministros necesarios en condiciones económicas favorables y evitando un exceso de stock. (López, 2014, p. 14).

Esta función es la que da inicio a toda la agrupación de las distintas actividades que engloba la gestión logística, es el primer paso donde las empresas deberían tratar de crear una buena relación con todo el entorno de trabajo, principalmente con los proveedores, para así poco a poco generar la confianza adecuada y con eso obtener algunos beneficios tales como un mayor descuento, un mayor de plazo de pago por las compras que vayamos a realizar, etc.

El manejo del aprovisionamiento en Tecnopress está a cargo del área de Logística, tienen encargados para las compras nacionales como para las internacionales; y como se puede observar en la figura 1, el almacén de insumos y materia prima está a cargo de recibir dichos los productos.

Respecto a las compras internacionales, basándonos a nuestro periodo de investigación, presentaremos cuales han sido los países de origen de dichas

importaciones a lo largo del 2014 hasta el 2017, de donde la empresa ha decidido optar su abastecimiento para llegar a satisfacer con su demanda de mercado.

**TABLA 1.** *Importaciones de aprovisionamiento según destinos de origen*

<b>ORIGEN</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Argentina	3	2	1	2	8	7.4
España	6	2	4	8	20	18.5
China	9	16	7	11	43	39.8
Italia	1	-	-	-	1	0.9
Taiwán	5	7	4	7	23	21.3
Alemania	1	2	-	1	4	3.7
Hong Kong	1	-	-	-	1	0.9
Suiza	-	1	-	2	3	2.8
India	-	1	1	-	2	1.9
Lituania	-	2	-	-	2	1.9
Estados Unidos	-	-	1	-	1	0.9
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>33</b>	<b>18</b>	<b>31</b>	<b>108</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia.

Podemos apreciar que China, Taiwán, España y Argentina son los cuatro los países de dónde se han mantenido un aprovisionamiento continuo año tras año, además estos países representan el 87% de total de importaciones realizadas entre el 2014 y 2017. Cabe resaltar que dentro de nuestro período de investigación quien se logra posicionar como principal destino de aprovisionamiento es China, con un total de 43 importaciones que conforman un 39.8%.

### **1.3.1.1.1 Proveedores**

Refiriéndonos a la definición sobre este indicador se menciona:

Los proveedores representan una parte importante en el esquema general de una empresa referido a la entrega de valor al cliente; ya que ofrecen los recursos que la compañía utiliza para manufacturar sus bienes y servicios (Kotler y Armstrong, 2013, p. 67).

Los proveedores no sólo nos proveen de materia prima, insumos, etc. son en quienes depositamos nuestra confianza para dar inicio con nuestras actividades de transformación, es por eso que debemos de mantener una buena relación comercial.

En Tecnopress cada uno de los almacenes maneja una variedad de proveedores, por un tema de acceso de información profundizaremos en el Almacén de Productos Intermedios, el cual de mano con tres empresas tercerizadoras de servicio: SIDIK S.R.L. y FASEGAV E.I.R.L. (Fabricaciones Servicios Galvanicos y Ventas), ambas realizan los procesos de zincado y tropicalizado para las piezas que recibe este almacén del primer momento de producción; y por último tenemos a TRATAR PERÚ S.A.C. encargada del manejo de los arcos de candado.

### **1.3.1.1.2 Gestión de stocks**

En lo referido a este tema podemos manifestar:

El control de inventario incluye decidir aspectos respecto a los volúmenes de los ítems que debemos almacenar, las cantidades a solicitar al proveedor en los pedidos y el momento adecuado de cuando realizarlos, etc. (López, 2014, p. 26).

Sobre este indicador también se puede expresar lo siguiente:

Las técnicas de manejo de inventario se ponen en práctica para tener conocimiento sobre las salidas de cada ítem durante un tiempo establecido y así



requerir a nuestros proveedores los productos esenciales para evitar tener demasiado dinero inmovilizado en nuestros almacenes (Escudero, 2013, p.37).

Mantener un continuo control sobre el movimiento de las distintas existencias que se manejan en la empresa, es uno de los puntos que todos deberíamos fortalecer porque tiene alta relevancia dentro de las decisiones de aprovisionamiento.

Enfocándonos en Tecnopress S.A.C. el tema de la gestión de stock se realiza mediante el sistema interno de la empresa, este sistema maneja información del nivel de stock de todas las piezas que se tienen, permite observar el seguimiento de los lotes en producción, las transferencias de piezas entre las áreas, etc. Además, en dos oportunidades al año, julio y diciembre, la empresa contrata a una empresa tercerizadora que se encarga de realizar un inventario general a todas las áreas de la empresa para evaluar el tema de los faltantes o excedentes sobre las piezas o productos.

#### **1.3.1.1.3 Almacenes**

Para este indicador podemos mencionar lo siguiente:

Los insumos y los demás materiales esenciales para los procesos de producción no se integran de manera directa desde el medio que realiza su traslado o transporte, se guardan en almacenes para luego poder ingresar en la medida que se los vaya requiriendo (López, 2014, p. 15).

Los almacenes son los lugares que más capital inmovilizado y rotativo mantiene una empresa; además enfocándonos a nuestra empresa de estudio, Tecnopress S.A.C., cuenta con tres almacenes:

**TABLA 2.** *Distribución de los almacenes en Tecnopress S.A.C.*

<b>ALMACÉN</b>	<b>INGENIEROS</b>	<b>LÍDERES</b>	<b>AUXILIARES</b>
Materia Prima e Insumos	1	2	5
Productos Intermedios	1	2	5
Suministro		1	-

Fuente: Elaboración propia.

### **Almacén de Materia Prima e Insumos**

Es la unión de dos almacenes aunque dirigidos por un mismo ingeniero; materia prima se encarga de suministrar barras de fierro, planchas de acero, y etc de materiales a diversas áreas que pertenecen al primer momento de producción, mientras que insumos trabaja con las áreas que pertenecen al segundo y tercer momento de producción.

### **Almacén de Productos Intermedios**

Este almacén trabaja con dos tipos de materiales: acero y bronce. Trabaja con las áreas productivas; es decir recibe piezas de las áreas del primer momento de producción pero algunas de estas piezas necesitan pasar por un proceso de zincado, color plateado, y proceso de tropicalizado, color dorado, antes de ser despachadas a las áreas del segundo y tercer momento de producción; cabe hacer hincapié que los servicios de zincado y tropicalizado son tercerizados por los proveedores: SIDIK S.R.L., FASEGAV E.I.R.L. y TRATAR PERÚ S.A.C.

### **Almacén de Suministro**

Trabaja de la mano con todas las áreas de la empresa, la función principal de este almacén se define en el abastecimiento de ciertos productos necesarios para el funcionamiento de las máquinas, manejo del proveedor que abastece de gas a la empresa y en la entrega al personal de los implementos de trabajo, tales como: pantalones, polos, muñequeras, guantes, orejeras, mascarillas, zapatos de seguridad, etc.

### **1.3.1.2 Producción**

Respecto a la definición de esta dimensión se puede afirmar:

Es la fase por la cual, los materiales obtenidos en el aprovisionamiento se llegan a convertir en productos finales y ya están en disposición para su comercialización (López, 2014, p.14).

El proceso de producción crea utilidad, pero esta es eliminada por el consumo. La fase productiva es aquella que añade un valor extra, con lo cual podemos obtener la transformación de nuevos bienes y servicios (García, 2013, p. 2).

Agregando otra opinión, podemos expresar lo siguiente:

La producción se caracteriza por la fabricación del producto. En este punto se necesita coordinar los materiales o recursos que serán utilizados, con los cuales podemos designar funciones al personal de trabajo. Para controlar dichas funciones medimos indicadores como la rapidez, calidad y productividad (Chase y Jacob, 2014, p.7).

Si plasmamos este punto en TECNOPRESS S.A.C. veremos que las piezas resultantes de los procesos de producción se convierten no en productos finales sino en productos intermedios, que luego son derivados a las áreas de ensamble para su respectivo armado final.

**TABLA 3.** *Distribución de las áreas productivas en Tecnopress S.A.C.*

INGENIERO	ÁREA	ENCARGADOS	LÍDERES	OPERARIOS
1	Prensa	2	3	43
1	Torno	2	1	15
	Máquinas Automáticas	1	1	8
	Máquina de Candados	1a	-	3
1	Pintura	2	1	15
	Forja	1b	1	12
	Taladro	1b	-	3
1	Ensamble de candados	1a	-	7
	Ensamble de tambores	1	1	24
	Ensamble de cerraduras	1	1	28
	Encajados	1	1	16

\*1a y 1b: Representan la misma persona

Fuente: Elaboración propia.

Podemos explicar que la cadena productiva en Tecnopress S.A.C. se manifiesta en tres tiempos:

Momento 1: Las áreas de prensa, torno, máquinas de candados, forja son abastecidas por el almacén de materia prima. Estas áreas son responsables de fabricar las primeras piezas en la manufacturación de las cerraduras, para luego derivarlas al almacén de productos intermedios.

**TABLA 4.** *Piezas obtenidas del primer momento de producción*

ÁREA	PIEZAS PRODUCIDAS	
Prensa	Para Acero: <ul style="list-style-type: none"><li>- Tapas</li><li>- Deslizantes</li><li>- Lengüetas</li><li>- Excéntricas</li><li>- Guías de pera</li></ul>	Para el área de Pintura: <ul style="list-style-type: none"><li>- Cajas</li><li>- Contrafrentes</li><li>- Planchones</li><li>- Protectores</li></ul>
		Para el área de Taladros: <ul style="list-style-type: none"><li>- Portapicaportes</li></ul>

Torno	Para Acero: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Separadores</li> <li>- Seguros nocturnos</li> <li>- Remaches</li> <li>- Anillos 2.0, 2.5</li> <li>- Ejes</li> <li>- Pivotes</li> </ul>	Para Bronce: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cilindro de 4, 5 y 7 pines</li> <li>- Cilindros para candado modelo 50, 60 y 70</li> <li>- Cerrojos cortes modelo 50, 60 y 70</li> <li>- Cónica de tranca</li> <li>- Pines de fijación para cerraduras y candados</li> <li>- Peras de candado modelo 50 y 60-70</li> </ul>
Máquina de Candados	Para Bronce: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cerrojo CB 50,60,70 sin lavar</li> <li>- Cuerpo de candado CB 50, 60 y 70</li> </ul>	Para Acero: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arcos doblados para candados CB 50, 60 y 70</li> </ul>
Forja	Para Bronce: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Picaportes: súper, compacta, embutir, clásica 230 y 270</li> <li>- Tambor 7 pines troquelado</li> <li>- Tirador tronzado</li> <li>- Cerrojo compacta 160</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia.

Momento 2: Las áreas de máquinas automáticas, taladro, prensa, pintura, ensamble de tambores se dedican a la manufacturación compuesta; es decir mediante el sistema interno de la empresa realizan una orden de despacho, la cual tiene una respectiva fórmula que incluye un listado piezas individuales necesarias para obtener la pieza compuesta. Es preciso aclarar que una vez fabricada la pieza compuesta, esta retorna nuevamente al almacén de productos intermedios.

**TABLA 5.** *Piezas obtenidas del segundo momento de la producción*

ÁREA	PIEZAS PRODUCIDAS	
Máquinas automáticas	<p>Para Acero:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Resortes de todos los modelos</li> </ul> <p>Para Bronce:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Peras ranuradas para cerraduras modelo súper, máxima y compacta</li> <li>- Peras ranuradas para candado modelo 50, 60 y 70</li> <li>- Tiradores</li> <li>- Cilindros de 4, 5 y 7 pines ranurados</li> <li>- Cilindros ranurados para candado modelo 50, 60-70</li> <li>- Set de llaves para cerraduras y candados</li> <li>- Tambor 7 pines ranurado</li> </ul>	
Prensa	<p>Para Acero:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjunto deslizantes modelo: súper, clásica, máxima, compacta</li> <li>- Conjuntos tapas: súper, clásica, máxima, compacta</li> <li>- Conjunto guías de pera</li> </ul>	
Taladro	<p>Para Acero:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjuntos picaportes modelo súper, embutir, compacta, clásica 230 y 270</li> </ul>	<p>Para Bronce:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Taladro 7 pines lavado</li> <li>- Cónicas de tranca ranuradas</li> <li>- Cerrojos para candado modelo 50, 60 y 70 lavados</li> </ul>
Pintura	<p>Para Acero:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cajas de cerraduras pintadas</li> <li>- Contrafrentes pintados</li> <li>- Jaladores pintados modelo M1 y M2</li> <li>- Planchones</li> </ul>	
Ensamble de tambores	<p>Para Acero:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Set de tambores en sus diferentes modelos: súper, clásica 250, máxima, compacta, tranca</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia.

Momento 3: Podemos decir que esta es la etapa final de los tres productos que se fabrican en la empresa:

## **Candados**

Este producto tiene tres presentaciones que se diferencian por el tamaño del candado blindado, es decir se ofrecen del número 50, 60 y 70. Dicho trabajo está bajo responsabilidad del área de ensamble de candados, es preciso recordar que aquí sucede lo mismo que en el momento dos, cada pedido de ensamblaje se realiza mediante una Orden de Despacho.



*Figura 2. Candado Blindado 60*

## **Cerraduras**

Es el segundo producto final, y se presenta en más de 10 cerraduras entre una gran variedad de modelos: súper, mega, clásica, máxima, compacta. Este trabajo lo realiza el área de ensamble de cerraduras, primero genera un Orden de Despacho en base al modelo a fabricar, para luego empezar con el proceso de ensamblaje, una vez terminadas las cerraduras las derivan al área de encajados, que se encarga de ponerlo ya en las cajas de presentación final, después de haber pasado la supervisión del área de calidad, para después ser derivadas a Distrimax.



Figura 3. Cerradura Súper 700

## Trancas

Es el tercer producto final, y se presenta en una variedad de 2 presentaciones. Estos productos están a cargo del área de encajados; de la misma manera que para los otros productos finales se genera una Orden de Despacho que incluye el tipo de tranca a solicitar.



Figura 4. Tranca Premium

### 1.3.1.2.1 Insumos

Son aquellos productos que intervienen en el proceso de producción con el fin de poder obtener un producto final o productos intermedios.



**TABLA 6.** *Materias primas entregadas a las primeras áreas de producción*

<b>ÁREA</b>	<b>MATERIAS PRIMAS RECIBIDAS</b>
Torno	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ejes cilíndricos de acero y bronce</li><li>- Alambre de bronce</li></ul>
Forja	<ul style="list-style-type: none"><li>- Barras de bronce para picaporte y tambor</li></ul>
Máquinas Automáticas	<ul style="list-style-type: none"><li>- Peras súper y máxima</li><li>- Llaves para cerradura y candado</li></ul>
Prensa	<ul style="list-style-type: none"><li>- Planchas y bobinas de acero</li><li>- Platinas de soporte, barras de acero</li></ul>
Máquina de candados	<ul style="list-style-type: none"><li>- Barras de bronce para cuerpos de candado</li></ul>

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 7.** *Insumos entregados a las áreas del segundo y tercer momento de producción*

<b>ÁREA</b>	<b>INSUMOS RECIBIDOS</b>
Prensa	<ul style="list-style-type: none"><li>- Remaches</li></ul>
Ensamble de cerraduras	<ul style="list-style-type: none"><li>- Resortes</li></ul>
Encajados	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cajas de presentación para cerraduras</li><li>- Bolsas de empaqueo con hologramas de la marca Cantol</li><li>- Stickers marca Cantol</li></ul>

Fuente: Elaboración propia.

### **1.3.1.2.2 Plan de producción**

En lo referido a este indicador se puede expresar:

Lo que continúa después de la planificación es el MPS, plan maestro de producción. Este plan es aquél que contiene la distribución de los tiempos para saber exactamente la cantidad de piezas o productos y el momento en que la empresa los va requerir (Chase y Jacob, 2014, p. 597).

Este plan vendría a ser la planificación de las cantidades que una empresa proyecta poder alcanzar para así lograr satisfacer su demanda, la cual puede ser tanto nacional como internacional.

### **1.3.1.3 Marketing**

En lo que concierne a esta dimensión se puede manifestar:

La función del marketing es gestionar la relación de la empresa con sus clientes. Además, tiene como metas dos aspectos importantes: conseguir nueva clientela ofreciendo un valor extra que el de la competencia y mantener la satisfacción con los actuales consumidores (Kotler y Armstrong, 2013, p. 5).

Desde otra perspectiva, podemos brindar lo siguiente opinión:

Son tres cosas a las que apuntan la mayoría de los negocios: crecimiento, ingresos y supervivencia. El área de marketing influye de manera directa a que la empresa alcance dichos objetivos; además engloba actividades que son esenciales para las compañías tales como: la evaluación de los deseos junto a la satisfacción de sus futuros y actuales consumidores además de mantener la comunicación con ellos, el diseño de los productos a ofrecer, establecer los precios y las políticas que los determinen, organizar los canales de distribución (Lam, Hair y McDaniel, 2014, p.13).

El área de marketing puede resultar una de las más costosas por mantener en la empresa pero esa inversión se ve compensada con sus resultados, debido a que es el área que se enfatiza en la satisfacción de nuestros clientes, quienes son los que consumen los productos que vendemos.

#### **1.3.1.3.1 Plan de Marketing**

Para poder enfatizar sobre este indicador ofrecemos el siguiente concepto:

Es una herramienta que el gerente emplea como una guía para las diversas acciones de mercadotecnia. Durante la redacción de este plan se toma en cuenta el entorno mercadológico y las funciones internas de la empresa. Cuando ya se terminó de redactar sirve como apoyo referencial respecto al éxito de próximas actividades además que ofrece la ventaja de penetrar al mercado con posibilidades y problemas reales que ya se conocen (Lamb et al., 2014, p. 20).

#### **1.3.1.3.2 Clientes**

Para este indicador podemos ofrecer la siguiente definición:

Los consumidores representan la parte más esencial en lo referido al microentorno empresarial. El objetivo de la cadena de valor es fortalecer la relación con nuestros mejores clientes (Kotler y Armstrong, 2013, p. 69-70).

Tecnopress S.A.C. tiene como consumidores a compañías, ferreterías, etc. que tengan la necesidad de cuidar una propiedad (casa, local, etc.) pero estos clientes pueden ser directos: estarían representados por las personas que adquieren las cerraduras, candados, perillas, etc. de un contacto con la empresa, no olvidemos que cerca de la ubicación de la empresa tiene un espacio dedicado para la atención al cliente; mientras que son indirectos: cuando adquieren los productos mediante algún intermediario, tales como una ferretería, una tienda retail.

### **1.3.2 Importaciones**

#### **Teoría de la Ventaja Comparativa**

En profundización sobre esta teoría expresamos lo siguiente:

La teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo representó un avance a la teoría de Adam Smith. Esta teoría indicaba que un país si obtiene ventajas del comercio internacional, que significa lo contrario a lo que expresa la teoría de la ventaja absoluta. David Ricardo en su libro, expresaba que es preferible que una nación ponga énfasis en especializarse en aquellos bienes que produce con mucha eficiencia y decida comprar a otras naciones dichos bienes que produce con menos eficiencia, aunque esto incluya la decisión de comprar, a otros países, productos que quizá podría producir con mayor eficiencia (Hill, 2011, p. 159-160).

#### **Conceptualización de la Variable**

Haciendo referencia al concepto de importación podemos indicar:

La importación representa el adquirir bienes o servicios de un vendedor que se ubica en un país diferente. El consumidor extranjero es denominado como importador mientras que la persona que ofrece el producto se le denomina exportador (Daniels, Radebaugh y Sullivan, 2013, p. 492).

Las importaciones más allá de representar la compra de productos que están fuera del territorio de nuestro país, de forma subliminal terminan siendo estrategias que las empresas usan a su favor; cualquier empresa que compra en el exterior, lo hace porque dicha compra le genera beneficios (económicos, de calidad, etc.) que terminan aportando al crecimiento de las utilidades que desean obtener.

Al hablar de importaciones, uno de los temas que sale a la luz son los INCOTERMS, que son como una guía para generar un mejor entendimiento entre el exportador y el importador, cuales son las responsabilidades y los costos respecto a la mercancía que deberán cubrir para no ir en contra del contrato de compra-venta internacional.

**TABLA 8.** *Origen e INCOTERMS de las importaciones de Tecnopress S.A.C.*

<b>PAÍS</b>	<b>PUERTO DE EMBARQUE</b>	<b>INCOTERMS</b>
China	Ningbó	FOB
	Shangái	
	Zhongshán	
	Wenzhou	
	Huangpu	
	Yantián	
	Shekou	
	Taipéi	
	Kaohsiung	
	Shenzhen	EXW
Dongguan		
Taiwán	Keelung	CFR
	Taichung	EXW
Argentina	Buenos Aires	EXW
España	Bilbao	CIF
Hong Kong	Hong Kong	FOB

Fuente: Elaboración propia.

Al momento de que Tecnopress utiliza el INCOTERM FOB, se debe a que realiza las compras en el país de origen para luego contactarse con DHL o FEDEX y sean los responsables de transportar las mercancías por vía aérea, debido a que estas son de naturaleza liviana. Por otra parte los INCONTERMS FOB, CIF Y CFR se deben por la naturaleza de las mercancías, gran tamaño y alto pesaje, y la vía marítima resulta la modalidad más indicada para poder ser transportadas además que ofrece la ventaja del costo económico por la gran distancia desde provienen dichos productos.

**TABLA 9.** Agentes de Aduana con los que trabajó Tecnopress S.A.C. (2014 – 2017)

<b>MODALIDAD DE TRANSPORTE</b>	<b>AGENTE DE ADUANA</b>
Marítimo	UCL Aduaneros S.A.C.
	Slogistic S.A
	Transitario Internacional
	Servicio Aero Marítimos S.A.
Aéreo	Logística Kamil S.A.C.
	Trabajos Aduaneros S.A.
	DHL Express Aduanas Perú S.A.C.*
	Agencias de Aduanas Sion S.A.C.
	Scharff Logística Integrada S.A.
Marítimo y Aéreo	Acciona Forwarding Aduanas S.A.C.
	Sc & Agentes de Aduana S.A.C.
	Ausa Aduanas S.A.
	Beagle Agentes de Aduana S.A.*

Fuente: Elaboración propia.

Mediante la presentación de las Tablas 8 y 9, podemos observar que la trazabilidad de los productos importados por la Tecnopress S.A.C. se da principalmente por vía aérea y marítima; cabe resaltar que para los fletes marítimos se trabaja con líneas navieras tales como: Mediterranean Shipping Company (MSC) y Hamburdg Süd (Fuente: Área logística de la empresa).

Respecto a los agentes de aduanas podemos notar que la elección es muy variada, pero si observamos la Tabla 9 notaremos que dos están enmarcadas con un asterisco: Beagle Agentes de Aduana S.A. y DHL Express Aduanas Perú S.A.C., esto debido a que en la página de SUNAT para el presente año respecto a las importaciones realizadas por la empresa, los agentes de aduanas ya mencionados son los únicos que han estado a cargo del trámite aduanero de dichas compras internacionales, entonces podemos intuir que en el 2018 a diferencia del 2014-2017 se ha generado un grado de fidelización por parte de la empresa hacia dichas agencias de aduana.

### **1.3.2.1 Rivalidad Global**

En lo que se refiere a esta dimensión podemos afirmar:

Las compañías optan por buscar en el ámbito internacional a proveedores con los cuales puedan reducir el costo de los insumos que utilizan o aumentar la calidad en sus productos finales (Daniels et al., 2013, p. 494).

#### **1.3.2.1.1 Calidad**

Para definir este indicador expresamos:

En los productos, el aspecto de calidad hace énfasis en las características físicas que lo hacen diferente al de otras compañías. La calidad se ve reflejada en el diseño, nivel de confianza del producto, la atención en el servicio que recibe el cliente y la facilidad en que el consumidor puede conseguirlo. Una manera de medirla puede ser desde la más baja hasta la más alta (Parkin y Loría, 2015, p. 324).

A su vez podemos manifestar otra opinión:

Que un producto o servicio sea de calidad, implica que se acople a las exigencias del cliente, que englobe las prestaciones necesarias para que se desarrollen sin problemas, sin interrupciones o índoles de cualquier tipo. Es decir, que nuestro

producto o servicio esté ajustado lo más exacto posible a lo que están buscando los clientes (Cuatrecasas, 2016, p. 119).

También podemos decir que la calidad incluye las características que ofrece un producto o servicio y le permite diferenciarse frente a todos los demás que existen dentro de su industria o segmento de mercado.

#### **1.3.2.1.2 Precio**

En referente a este término podemos indicar:

El precio de un producto o servicio es la cantidad de monedas (pesos, euros, soles, dólares, libras, etc.) que se deben entregar para poder recibirlo. Aquellos que pertenecen al campo de la economía lo conocen como precio monetario (Parkin y Loría, 2015, p. 56).

Es el valor en dinero, independientemente de la moneda, que una persona o empresa paga a cambio de adquirir algún bien o recibir un servicio.

#### **1.3.2.2 Diversificación**

Para hacer mención sobre este tema podemos expresar lo siguiente:

Los que deciden importar al igual que los que decidieron exportar, buscan la manera de diversificar los riesgos aprovechando oportunidades en los mercados del exterior. Fortalecer la estrategia de tener proveedores secundarios ayuda a la compañía a ser menos frágil a dictámenes de un proveedor nacional (Daniels et al., 2013, p. 494).



### **1.3.2.2.1 Riesgo**

Para poder explicar este punto precisamos:

Un claro ejemplo son los consumidores de empresas siderúrgicas estadounidenses; es decir las compañías del sector automovilístico, que han disminuido el riesgo en sus compras al optar por proveedores europeos, de la India y sur coreanos. Esto fue una interesante estrategia para combatir la escasez o alzas de precios de las acereras estadounidenses (Daniels et al., 2013, p. 494).

Precisando sobre este riesgo se referiría a la probabilidad de error o falla que una empresa le genera a otra con el incumplimiento y/o retrasos en los pedidos, mal manejo de las mercancías a entregar, etcétera.

### **1.3.2.2.2 Competitividad**

Enfatizando sobre este indicador podemos decir:

Para una compañía su nivel de competitividad es el resultado de una adecuada gestión en la cantidad y el costo de sus recursos utilizados en sus procesos (Cuatrecasas, 2016, p. 118).

Es la habilidad que tienen las empresas para poder sobresalir o resaltar frente a su competencia, dicha habilidad puede basarse en ventajas tecnológicas, económicas, de gestión, etc.

### **1.3.2.3 Acceso al mercado**

Respecto a esta dimensión expresamos lo siguiente:

Tener conocimiento sobre el mercado internacional representa tener en cuenta las fuerzas sociales, aspectos de la cultura y el ámbito legal, de economía y comercial de cada nación. Debemos realizar una evaluación para obtener la selección del mercado más idóneo y gestionar su correcta técnica de ingreso (Mercado, 2015, p. 31).

Por otra parte manifestamos esta opinión:

El campo de los negocios internacionales incluye un trato diferente al de los negocios locales debido al aspecto político, legal o económico además de los factores culturales y sociales. Todos estos puntos repercuten en la manera que la compañía realiza negociaciones junto a buscar distintas estrategias de las que utilizaba en su país de origen, incluyendo su proceso de elaboración como implementación (García, 2015, pp. 51-52).

Para poder ingresar a un mercado internacional, debemos enfocarnos en conocer las costumbres de dicho país y ser conscientes que nos toparemos con barreras arancelarias de ingreso, las cuales serán menores en caso tengamos un Tratado de Libre Comercio de por medio, y barreras no arancelarias, las cuales se pronuncian principalmente en condiciones o estándares de calidad que nuestros productos deben presentar para poder ingresar a dicho país.

#### **1.3.2.3.1 Barreras Arancelarias**

En referencia este indicador expresamos lo siguiente:

A los productos importados se les aplica un impuesto conocido como arancel, el cual permite aumentar su precio de venta en nuestro mercado nacional y de esa manera ofrecemos protección a los productores locales que compiten con ese bien importado (Cornejo, 2013, p. 178).

**TABLA 10.** *AD/V para las subpartidas arancelarias de los productos importados*

<b>PAÍS</b>	<b>SUBPARTIDA NACIONAL</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AD/V</b>
China	3212.90.20.00	Tintes y demás materiales colorantes presentados en formas o en envases para la venta al por menor	6%
	3919.90.90.00	Las demás	6%
	4819.20.00.00	Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón, sin corrugar	6%
	7209.26.00.00	De espesor superior a 1mm pero inferior a 3mm	0%
	7215.10.90.00	Los demás	0%
	8301.60.00.00	Partes	6%
	8301.70.00.00	Llaves presentadas aisladamente	0%
	8302.10.90.00	Las demás	0%
	8302.49.00.00	Los demás	0%
	8422.90.00.00	Partes	0%
Taiwán	7318.15.90.00	Los demás	6%
	7318.16.00.00	Tuercas	6%
	7318.22.00.00	Las demás arandelas	6%
	8301.60.00.00	Partes	6%
	8302.49.00.00	Los demás	0%
	8413.81.90.00	Las demás	0%
	8462.99.00.00	Las demás	0%
8503.00.00.00	Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a las máquinas de la partida 8501 a 8502	0%	
España	7215.09.00.00	Los demás	0%
	7222.30.10.00	De sección circular, de diámetro inferior o igual a 65mm	0%
	7318.15.90.00	Los demás	6%
	8301.60.00.00	Partes	6%
Argentina	3926.90.90.90	Los demás	6%
	8203.20.00.00	Alicates (incluso cortantes), tenazas, pinzas y herramientas similares	0%

	8205.59.99.00	Las demás	0%
	8466.93.00.00	Para máquinas de las partidas 8456 a 8461	0%
Suiza	7325.99.00.00	Las demás	6%
	8208.10.00.00	Para trabajar mental	0%
	8431.10.10.00	De polipastos, tornos y cabrestantes	0%
	8466.93.00.00	Para máquinas de las partidas 8456 a 8461	0%
Lituania	8462.99.00.00	Las demás	0%
Italia	8462.99.00.00	Las demás	0%
	8483.60.90.00	Los demás	0%
Estados Unidos	8408.90.00.00	Las demás	0%
	8482.80.00.00	Los demás, incluidos los rodamientos combinados	0%
India	8466.93.00.00	Para máquinas de las partidas 8456 a 8461	0%

Fuente: Elaboración propia.

Para el caso peruano, todos los productos que se deseen ingresar al territorio nacional deben nacionalizarse, entonces cuando un producto llega a nuestro territorio ingresa con una subpartida nacional, que es como un código que le permite a la persona y SUNAT saber el porcentaje de AD/V que se le cobra a dicha mercancía. Los porcentajes de ad valorem que se manejan en Perú son: 0%, 4%, 6% y 11% de la Base Imponible, la cual incluye: el valor FOB de la mercancía, el precio de flete pagado por traer el producto y el precio del seguro que se pagó, en caso no se haya asegurado la mercancía se procede a calcular un seguro de tabla establecido por SUNAT.

### 1.3.2.3.2 Tratado de Libre Comercio

Respecto a la definición de este indicador podemos precisar:

Son acuerdos comerciales firmados entre dos naciones o entre un país con un conjunto de países, tiene como principal objetivo aumentar el nivel de comercio de los bienes y servicios, además de mejorar las relaciones comerciales y financieras

a través de la facilitación de trámites en los procesos de exportación e importación, exoneración de impuestos de aduana (Van Den Berghe, 2014, p. 3).

La finalidad del TLC busca aumentar de manera mutua la comercialización de bienes y/o servicios, además reducen los porcentajes de AD/V del universo arancelario de cada una de los miembros firmantes. No debemos olvidar que el TLC es el primer paso o fase que deciden afrontar los países con el fin de alcanzar la integración económica.

**TABLA 11.** *Negociación de las subpartidas importadas mediante los TLC*

<b>PAÍS</b>	<b>ACUERDO COMERCIAL ECONÓMICO</b>	<b>SUBPARTIDA NACIONAL</b>	<b>AD/V BASE</b>	<b>PORCENTAJE LIBERADO AD/V</b>
China	TLC con China	3212.90.20.00	9%	90%
		3919.90.90.00	9%	90%
		4819.20.00.00	9%	90%
		7209.26.00.00	0%	100%
		7215.10.90.00	0%	100%
		8301.60.00.00	9%	90%
		8301.70.00.00	0%	100%
		8302.10.90.00	0%	100%
		8302.49.00.00	0%	100%
		8422.90.00.00	0%	100%
Taiwán	TLC con China	7318.15.90.00	9%	90%
		7318.16.00.00	9%	90%
		7318.22.00.00	9%	90%
		8301.60.00.00	9%	90%
		8302.49.00.00	0%	100%
		8413.81.90.00	0%	100%
		8462.99.00.00	0%	100%
		8503.00.00.00	0%	100%

España	TLC con UE	7215.10.90.00	0%	100%
		7222.30.10.00	0%	100%
		7318.15.90.00	9%	54.55%
		8301.60.00.00	9%	54.55%
Argentina	ALADI ACE 58	3926.90.90.90	-- %	100%
		8203.20.00.00	--%	100%
		8205.59.99.00	--%	100%
		8466.93.00.00	--%	100%
Suiza	EFTA	7325.99.00.00	12%	100%
		8208.10.00.00	0%	100%
		8431.10.10.00	0%	100%
		8466.93.00.00	0%	100%
Lituania	TLC con UE	8462.99.00.00	0%	100%
Italia	TLC con UE	8462.99.00.00	0%	100%
		8483.60.90.00	0%	100%
Estados Unidos	TLC con EE.UU.	8208.90.00.00	12%	100%
		8482.80.00.00	4%	100%
India	TLC en negociación	8466.93.00.00	-	-

Fuente: Elaboración propia.

Haciendo una comparación entre la Tabla 10 y Tabla 11, podemos observar que tenemos subpartidas nacionales que si conviene acogerse al Tratado de Libre Comercio en su trámite de importación ya que pagaríamos menos derechos arancelarios aprovechando la desgravación del arancel base negociado; pero también encontramos subpartidas donde es irrelevante acogernos o no al TLC, debido a que se gravan con 0% de AD/V sin optar por el TLC y en caso se acogieran tampoco pagarían AD/V porque el arancel base estipulado en el acuerdo de negociación ya llegó al 100% de su liberación o desgravación.

## **1.4 Formulación del Problema**

### **1.4.1 Problema General**

¿Existe relación entre la gestión logística y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017?

### **1.4.2 Problemas Específicos**

- ¿Existe relación entre el aprovisionamiento y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017?

- ¿Existe relación entre la producción y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017?

- ¿Existe relación entre el marketing y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017?

## **1.5 Justificación del estudio**

### **1.5.1 Justificación Científica**

La consideración científica de este trabajo al hacer énfasis sobre las variables que tiene bajo estudio, gestión logística e importaciones, es que se ha trabajado con libros y tesis que apoyan el estudio de dichas variables. Además que en próximos años pueda ser tomado como una investigación para estudiantes que quieren averiguar más a profundidad sobre el tema o como un antecedente en futuras investigaciones que mantenga como materia alguna de las variables presentadas.

### **1.5.2 Justificación Comercial**

La relevancia comercial de esta investigación radica en qué tratemos de poder identificar problemas en la gestión logística. Una vez identificados los problemas, en

el supuesto de que existan, la empresa siendo consciente sobre estos verá si ejecuta las medidas necesarias para su rápida solución; y esto ayudaría mucho, debido a que una empresa con una gestión logística exenta de inconvenientes reduce principalmente su estructura de costos, lo que le termina favoreciendo en el corto, mediano o largo plazo porque le permitirá obtener mayores utilidades.

### **1.5.3 Justificación Social**

La importancia social del trabajo que se está realizando surge como consecuencia de demostrar la posible relación existente entre la gestión logística que se viene realizando en la empresa Tecnopress S.A.C. con el número de importaciones que realiza esta misma, es decir: si al manejarse una buena gestión logística repercutiría en un crecimiento en su cantidad de importaciones, lo que generaría que la empresa contrate más personal para realizar la transformación de ese o esos materiales en aumento, y a su vez que al importar más insumos ocasiona que su producción de bienes crezca, lo cual termina favoreciendo al PBI nacional.

## **1.6 Hipótesis**

### **1.6.1 Hipótesis General**

Existe relación positiva entre la gestión logística y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.

### **1.6.2 Hipótesis Específicas**

- Existe relación positiva entre el aprovisionamiento y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.
  
- Existe relación positiva entre la producción y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.



- Existe relación positiva entre el marketing y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo General**

Establecer la relación que existe entre la gestión logística y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.

### **1.7.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la relación que existe entre el aprovisionamiento y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.
- Determinar la relación que existe entre la producción y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.
- Determinar la relación que existe entre el marketing y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.

## **II. MÉTODO**

## **2.1 Diseño de investigación**

### **2.1.1 Tipo y nivel de conocimiento**

#### **Investigación Descriptiva**

Para definir este tipo de investigación manifestamos esta opinión:

Busca hacer énfasis en las particularidades de personas, comunidades, procesos, cosas o diferentes fenómenos que puedan ser analizados. En otras palabras, su intención es obtener información independiente sobre las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92).

Nuestra investigación es descriptiva debido a que cada variable de estudio está acompañada de definiciones a mención de otros autores, además mediante los indicadores propuestos para cada una de ellas, tratamos de dar un mayor profundización o descripción respecto al tema.

### **2.1.2 Tipo de diseño metodológico**

#### **No experimental**

Referidos a esta investigación podemos opinar lo siguiente:

Aquellos estudios que se desarrollan sin que las variables sean manipuladas, es decir nos dedicamos a observar cómo es el comportamiento que tiene en su entorno para luego proceder a realizar un análisis (Hernández et al., 2014, p. 152).

La presente investigación es no experimental debido a que el investigador no ejerce ningún tipo de control sobre ninguna de las variables propuestas y sólo se dedica a estudiarlas tal como se desarrollan en su entorno natural, que para este caso es la empresa Tecnopress S.A.C.

## **Diseño Correlacional**

Profundizando en este diseño podemos ofrecer la siguiente apreciación:

Son aquellos diseños que muestran la relación entre dos o más variables, grupos o fenómenos en un preciso momento (Hernández et al., 2014, p. 157).

Nuestra investigación se direcciona sobre el mencionado diseño debido a que buscamos demostrar la posible relación existente entre nuestras variables de estudio, gestión logística e importaciones.

## **Diseño Transversal**

Haciendo referencia sobre este tema podemos aportar el siguiente criterio:

Tienen la intención de explicar las diferentes variables y realizar un análisis de su interacción en un determinado tiempo (Hernández et al., 2014, p. 154).

Según Liu y Tucker (como se citó en Hernández et al., 2014, p. 154), “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único”.

Nuestro trabajo de investigación se maneja bajo este diseño debido a que recolecta datos sobre las variables en un determinado periodo, para nuestro caso, entre los años 2014 al 2017.

## 2.2 Variables, Operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	TÉCNICA	INSTRUMENTO
<b>GESTIÓN LOGÍSTICA</b>	Escudero sostiene al respecto: La logística, en el terreno empresarial, debe garantizar el diseño y la dirección de los flujos, de materiales y de información y financieros, desde sus fuentes de origen hasta sus destinos finales (2013, p. 2).	La presente investigación está estructurada en tres dimensiones, con siete indicadores, a la vez contiene 10 ítems, a través de éstos se recogerá la información mediante una encuesta y un cuestionario en escala Likert.	Aprovisionamiento	Proveedores	Ordinal	Encuesta	Cuestionario
				Gestión de stock			
				Almacenes			
			Producción	Insumos			
				Plan de producción			
			Marketing	Plan de marketing			
Clientes							
<b>IMPORTACIÓN</b>	Daniels, Radebaugh y Sullivan sostienen: La importación es la compra de un bien o servicio realizada por un comprador ubicado en un país a un vendedor ubicado en otro país (2013, p. 492).	La presente investigación se estructura mediante tres dimensiones, con seis indicadores, a su vez implica 10 ítems, a través de los cuales se recogerá la información mediante una encuesta y un cuestionario en escala Likert.	Rivalidad Global	Calidad	Ordinal	Encuesta	Cuestionario
				Precio			
			Diversificación	Riesgo			
				Competitividad			
			Acceso al mercado	Barreras arancelarias			
				TLC			

Fuente: Elaboración propia

## **2.3 Población y Muestra**

### **2.3.1 Población**

Para definir este punto del trabajo, podemos ofrecer la afirmación siguiente:

Según Lepkowski (como se citó en Hernández et al., 2014, p. 174), “Así, una población, es el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones”.

La organización de cargos dentro de las áreas de la empresa Tecnopress S.A.C. se jerarquiza de la siguiente manera: en primer lugar se encuentra el ingeniero a cargo del área, en segundo lugar encontramos a los encargados, en tercera lugar están los líderes y para finalizar vienen los operarios.

Para la población de nuestra investigación se tomará en cuenta los ingenieros, encargados y líderes de cada área debido a su mayor conocimiento respecto a los puntos abordados en el presente trabajo; además también incluiremos al área de jefatura logística y calidad debido a su relación con el tema. Obteniendo así una población conformada por 35 individuos.

### **2.3.2 Muestra**

En referencia a este tema, se presenta esta opinión:

La muestra equivale a una proporción de la población que hemos elegido para recoger nuestros datos, tiene que delimitarse con rigurosa exactitud y debe ser bastante representativa respecto al tamaño de la población (Hernández et al., 2014, p. 173).

Para nuestra investigación el número de la muestra es equivalente a 32 personas, la población presentada en el presente trabajo es de tipo finita y para poder hallar la cantidad de nuestra muestra hemos utilizado:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{E^2 (N - 1) + (Z^2 \times p \times q)}$$

Figura 5. Fórmula para el cálculo de muestra.

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = valor asociado al nivel de confianza

E = error de la estimación

N = tamaño de la población

p = proporción de éxito

q = 1 - p

\*Cuando no se conoce p, se considera como 0.50

**TABLA 12.** Valor de Z según el nivel de confianza de la investigación

Nivel de confianza	99%	98%	97%	96%	95%
Z	2.58	2.33	2.17	2.05	1.96

Fuente: Elaboración propia.

$$n = \frac{35 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 (35 - 1) + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{35 \times 3.8416 \times 0.25}{0.0025 (34) + (3.8416 \times 0.25)}$$

$$n = \frac{33.614}{0.085 + 0.9604}$$

$$n = \frac{33.614}{1.0454}$$

$$n = 32.1541993$$

$$n = 32$$

Figura 6. Cálculo de la muestra

### **2.3.3 Muestreo**

El presente trabajo de investigación utilizará un muestreo probabilístico, priorizando un muestreo estratificado, utilizamos este tipo de muestreo debido a que dentro la población obtenida se agrupará a las personas por estratos, en este caso por los mismos cargos que tienen dentro de la empresa.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Técnica**

La técnica utilizada para el desarrollo de nuestra investigación es la encuesta, con la cual podremos entablar una conversación con los trabajadores de Tecnopress S.A.C. logrando así obtener sus opiniones y diferentes perspectivas propias respecto a los indicadores que manejamos en nuestro estudio.

### **2.4.2 Instrumento**

El instrumento que hemos seleccionado es el cuestionario, mediante el cual buscamos obtener la información que necesitamos.

Según Chasteauneuf (como se citó en Hernández et al., 2014, p. 217), “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”.

Para nuestro estudio utilizaremos un cuestionario que consta de 20 preguntas en total, las cuales están distribuidas de manera equitativa entre nuestras dos variables, es decir 10 interrogantes para cada una; cabe recalcar que los niveles de respuesta de nuestro instrumento se manejan bajo una Escala Likert. (**Ver Anexo 1**)



### 2.4.3 Validez

Según The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences y Bohrnstedt (como se citó en Hernández et al., 2014, p. 201), “La validez de contenido se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. Es el grado en el que la medición representa al concepto o variable medida”.

El cuestionario empleado en el desarrollo de nuestra investigación antes de ser aplicado sobre la muestra pasó por la revisión y evaluación desde el punto de vista de tres profesores con dominio en el tema, los cuales mencionaremos a continuación:

- Dr. Julio Samuel Zárate Suárez
- Mg. Roque Juan Espinoza Casco
- Mg. Vladimir Eloy Villanueva Orbegoso

Los formatos presentados para cada una de las validaciones por juicio de experto serán presentados más adelante. (**Ver Anexo 2**)

### 2.4.4 Confiabilidad

Según Kellsted y Whitten; y Ward y Street (como se citó en Hernández et al., 2014, p. 200), “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales”.

La confiabilidad del instrumento se demostrará mediante la realización de una prueba piloto a 10 individuos de la empresa, y para su posterior evaluación utilizaremos el coeficiente estadístico conocido como Alfa de Cronbach, donde deberemos alcanzar los límites o parámetros exigidos para que nuestro cuestionario sea aceptado sin observación alguna.

## **2.5 Método de análisis de datos**

Utilizaremos el método estadístico para realizar el análisis de los datos obtenidos, el cual tiene como inicio la recolección de los datos, para luego ser organizados mediante cuadros y tablas, y posteriormente ser presentados en gráficos de líneas, barras o circular con su respectiva descripción. Todo este proceso se realizará mediante el programa estadístico informático SPSS, versión 23.

## **2.6 Aspectos éticos**

El presente trabajo de investigación se realizó basado en el respeto a la propiedad intelectual, es decir, todo su proceso de desarrollo fue hecho con ética y máxima honestidad. Por ello hemos recurrido a la utilización del manual APA para referenciar a nuestras fuentes bibliográficas.

# **III. RESULTADOS**

### 3.1 PRUEBA DE CONFIABILIDAD

Para poder evaluar que tan confiable es nuestro instrumento aplicado en la muestra obtenida de la investigación, utilizaremos una prueba estadística conocida como el **Alfa de Cronbach**, esta prueba maneja ciertos niveles de aceptación a los resultados que presenta:

**TABLA 13.** Interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach

RESULTADOS	NIVEL DE CONFIABILIDAD
Coeficiente alfa > 0.9	Es excelente
Coeficiente alfa > 0.8	Es bueno
Coeficiente alfa > 0.7	Es aceptable
Coeficiente alfa > 0.6	Es cuestionable
Coeficiente alfa > 0.5	Es pobre
Coeficiente alfa < 0.5	Es inaceptable

Fuente: Elaboración propia.

Para obtener la respuesta del Alfa de Cronbach, aplicamos la prueba sobre 10 instrumentos rellenos del total de encuestas a realizar. Obteniendo estos resultados:

**TABLA 14.** Instrumentos validados para realizar el Alfa de Cronbach

	N	%
Cases Valid	10	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	10	100,0

Fuente: SPSS versión 23.

**TABLA 15.** *Resultados del Alfa de Cronbach*

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	20

Fuente: SPSS versión 23.

Se puede observar que nuestro instrumento utilizado ha obtenido un Alfa de Cronbach de 79%, esto quiere decir que es válido para poder continuar con la recolección de datos en toda nuestra muestra.

### 3.2 PRUEBA DE NORMALIDAD

Nuestra investigación se enfatiza en hallar el nivel de relación entre dos variables, y para poder obtener dicho resultado existen dos pruebas estadísticas por utilizar: **R de Pearson**, que es una prueba paramétrica, y **RHO de Spearman**, que es una prueba no paramétrica.

Entonces para poder discernir entre esos dos estadísticos utilizamos la **Prueba de Normalidad**, que nos facilita la solución en base a nuestro tamaño de muestra y al valor de significancia. 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.

Ahora que ya sabemos que cuál es el test a utilizar procedemos a evaluar el nivel de significancia, cuando:

- El nivel de significancia es menor que 0.05 los datos, no son normales, entonces se utiliza el RHO de Spearman
- El nivel de significancia es mayor a 0.05 los datos, son normales, entonces se usa R de Pearson

**TABLA 16.** Resultados de la prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
GESTIÓN LOGÍSTICA	,093	32	,200*	,977	32	<b>,715</b>
IMPORTACIONES	,120	32	,200*	,963	32	<b>,328</b>

Fuente: SPSS versión 23.

Entonces después de haber realizado la prueba de normalidad, podemos indicar que para la verificación de nuestras hipótesis el estadístico que usaremos será el **R de Pearson**.

### 3.3 R DE PEARSON

**TABLA 17.** Interpretación de resultados del R 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.

### 3.3.1 Hipótesis General

**TABLA 18.** Resultado de la correlación entre la variable 1 y la variable 2

		GESTIÓN LOGÍSTICA	IMPORTACIONES
GESTIÓN LOGÍSTICA	<b>Pearson Correlation</b>	1	<b>,371*</b>
	<b>Sig.</b>		<b>,037</b>
	N	32	32
IMPORTACIONES	<b>Pearson Correlation</b>	<b>,371*</b>	1
	<b>Sig.</b>	<b>,037</b>	
	N	32	32

Fuente: SPSS versión 23.

Podemos observar que el nivel de significancia (**0,037**) es menor a 0.05 entonces decimos que **hay relación entre las variables**, entonces se aprueba nuestra hipótesis general.

Respecto al resultado del R de Pearson (**0,371**) podemos expresar que **las variables tienen una correlación positiva baja**.

**TABLA 19.** Percepción de la Gestión Logística en la empresa Tecnopress S.A.C.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	REGULAR	4	12,5	12,5	12,5
	BUENA	14	43,8	43,8	56,3
	MUY BUENA	10	31,3	31,3	87,5
	EXCELENTE	4	12,5	12,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

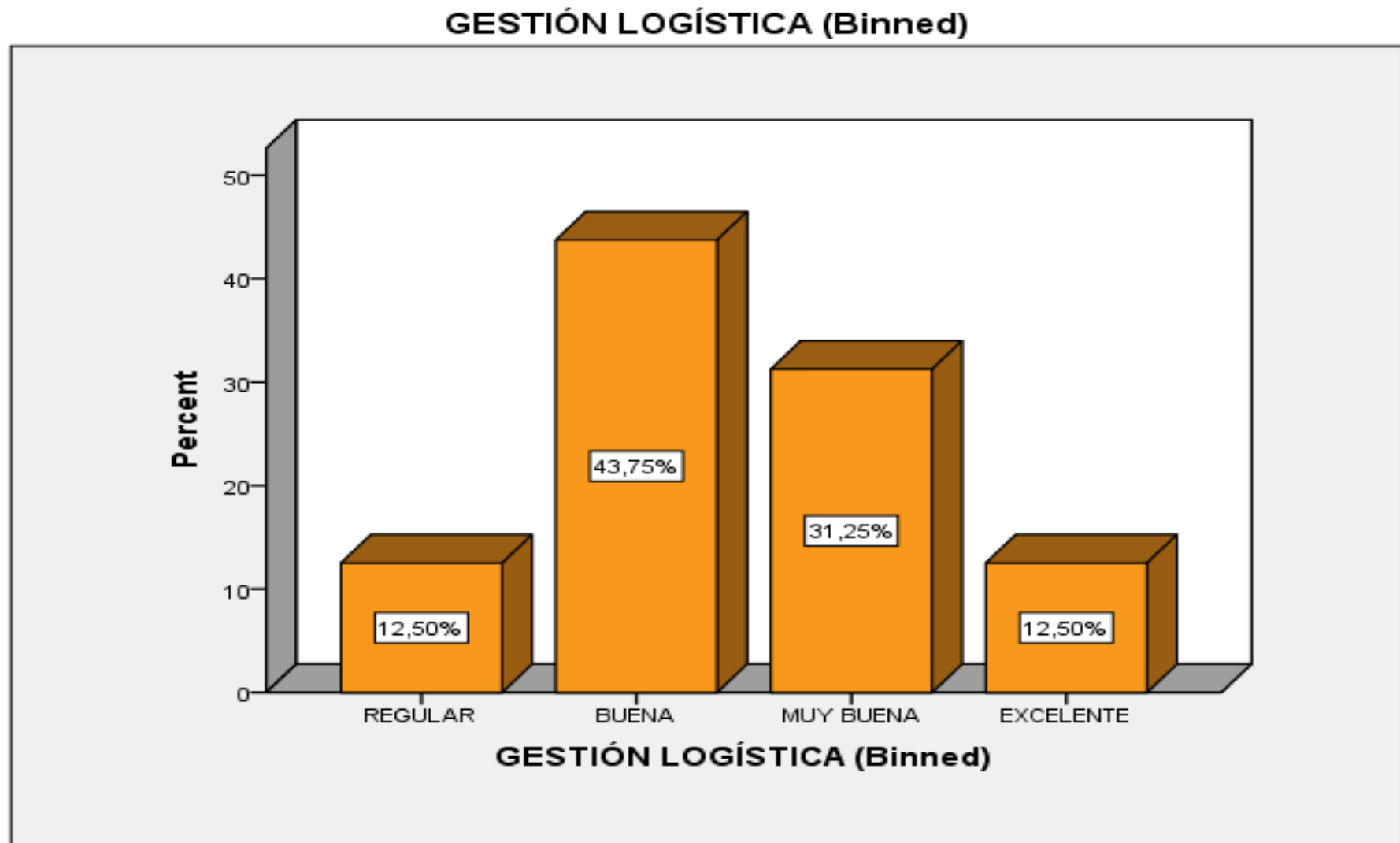


Figura 7. Percepción de la Gestión Logística en la empresa Tecnopress S.A



### 3.3.2 Hipótesis Específicas

#### Hipótesis Específica 1

**TABLA 20.** Resultado de la correlación entre la dimensión 1, V1, con la variable 2

		APROVISIONAM IENTO	IMPORTACION ES
APROVISIONAMIENTO	<b>Pearson Correlation</b>	1	<b>,311</b>
	<b>Sig.</b>		<b>,083</b>
	N	32	32
IMPORTACIONES	<b>Pearson Correlation</b>	<b>,311</b>	1
	<b>Sig.</b>	<b>,083</b>	
	N	32	32

Fuente: SPSS versión 23.

Podemos apreciar que el nivel de significancia (**0,083**) es mayor a 0.05 entonces decimos que **no hay relación entre el aprovisionamiento y las importaciones**, en otras palabras se rechaza nuestra primera hipótesis específica.

**TABLA 21.** Percepción del Aprovisionamiento en la empresa Tecnopress S.A.C.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	REGULAR	4	12,5	12,5	12,5
	BUENO	8	25,0	25,0	37,5
	MUY BUENO	17	53,1	53,1	90,6
	EXCELENTE	3	9,4	9,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

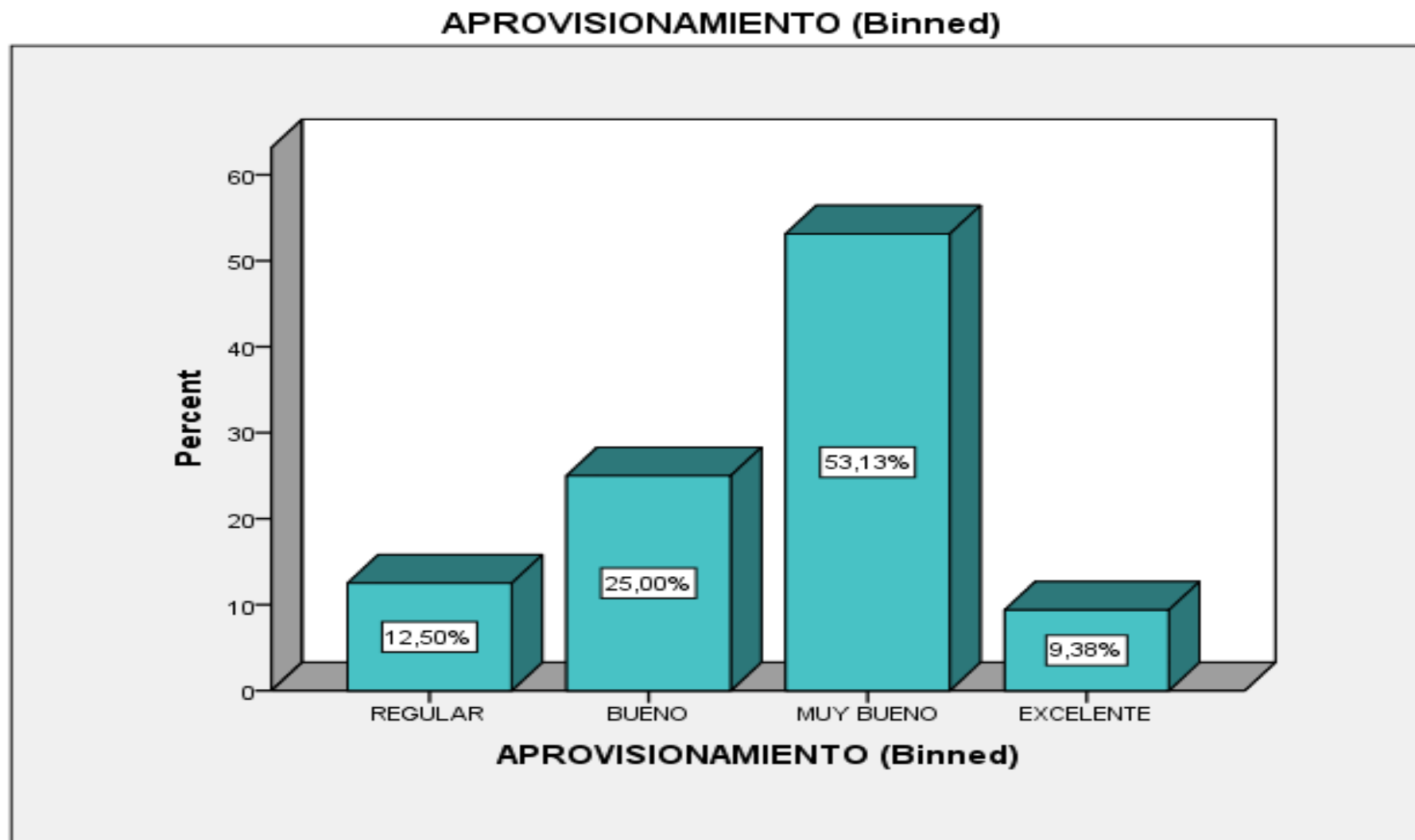


Figura 8. Percepción del Aprovisionamiento en la empresa Tecnopress S.A.C.

## Hipótesis Específica 2

**TABLA 22.** Resultado de la correlación entre la dimensión 2, VI, con la variable 2

		PRODUCCIÓN	IMPORTACIONES
PRODUCCIÓN	<b>Pearson Correlation</b>	1	<b>,095</b>
	<b>Sig.</b>		<b>,605</b>
	N	32	32
IMPORTACIONES	<b>Pearson Correlation</b>	<b>,095</b>	1
	<b>Sig.</b>	<b>,605</b>	
	N	32	32

Fuente: SPSS versión 23.

Podemos observar que el nivel de significancia (**0,605**) es mayor a 0.05 entonces decimos que **no hay relación entre la producción y las importaciones**, en otras palabras se rechaza nuestra segunda hipótesis específica.

**TABLA 23.** Percepción de la Producción en la empresa Tecnopress S.A.C.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	REGULAR	3	9,4	9,4	9,4
	BUENA	8	25,0	25,0	34,4
	MUY BUENA	15	46,9	46,9	81,3
	EXCELENTE	6	18,8	18,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

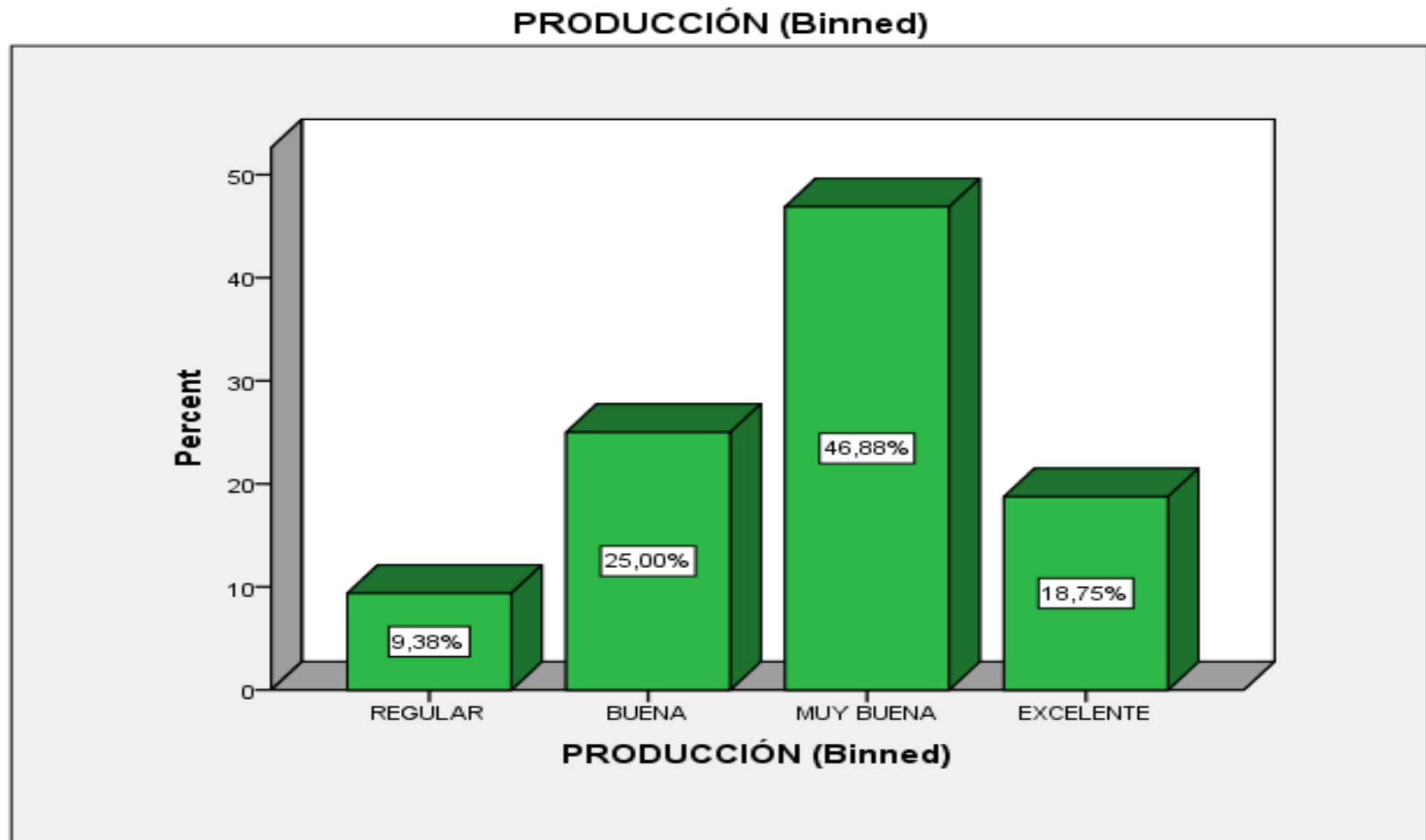


Figura 9. Percepción de la Producción en la empresa Tecnopress S.A.C.

### Hipótesis Específica 3

**TABLA 24.** Resultado de la correlación entre la dimensión 3, VI, con la variable 2

		MARKETING	IMPORTACIONES
MARKETING	<b>Pearson Correlation</b>	1	<b>,561**</b>
	<b>Sig.</b>		<b>,001</b>
	N	32	32
IMPORTACIONES	<b>Pearson Correlation</b>	<b>,561**</b>	1
	<b>Sig.</b>	<b>,001</b>	
	N	32	32

Fuente: SPSS versión 23.

Podemos apreciar que el nivel de significancia (**0,001**) es menor a 0.05 entonces decimos que **hay relación entre el marketing y las importaciones**, lo que nos permite afirmar nuestra tercera hipótesis específica.

Respecto al resultado del R de Pearson (**0,561**) podemos expresar que **las variables tienen una correlación positiva moderada**.

**TABLA 25.** Percepción del Marketing en la empresa Tecnopress S.A.C.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	REGULAR	3	9,4	9,4	9,4
	BUENO	15	46,9	46,9	56,3
	MUY BUENO	7	21,9	21,9	78,1
	EXCELENTE	7	21,9	21,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

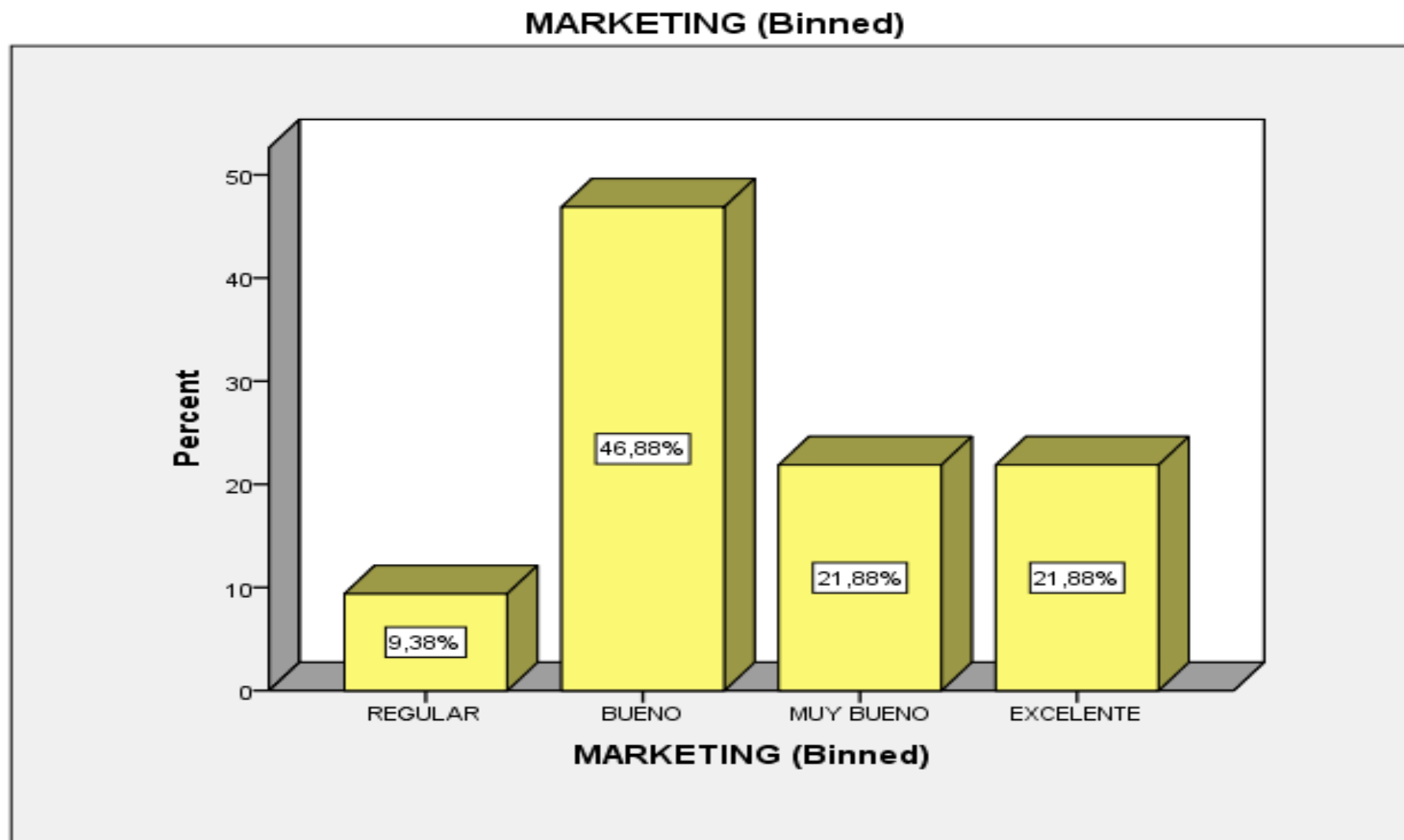


Figura 10. Percepción del Marketing en la empresa Tecnopress S.A.C.

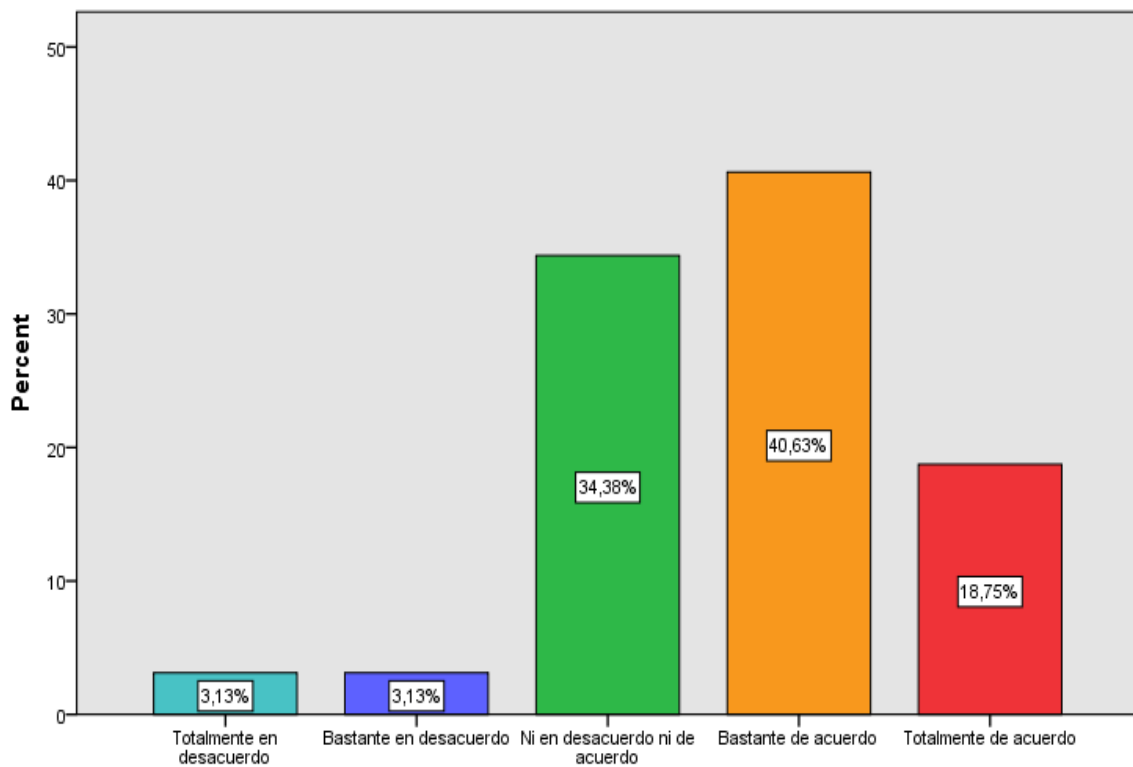
### 3.4 APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

#### 3.4.1 Interpretación de la pregunta 1

**TABLA 26.** *Existe una óptima relación comercial entre la empresa y sus proveedores*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
	Bastante en desacuerdo	1	3,1	3,1	6,3
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	11	34,4	34,4	40,6
	Bastante de acuerdo	13	40,6	40,6	81,3
	Totalmente de acuerdo	6	18,8	18,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.



**Figura 11.** Porcentaje de respuesta de la pregunta 1

Podemos observar que el 18.75% está totalmente de acuerdo con la óptima relación comercial entre la empresa y sus proveedores, a su vez un 40.63% está bastante de acuerdo, una 34.38% arroja una opinión ni a favor ni en contra, y dos minorías de 3.13% para las opiniones de bastante en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

### 3.4.2 Interpretación de la pregunta 2

**TABLA 27.** Los proveedores son pertinente con los pedidos de abastecimiento para la empresa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bastante en desacuerdo	5	15,6	15,6	15,6
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	11	34,4	34,4	50,0
	Bastante de acuerdo	13	40,6	40,6	90,6
	Totalmente de acuerdo	3	9,4	9,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

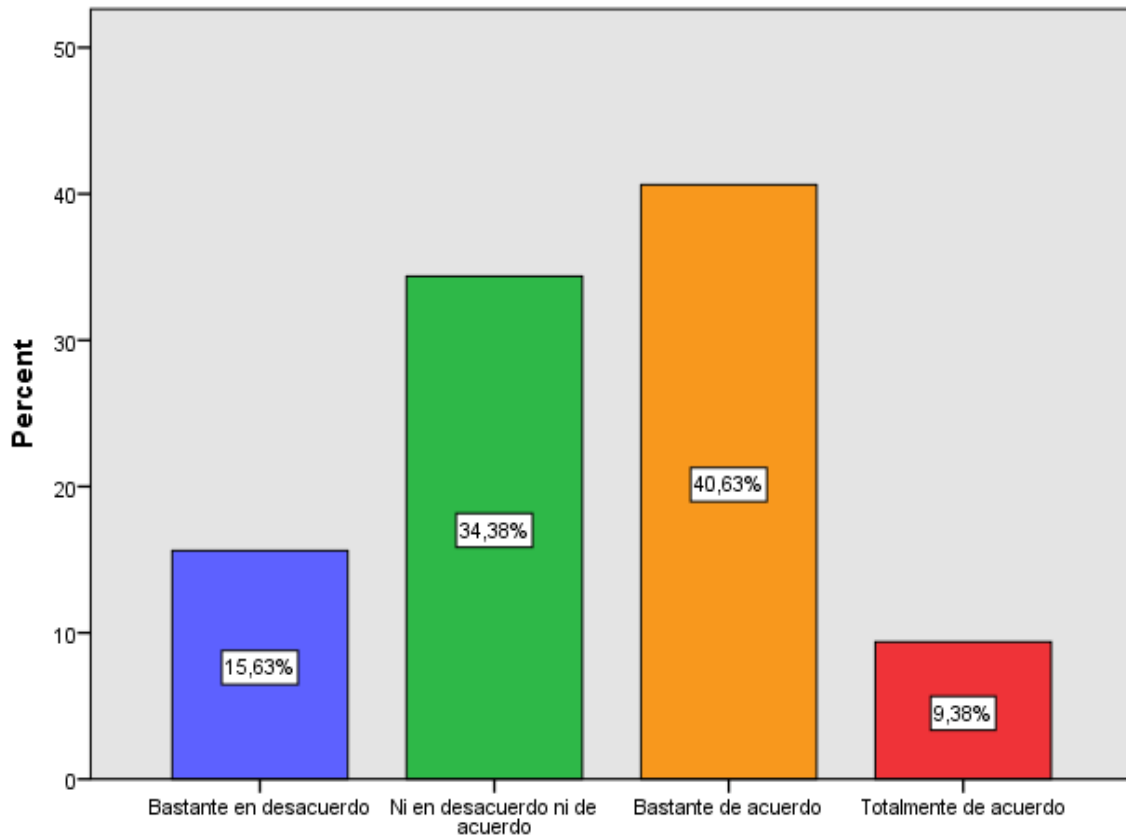


Figura 12. Porcentaje de respuesta de la pregunta 2

Observamos que un 9.38% está totalmente de acuerdo que los proveedores son pertinentes con los pedidos de abastecimiento, un 40.63% está bastante de acuerdo, un 34.38% tiene una opinión ni de acuerdo ni en desacuerdo, y para terminar un 15.63% con una opinión bastante en desacuerdo.



### 3.4.3 Interpretación de la pregunta 3

**TABLA 28.** Se realiza una continua gestión de stock a los insumos y materiales desde su área

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bastante en desacuerdo	3	9,4	9,4	9,4
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	10	31,3	31,3	40,6
	Bastante de acuerdo	11	34,4	34,4	75,0
	Totalmente de acuerdo	8	25,0	25,0	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

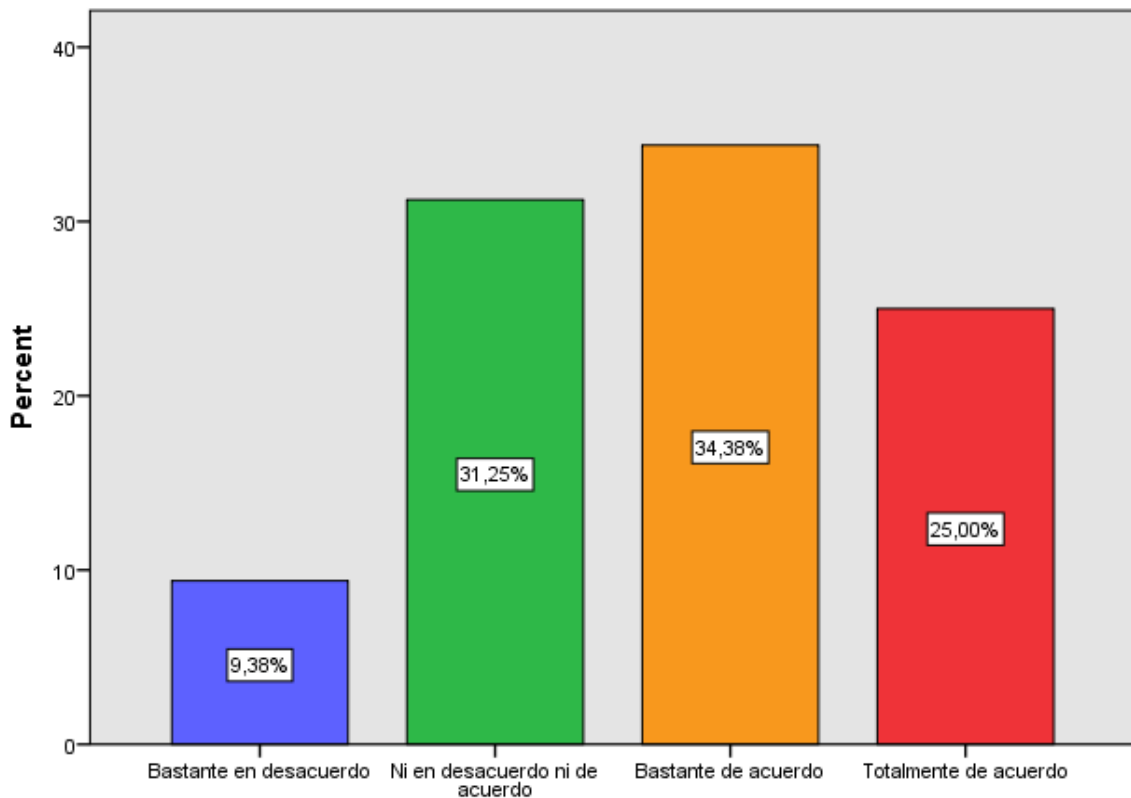


Figura 13. Porcentaje de respuesta de la pregunta 3

Podemos notar que un 25% está totalmente de acuerdo con que se realiza una continua gestión de stock a los insumos y materiales desde su área de trabajo, un 34.38% sostiene una opinión bastante de acuerdo, un 31.25% maneja una opinión de ni acuerdo ni en desacuerdo, y para finalizar un 9.38% que se encuentra bastante en desacuerdo.

### 3.4.4 Interpretación de la pregunta 4

**TABLA 29.** *Es eficiente la entrega de los despachos por parte de los almacenes*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	6	18,8	18,8	21,9
Bastante de acuerdo	16	50,0	50,0	71,9
Totalmente de acuerdo	9	28,1	28,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

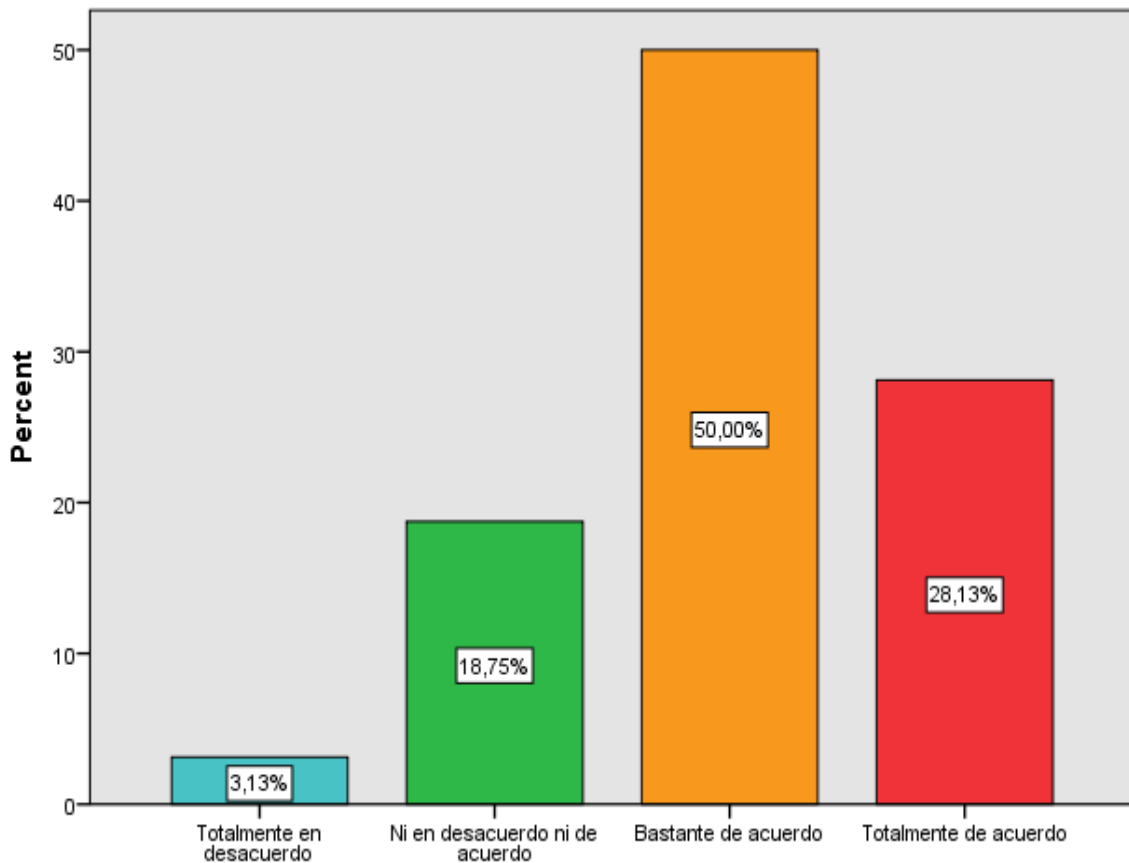


Figura 14. Porcentaje de respuesta de la pregunta 4

Podemos apreciar que un 28.13% está totalmente de acuerdo al decir que es eficiente la entrega de los despachos por parte de los almacenes, a su vez un 50% está bastante de acuerdo con esa afirmación, un 18.75% no está ni a favor ni en contra, y una minoría de 3.13% con la opinión de totalmente en desacuerdo.

### 3.4.5 Interpretación de la pregunta 5

**TABLA 30.** *Los insumos importados usados en la manufacturación de los bienes finales (cerraduras, candados, etc.) cumplen estándares de calidad*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bastante en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	6	18,8	18,8	21,9
	Bastante de acuerdo	14	43,8	43,8	65,6
	Totalmente de acuerdo	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

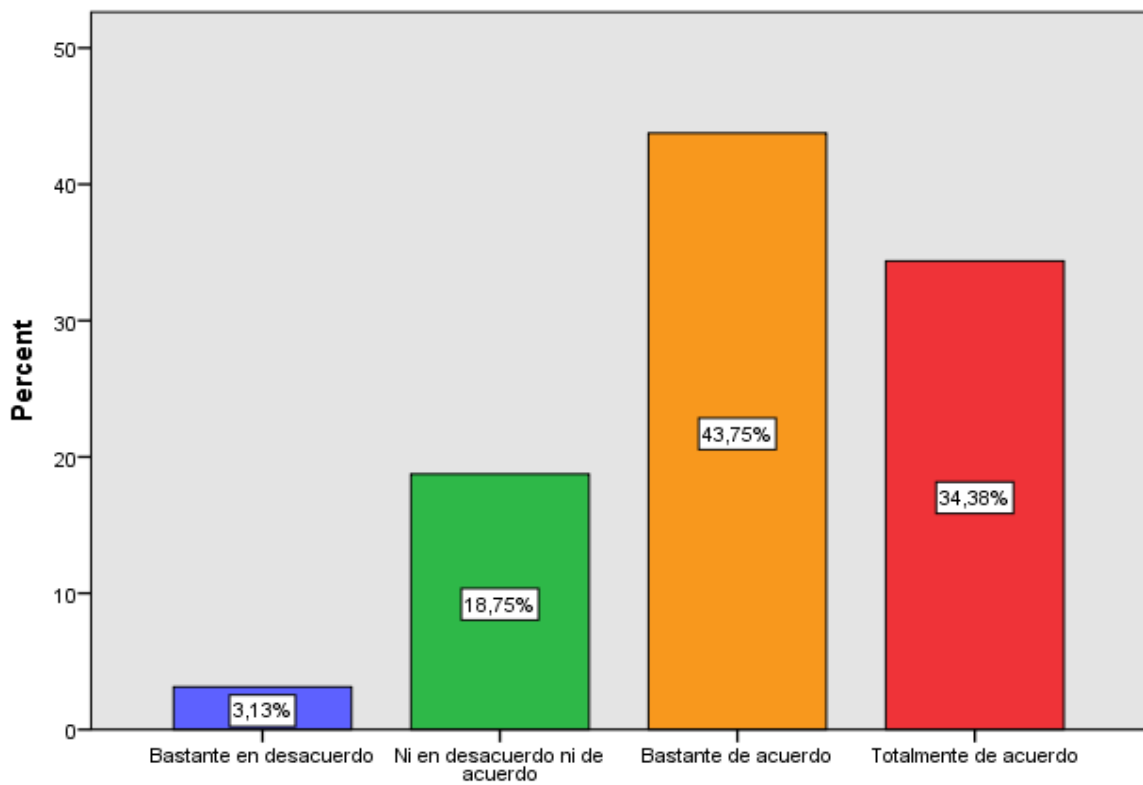


Figura 15. Porcentaje de respuesta de la pregunta 5

Observamos que un 34.38% está totalmente de acuerdo que los insumos importados usados en la manufacturación de los bienes finales cumplen estándares de calidad, un 43.75% está bastante de acuerdo con esa afirmación, un 18.75% tiene una opinión de ni de acuerdo ni en desacuerdo, y para terminar un 3.13% con una opinión bastante en desacuerdo.

### 3.4.6 Interpretación de la pregunta 6

**TABLA 31.** Los niveles de producción en la empresa se planifican basados en la oportuna llegada de los insumos importados

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
	Bastante en desacuerdo	1	3,1	3,1	6,3
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	9	28,1	28,1	34,4
	Bastante de acuerdo	16	50,0	50,0	84,4
	Totalmente de acuerdo	5	15,6	15,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

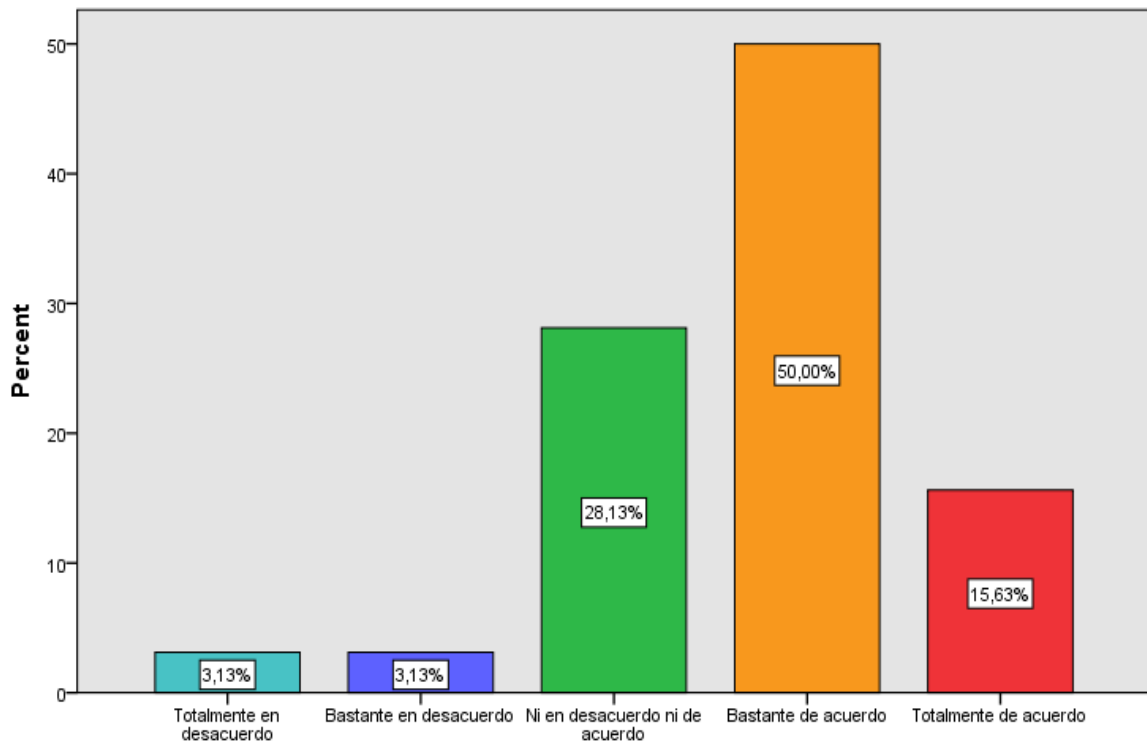


Figura 16. Porcentaje de respuesta de la pregunta 6

Podemos notar que un 15.63% está totalmente de acuerdo con que los niveles de producción se planifican en la oportuna llegada de los insumos importados, un 50% sostiene una opinión bastante de acuerdo respecto a esta pregunta, un 28.13% maneja una opinión de ni acuerdo ni en desacuerdo, y para finalizar dos minorías de 3.13% que se encuentra bastante en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

### 3.4.7 Interpretación de la pregunta 7

**TABLA 32.** En las áreas de producción existe un MPS (plan maestro de producción) que cumple el tiempo establecido según objetivos propuestos por la empresa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bastante en desacuerdo	2	6,3	6,3	6,3
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4	12,5	12,5	18,8
	Bastante de acuerdo	13	40,6	40,6	59,4
	Totalmente de acuerdo	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

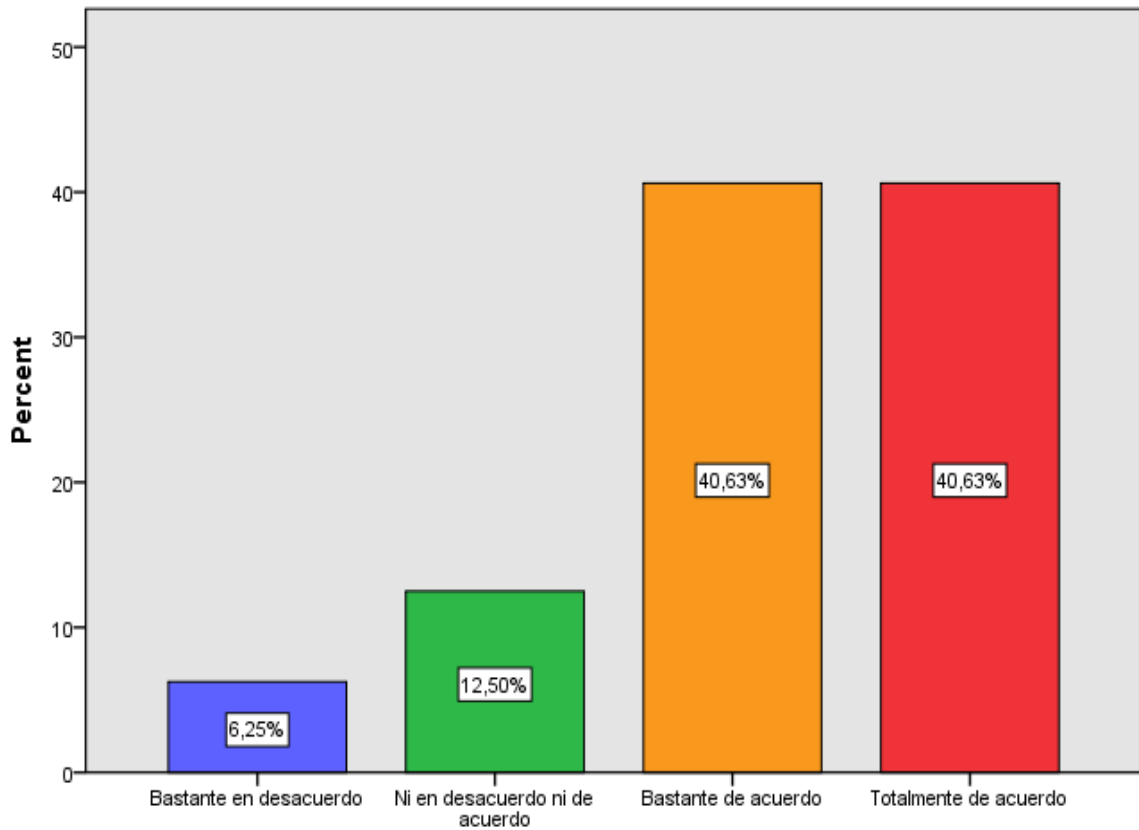


Figura 17. Porcentaje de respuesta de la pregunta 7

Observamos que un 40.63% está totalmente de acuerdo y bastante de acuerdo con que en las áreas de producción existe un MPS que cumple el tiempo establecido para los objetivos propuestos por la empresa, un 12.5% tiene una opinión de ni de acuerdo ni en desacuerdo, y para terminar un 6.25% con una opinión bastante en desacuerdo.

### 3.4.8 Interpretación de la pregunta 8

**TABLA 33.** *Diseñar un plan de marketing, es una razón para mejorar la internacionalización de la empresa*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	3	9,4	9,4	9,4
	Bastante de acuerdo	16	50,0	50,0	59,4
	Totalmente de acuerdo	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

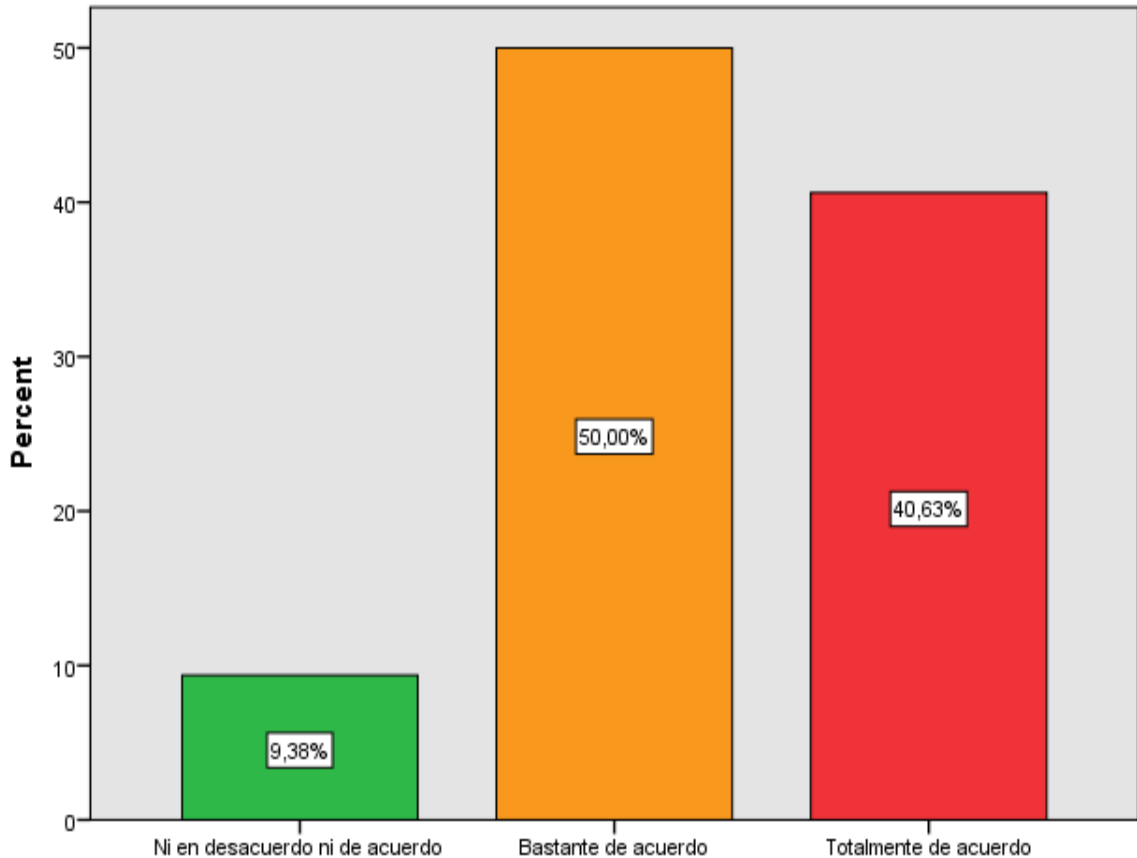


Figura 18. Porcentaje de respuesta de la pregunta 8

Podemos apreciar que un 40.63% está totalmente de acuerdo al decir que diseñar un plan de marketing es una razón para mejorar la internacionalización de la empresa, a su vez un 50% está bastante de acuerdo con dicha afirmación, y para finalizar un 9.38% tiene una opinión de ni acuerdo ni en desacuerdo.

### 3.4.9 Interpretación de la pregunta 9

**TABLA 34.** *El mercado objetivo de la empresa, tanto nacional como internacional, exige que los productos finales sean certificados*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	5	15,6	15,6	15,6
Bastante de acuerdo	10	31,3	31,3	46,9
Totalmente de acuerdo	17	53,1	53,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

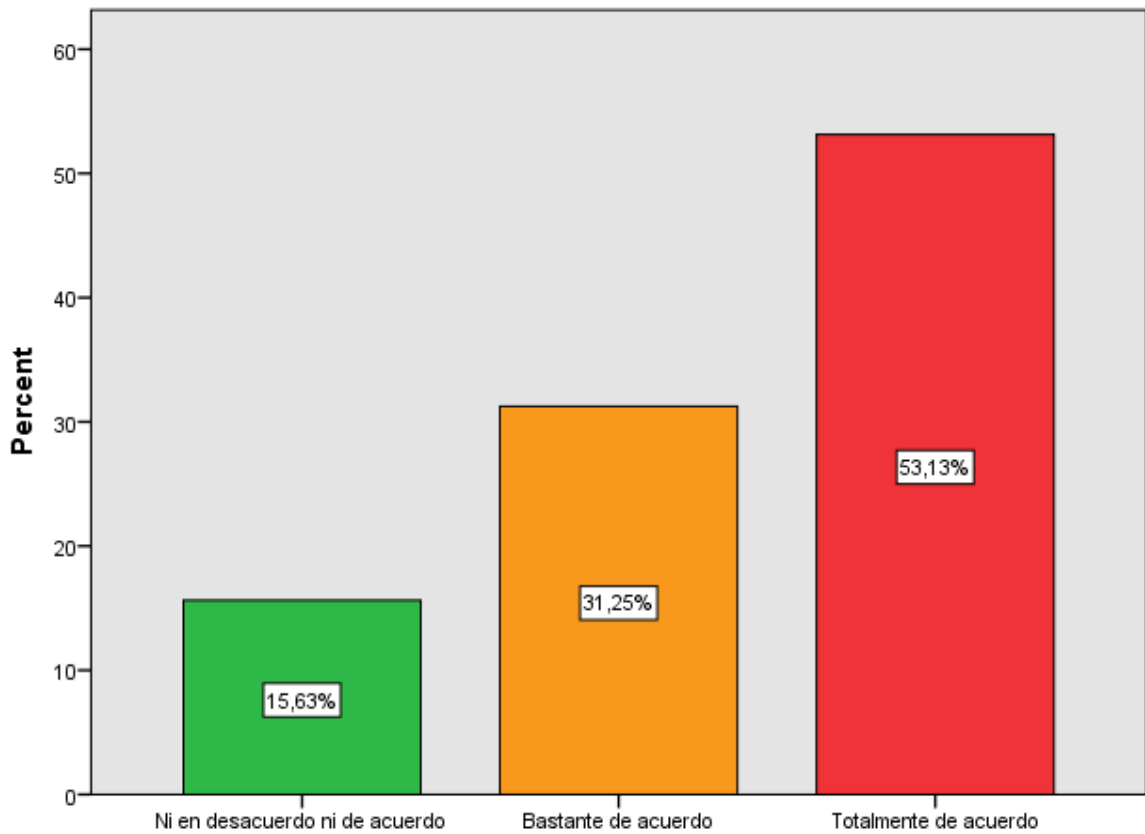


Figura 19. Porcentaje de respuesta de la pregunta 9

Observamos que un 53.13% está totalmente de acuerdo con que el mercado objetivo de la empresa si exige que los productos finales sean certificados, un 31.25% está bastante de acuerdo con la misma afirmación, y un 15.63% sostiene una opinión de ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto al tema.

### 3.4.10 Interpretación de la pregunta 10

**TABLA 35.** En el periodo 2014-2017 la empresa tuvo un incremento en la comercialización de sus productos, a nivel local e internacional

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	2	6,3	6,3	6,3
	Bastante de acuerdo	9	28,1	28,1	34,4
	Totalmente de acuerdo	21	65,6	65,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

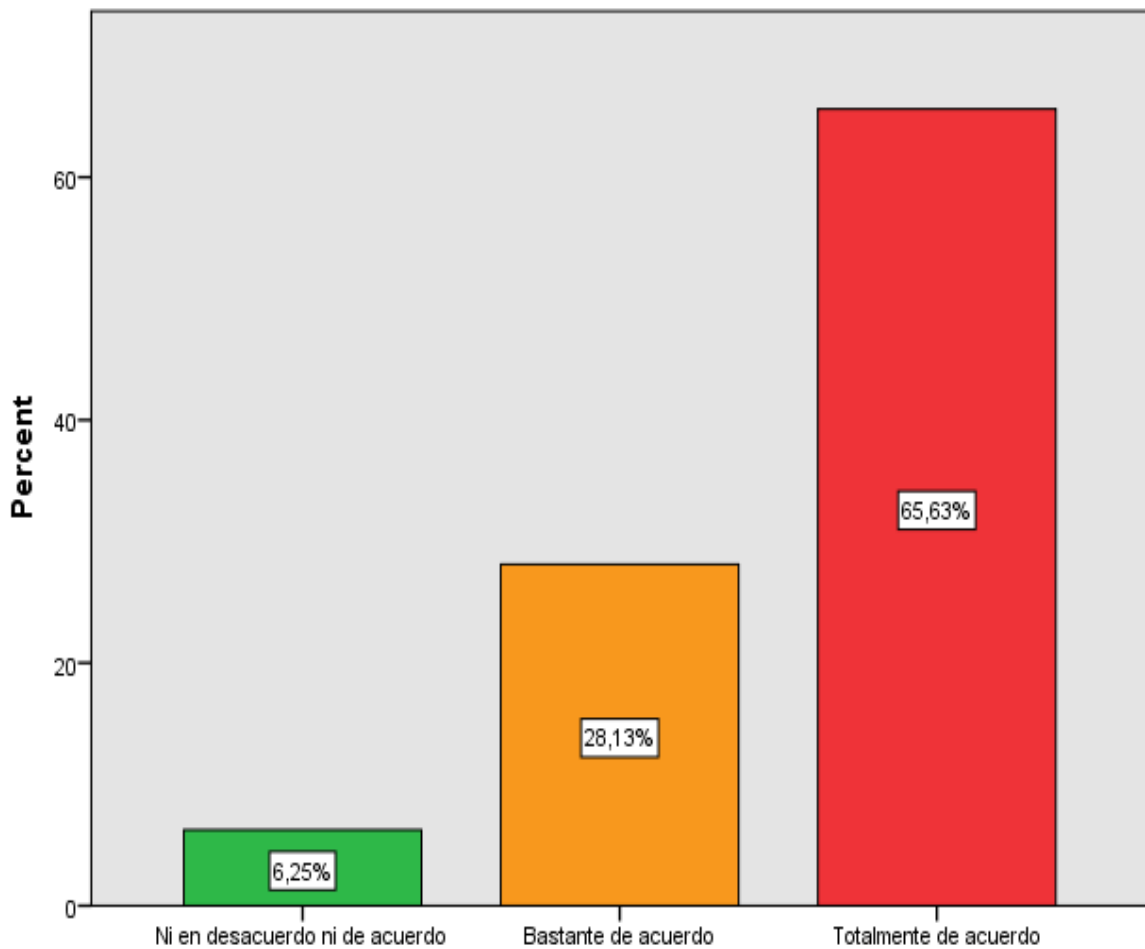


Figura 20. Porcentaje de respuesta de la pregunta 10

Podemos apreciar que un 65.63% está totalmente de acuerdo al decir que en el periodo 2014-2017 la empresa tuvo un incremento en la comercialización de los productos en ámbito nacional como en el internacional, por otro lado, un 28.13% está bastante de acuerdo con la misma expresión, y un 6.25% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo.



### 3.4.11 Interpretación de la pregunta 11

**TABLA 36.** Los insumos que se importan para la producción cumplen aspectos de calidad exigidos por la empresa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bastante en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,1	3,1	6,3
Bastante de acuerdo	20	62,5	62,5	68,8
Totalmente de acuerdo	10	31,3	31,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

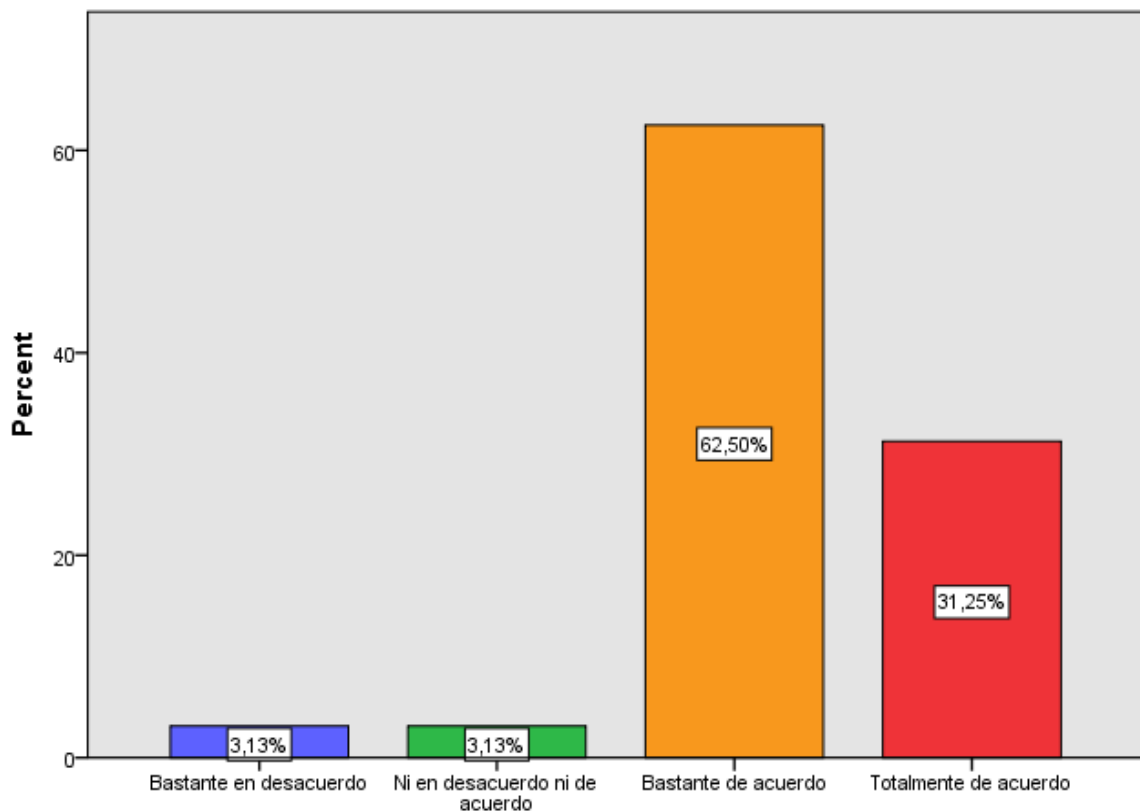


Figura 21. Porcentaje de respuesta de la pregunta 11

Observamos que un 31.25% está totalmente de acuerdo con que los insumos que se importan cumplen aspectos de calidad exigidos por la empresa, un 62.5% está bastante de acuerdo con la misma afirmación, y dos pequeños grupos de 3.13% que sostienen opinión de ni de acuerdo ni en desacuerdo y bastante en desacuerdo.

### 3.4.12 Interpretación de la pregunta 12

**TABLA 37.** El precio de los insumos importados es un factor que respalda la decisión de la empresa al realizar compras internacionales

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	5	15,6	15,6	15,6
Bastante de acuerdo	18	56,3	56,3	71,9
Totalmente de acuerdo	9	28,1	28,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

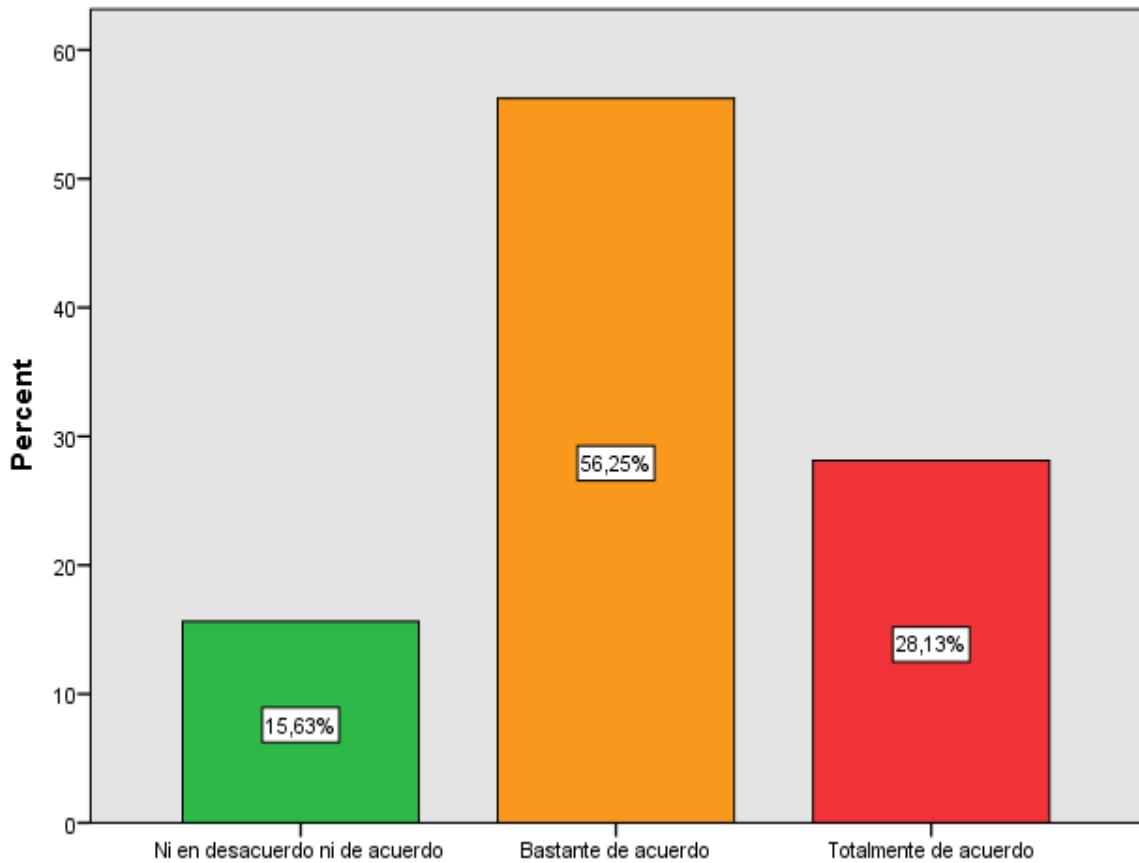


Figura 22. Porcentaje de respuesta de la pregunta 12

Podemos apreciar que un 28.13% está totalmente de acuerdo al decir que el precio de los insumos importados es un factor que respalda la decisión de la empresa al realizar compras internacionales, a su vez un 56.25% está bastante de acuerdo con la misma expresión, y un 15.63% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo.

### 3.4.13 Interpretación de la pregunta 13

**TABLA 38.** El cambio a nuevos proveedores podría disminuir el nivel de calidad en los productos ofrecidos por la empresa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bastante en desacuerdo	4	12,5	12,5	12,5
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	13	40,6	40,6	53,1
	Bastante de acuerdo	9	28,1	28,1	81,3
	Totalmente de acuerdo	6	18,8	18,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

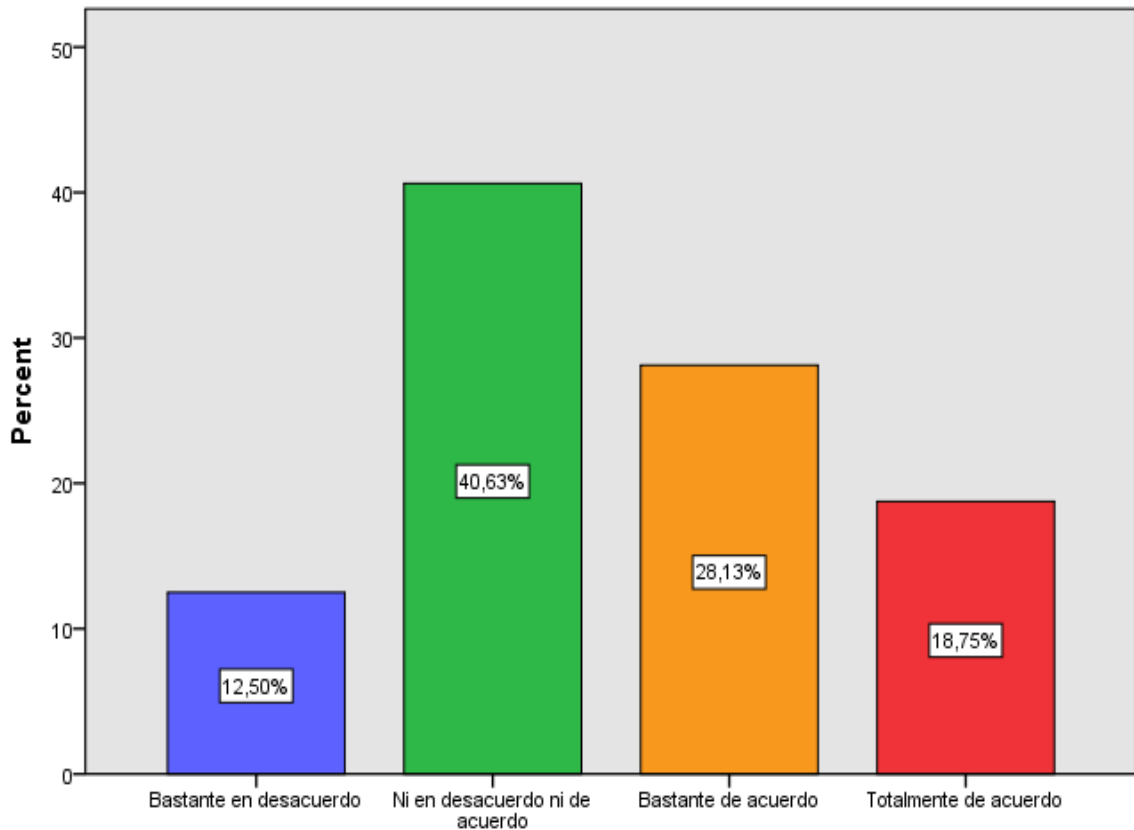


Figura 23. Porcentaje de respuesta de la pregunta 13

Observamos que un 18.75% está totalmente de acuerdo con que el cambio a nuevos proveedores podría disminuir el nivel de calidad en los productos ofrecidos por la empresa, un 28.13% está bastante de acuerdo con la misma afirmación, un 40.63% que sostienen opinión de ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 12.5% con opinión de bastante en desacuerdo.

### 3.4.14 Interpretación de la pregunta 14

**TABLA 39.** Reemplazar a los proveedores actuales generaría un incremento en la estructura de costos productivos de las líneas de negocio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
	Bastante en desacuerdo	5	15,6	15,6	18,8
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	13	40,6	40,6	59,4
	Bastante de acuerdo	8	25,0	25,0	84,4
	Totalmente de acuerdo	5	15,6	15,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

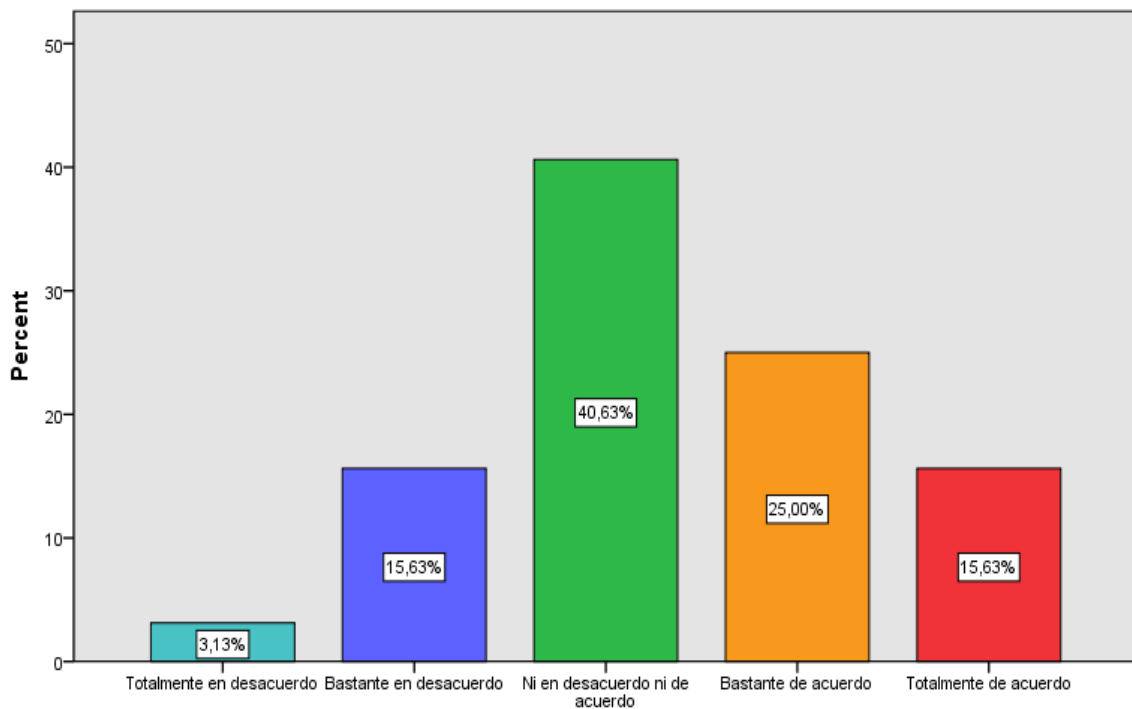


Figura 24. Porcentaje de respuesta de la pregunta 14

Podemos apreciar que un 15.63% está totalmente de acuerdo al decir que reemplazar a los proveedores actuales generaría un incremento en la estructura de costos productivos de las líneas de negocio, a su vez un 25% está bastante de acuerdo con la misma expresión, un 40.63% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo, otro 15.63% está bastante en desacuerdo y para finalizar un 3.13% que está totalmente en desacuerdo respecto al tema.

### 3.4.15 Interpretación de la pregunta 15

**TABLA 40.** *La decisión de optar por nuevos proveedores internacionales sería una ventaja en procesos productivos y demanda de comercialización*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bastante en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	13	40,6	40,6	43,8
	Bastante de acuerdo	15	46,9	46,9	90,6
	Totalmente de acuerdo	3	9,4	9,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

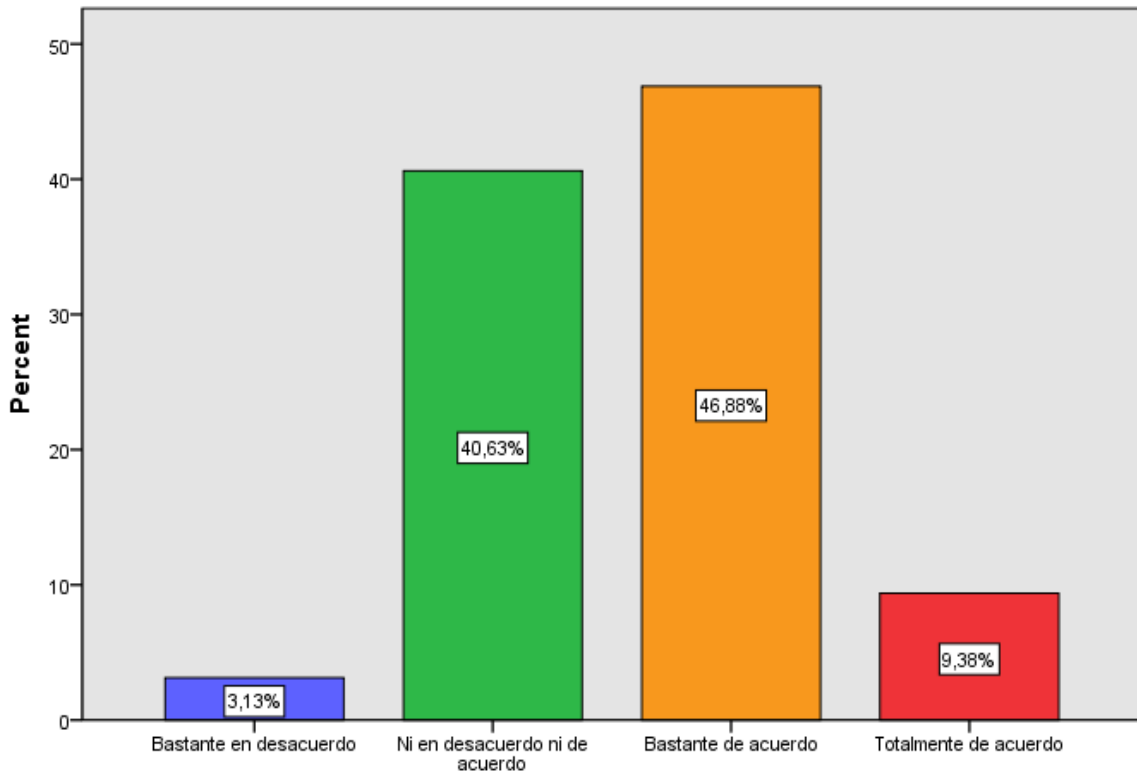


Figura 25. Porcentaje de respuesta de la pregunta 15

Observamos que un 9.38% está totalmente de acuerdo con que la decisión de optar por nuevos proveedores sería una ventaja en procesos productivos y demanda de comercialización, un 46.88% está bastante de acuerdo con la misma afirmación, un 40.63% que sostienen opinión de ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 3.13% con opinión de bastante en desacuerdo.

### 3.4.16 Interpretación de la pregunta 16

TABLA 41. *La tecnología utilizada en los procesos productivos permite obtener una ventaja competitiva y una diversificación de sus productos*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
	Bastante en desacuerdo	3	9,4	9,4	12,5
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	6	18,8	18,8	31,3
	Bastante de acuerdo	15	46,9	46,9	78,1
	Totalmente de acuerdo	7	21,9	21,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

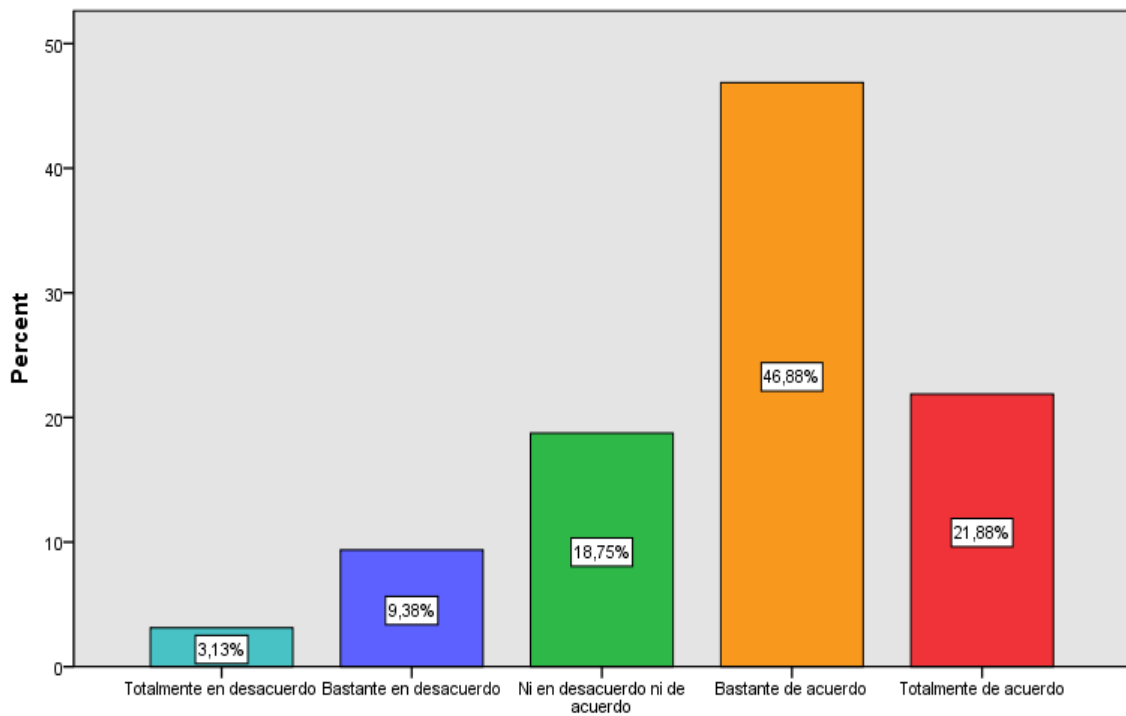


Figura 26. Porcentaje de respuesta de la pregunta 16

Podemos apreciar que un 21.88% está totalmente de acuerdo al decir que la tecnología utilizada en los procesos productivos permite obtener una ventaja competitiva y una diversificación de sus productos, a su vez un 46.88% está bastante de acuerdo con la misma expresión, un 18.75% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo, otro 9.38% está bastante en desacuerdo y para finalizar un 3.13% que está totalmente en desacuerdo respecto al tema.

### 3.4.17 Interpretación de la pregunta 17

**TABLA 42.** *Considera altos los AD/V gravados a los insumos importados por la empresa, según destino de origen*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	2	6,3	6,3	6,3
	Bastante en desacuerdo	3	9,4	9,4	15,6
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	11	34,4	34,4	50,0
	Bastante de acuerdo	13	40,6	40,6	90,6
	Totalmente de acuerdo	3	9,4	9,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

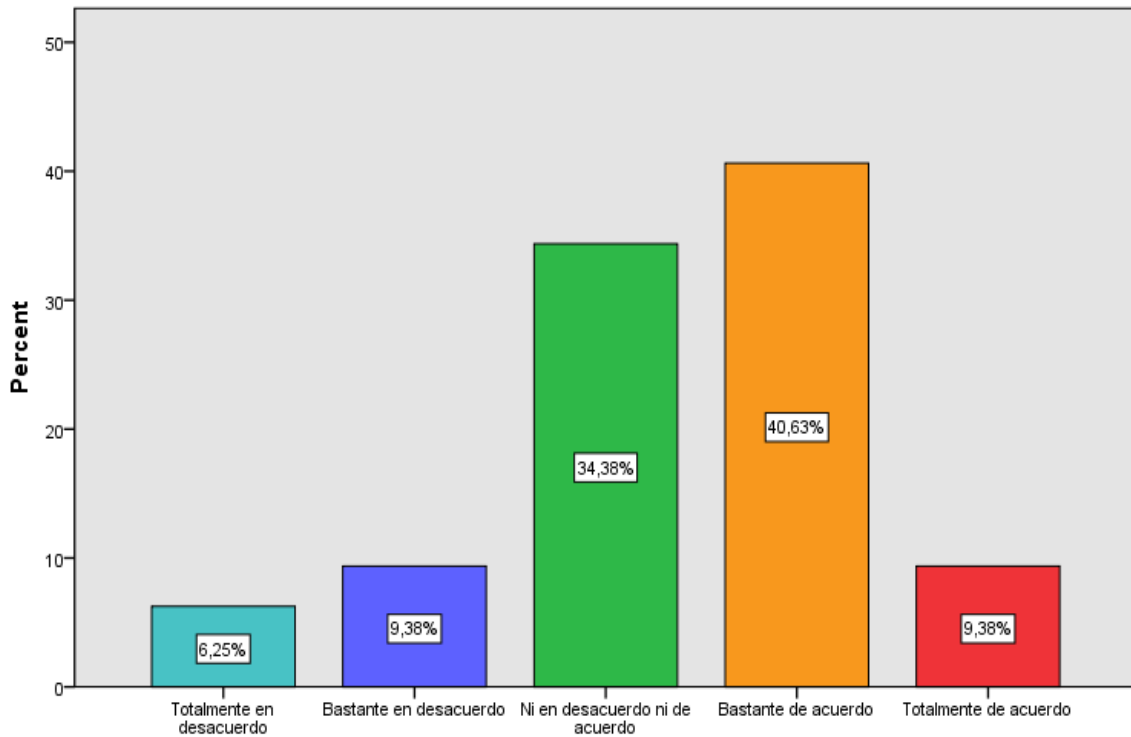


Figura 27. Porcentaje de respuesta de la pregunta 17

Observamos que un 9.38% está totalmente de acuerdo al considerar como altos los AD/V gravados a los insumos importados por la empresa según el destino de origen, un 40.63% está bastante de acuerdo con la misma afirmación, un 34.38% que sostienen opinión de ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 9.38% con opinión de bastante en desacuerdo y por último, un 6.25% con la opinión de totalmente en desacuerdo.

### 3.4.18 Interpretación de la pregunta 18

**TABLA 43.** *La exoneración de AD/V gravados a los insumos importados haría más eficiente la comercialización de los productos*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
	Bastante en desacuerdo	2	6,3	6,3	9,4
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4	12,5	12,5	21,9
	Bastante de acuerdo	12	37,5	37,5	59,4
	Totalmente de acuerdo	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

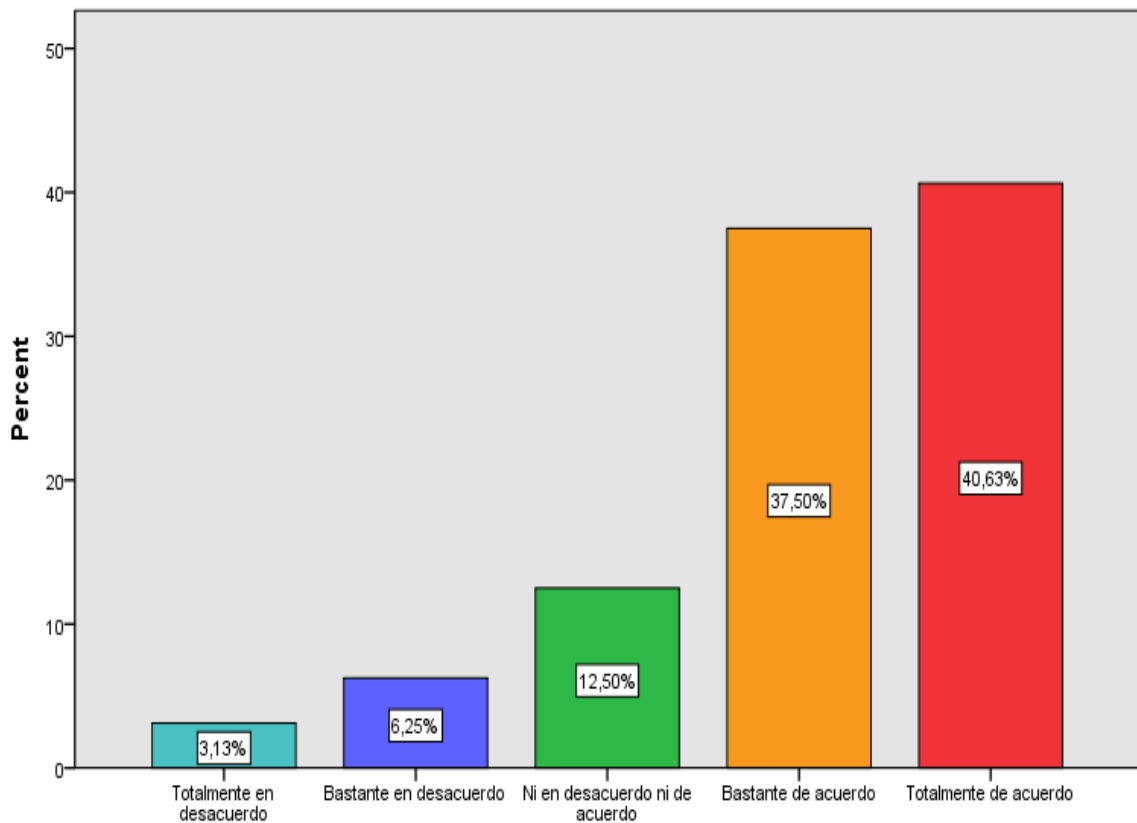


Figura 28. Porcentaje de respuesta de la pregunta 18

Podemos apreciar que un 40.63% está totalmente de acuerdo al decir que la exoneración de AD/V a los insumos importados haría más eficiente la comercialización de los productos, a su vez un 37.5% está bastante de acuerdo con la misma expresión, un 12.5% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo, otro 6.25% está bastante en desacuerdo y para finalizar un 3.13% que está totalmente en desacuerdo respecto al tema.



### 3.4.19 Interpretación de la pregunta 19

**TABLA 44.** *La falta de TLC's con algunos países que proveen los insumos importados, es una situación desventajosa para la empresa*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bastante en desacuerdo	2	6,3	6,3	6,3
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	11	34,4	34,4	40,6
	Bastante de acuerdo	12	37,5	37,5	78,1
	Totalmente de acuerdo	7	21,9	21,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

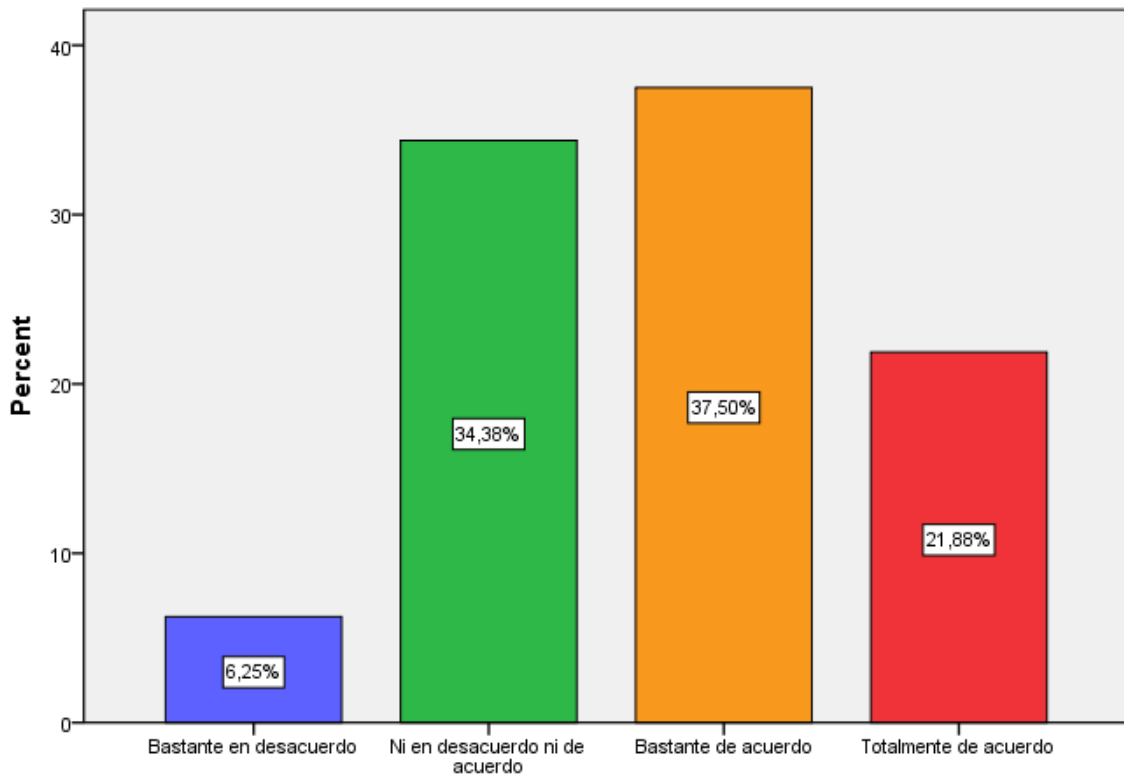


Figura 29. Porcentaje de respuesta de la pregunta 19

Observamos que un 21.88% está totalmente de acuerdo al afirmar que la falta de TLC's con algunos países que proveen los insumos importados es una situación desventajosa para la empresa, un 37.5% está bastante de acuerdo con la misma afirmación, un 34.38% que sostienen opinión de ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 6.25% con opinión de bastante en desacuerdo referente al tema.

### 3.4.20 Interpretación de la pregunta 20

**TABLA 45.** *Contar con proveedores, con los que si tenemos TLC's vigentes, favorecería en los procesos de comercialización*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	3	9,4	9,4	9,4
Bastante de acuerdo	11	34,4	34,4	43,8
Totalmente de acuerdo	18	56,3	56,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 23.

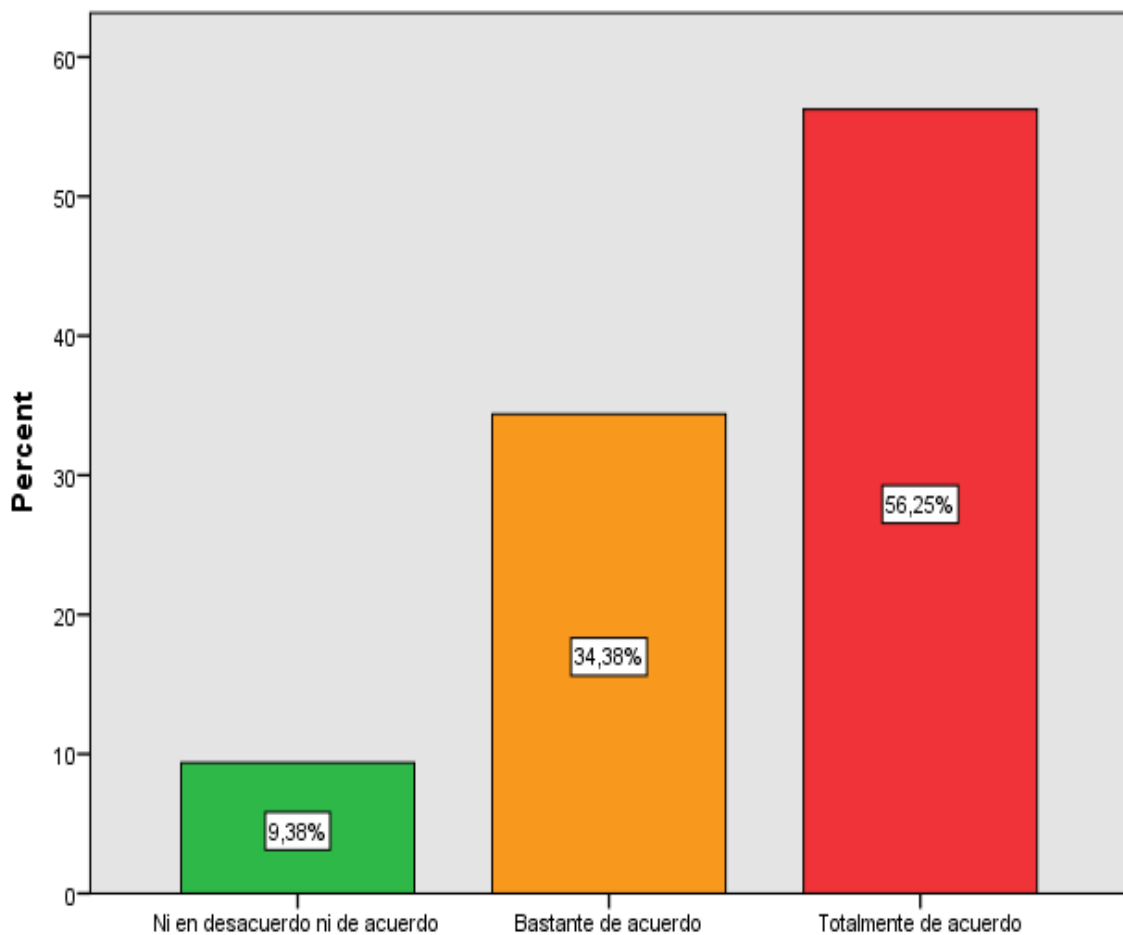


Figura 30. Porcentaje de respuesta de la pregunta 20

Podemos apreciar que un 56.25% está totalmente de acuerdo con que contar con proveedores con los que si se cuenta con TLC's vigentes favorecería en los procesos de comercialización, a su vez un 34.38% está bastante de acuerdo con la misma expresión, y un 9.38% sostienen una opinión de ni en desacuerdo ni de acuerdo en referencia a la pregunta realizada.

# **IV. DISCUSIÓN**

#### 4.1 Según Urday y Cebberos (2017) en su tesis:

“La gestión logística y su influencia en la competitividad en las PYMES del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra”. Obtuvieron la conclusión siguiente: Se puede concluir que la hipótesis general planteada fue validada y afirmada de tal manera La gestión logística influye en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra,2016; teniendo en cuenta que las encuestas se dirigió a una persona relacionado a la toma de decisiones de comercio exterior y/o gerente de 15 pymes del sector construcción en el distrito de Puente Piedra, quedando evidenciado el conocimiento respecto a los temas especializados planteados en la relación a investigar.

Que la gestión logística se relacione con la competitividad de las pymes importadoras del distrito de Puente Piedra; nos permite compararlo con nuestros resultados de la tabla 18, donde indicamos que nuestras variables, gestión logística e importaciones, también guardan un nivel de correlación y como se muestra en la figura 23, un 43.5% considera como buena a la gestión logística de la empresa, un 31.25% opina que es muy buena mientras que un 12.5% la percibe como excelente. Si bien es cierto nuestros autores enfatizan una relación de gestión logística hacia la competitividad de pymes del sector construcción, no olvidemos que estas mismas pymes realizan importaciones de máquinas, equipos y herramientas para desempeñar y poder culminar sus diversas actividades de trabajo, lo mismo que sucede con Tecnopress S.A.C. que realiza sus importaciones para poder realizar sus procesos productivos y ofrecer una variedad de productos finales que al final llegan a ser factores que determinan su competitividad como empresa.

#### 4.2 Según Urday y Cebberos (2017) en su tesis:

Se puede concluir que la primera hipótesis específica, la cual fue validada y afirmada de tal manera que El abastecimiento óptimo influye en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra con una correlación moderada de 0.442 para la dimensión abastecimiento óptimo y la variable competitividad.

Que el abastecimiento óptimo se relacione con la competitividad de las pymes importadoras del distrito de Puente Piedra, permite observar que un buen aprovisionamiento es esencial para la mejora en cualquier tipo de empresa; y como se muestra en la figura 24 un 25%, el 53.13% y otro 9.38% de los encuestados considera como bueno, muy bueno y excelente, respectivamente, al aprovisionamiento que se maneja en la empresa Tecnopress S.A.C. pero

por más que haya una buena percepción de abastecimiento, no es suficiente para poder afirmar la relación existente entre el aprovisionamiento y las importaciones de Tecnopress S.A.C. debido al nivel de significancia obtenido en la tabla 20 de nuestros resultados.

#### 4.3 Según Yajamín (2013) en su tesis:

“Análisis y diseño de un sistema de control de logística para los procesos de procura de materiales y servicios a ser implementado en la Compañía PDVSA Ecuador”. Una de las conclusiones que ofrece su investigación es: La compañía al mejorar su producción a través de sus procesos internos en uno de sus departamentos de apoyo directo con producción, no solo genera mayores beneficios económicos a la empresa, sino también al Ecuador ya que al aumentar la producción, genera réditos directos tanto a las comunidades aledañas de los campamentos como al sector hidrocarburífero, los beneficios más representativos que podían aumentarse en el oriente ecuatoriano son la construcción de escuelas, centro médicos ambulatorios y ayudas sociales a la comunidad. Todos estos factores hacen que PDVSA tenga una mejor imagen frente al gobierno, la comunidad y con ellos pueda conseguir más campos para brindar sus servicios de perforación y mayores ganancias económicas.

Tal como se muestra en la figura 25, apreciamos que el 46.89% considera como muy buena, un 25% que la percibe como buena y un 18.75% opina que es excelente la producción realizada por la empresa Tecnopress S.A.C., si bien es cierto que por el nivel de significancia resultante de la tabla 20 no podemos afirmar la relación existente entre la producción y las importaciones que realiza. Lo que si coincidimos con el autor es que al mejorar la producción, Tecnopress demandará más insumos para fabricar sus productos a ofrecer y necesitará más de mano de obra para trabajar dichos materiales, con lo cual genera oferta laboral y aporta en parte al aumento de nuestro PBI nacional; estos dos últimas situaciones terminan fortaleciendo la justificación social de nuestra investigación.

## **V. CONCLUSIONES**

Después de realizar la investigación podemos expresar:

- 5.1 Respecto a nuestro objetivo general, hemos demostrado que si existe relación entre la gestión logística y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017, aunque con un nivel de correlación positivo bajo. Afirmamos esta interpretación luego de observar el resultado proporcionado por la prueba R de Pearson equivalente a 0,371; además que nuestro nivel de significancia alcanzado fue de 0,037, el cual es menor a 0,05 y permite afirmar nuestra hipótesis general.
  
- 5.2 En referencia a nuestro objetivo específico 1; obteniendo un nivel de significancia de 0,083, el cual es mayor a 0,05, nos hace afirmar que no existe relación entre el aprovisionamiento y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C.; esto llevado a la realidad sucede debido a que como hay materia prima o insumos que se compran necesariamente del exterior, también hay insumos o materias que tienen un doble origen, ya que pueden ser adquiridos fuera del país pero también se los puede comprar en el mercado nacional.
  
- 5.3 Ahora hablando sobre nuestro objetivo específico 2; obteniendo un nivel de significancia de 0,605, y siendo mayor a 0,05 podemos afirmar que no hay relación entre la producción y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C.; esto es por causa del punto anterior, supongamos que Tecnopress S.A.C. decide incrementar su meta de producción, esto implica más insumos y materias primas, entonces en los insumos que vienen del exterior habrá un aumento en volumen o en número de importaciones pero para los de doble origen, tendremos un caso incierto ya que no sabremos si serán nacionales o importados, esa sería una decisión que tomará el área de Logística de la empresa.
  
- 5.4 Para abordar el objetivo específico 3, con un nivel de significancia de 0,001 y un R de Pearson de 0,561 podemos afirmar que hay relación entre el marketing y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. en un rango de correlación positiva moderada. El marketing es el acercamiento entre los productos de una empresa y sus clientes; en caso de Tecnopress, las cerraduras y candados presentados en la investigación no son todos los productos que ofrece la empresa, hay otra variedad de productos que se importa (perillas de puerta, manijas, etc) y en caso de un buen trabajo de marketing sobre estos últimos productos generaría un aumento en el número de sus importaciones.

## **VI. RECOMENDACIONES**



- 6.1 La mejor sugerencia para Tecnopress S.A.C. sería que siga mejorando su gestión logística interna con más mejoras e innovaciones que terminen ayudando a su personal de trabajo. Como se puede observar en las Figuras 23, 24, 25 y 26 las personas tienen una buena perspectiva sobre la gestión logística, aprovisionamiento, producción y marketing que se viene desarrollando en la empresa, y la meta sería que esa percepción se mantenga o incluso mejore. Si bien es cierto este último año la empresa ha estado haciendo nuevas implementaciones y mejoras en áreas específicas; sería bueno que las demás áreas también manifiestan las mejoras que desearían tener, para así obtener un mejor desempeño grupal lo que generaría que la empresa llegue a volverse más competitiva en su mercado objetivo tanto nacional como internacional.
- 6.2 En relación al aprovisionamiento, sería que el área de Logística siga manteniendo una buena relación con sus proveedores, tanto nacionales e internacionales, y estar más pendientes a como las diferentes áreas de producción perciben los insumos o materias primas que se les brinda para realizar su trabajo, esto debido a que mientras se realizaba el desarrollo de las encuestas habían varios personales que manifestaban sus incomodidades por la calidad de dichos materiales que reciben para hacer su trabajo. Por otro lado sería evaluar la decisión de contactarse con más proveedores de países con los que si tengamos TLC, para que así la empresa pueda seguir aprovechando de los beneficios arancelarios que estos nos ofrecen.
- 6.3 Respecto a la producción, si bien es cierto que el plan maestro de producción se cumple, pero para lograrlo a veces se incurre en un incremento continuo de las horas extras por parte de los diversos personales, lo que la empresa debería hacer sería adquirir algunas nuevas máquinas, para evitar los problemas que las maquinarias dejan de funcionar por uno o dos días por el estado de antigüedad que tienen; además si se logra una mejora continua en la producción ofreceremos mayor calidad en los productos, lo que ayudaría a que las exportaciones de la empresa puedan incrementarse.
- 6.4 Para finalizar abordaremos el crecimiento de la empresa; lo que se logró rescatar de las encuestas fue que la mayoría coincidía que hace años atrás a comparación con la situación actual, Tecnopress ha tenido cambios rotundos. Eso es lo que debe seguir apuntando, que su dominio de mercado sea cada vez mayor guiado de una buena innovación en sus productos y un buen desempeño laboral por parte de sus colaboradores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arribasplata, Y. y Terrones, J. (2016). *Aproximación a una estimación de las importaciones en Perú: Periodo 1990 – 2015* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/198/TESIS%20N%C2%B0%2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bohorquez, E. y Puello, R. (2013). *Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa CORALINAS & PISOS S.A. CORPISOS S.A. en el municipio de Turbaco, Bolívar* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/468/1/TESIS.pdf>

Ccallo, G. (2017). *Propuesta de mejora en una empresa manufacturera de productos escolares y de oficina integrando la logística de entrada y la logística de producción* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/7205/Ccallo\\_lg.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/7205/Ccallo_lg.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Chase, R. y Jacobs, F. (2014). *Administración de operaciones. Producción y cadena de suministros*. (13.<sup>a</sup> ed.). México: McGraw Hill.

Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración*. (8.<sup>a</sup> ed.). México: McGraw Hill.

Coila, M. (2013). *Factores determinantes de las importaciones en el Perú: Periodo 1996.1 – 2012.6* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1815/Coila\\_Curo\\_Margoth.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1815/Coila_Curo_Margoth.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cornejo, E. (2013). *Comercio Internacional*. Lima: San Marcos.

Cuatrecasas, L. (2016). *Claves del Lean Management en tiempos de máxima competitividad*. España: Profit.

Cueva, E. y Reyna, A. (2016). *Propuesta de un modelo de gestión logística articulado a un sistema integrado de gestión, aplicable a Pymes manufactureras de productos primarios de madera en el Perú* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620550/Tesis\\_Logistica\\_Cueva\\_Reyna.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620550/Tesis_Logistica_Cueva_Reyna.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones*. (14.<sup>a</sup> ed.). México: Pearson.

Escudero S., M. (2013). *Gestión logística y comercial*. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=zQv\\_AAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=zQv_AAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false)

García, F. (2013). *Dirección y gestión de la producción. Una aproximación mediante la simulación*. México: Alfaomega.

García, G. (2015). *Cultura y estrategia de los negocios internacionales. Elaboración, negociación e implementación*. España: Pirámide.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.<sup>a</sup>ed.). Colombia: McGraw Hill.

Hill, C. (2011). *Negocios Internacionales: competencias en el mercado global*. (8.<sup>a</sup> ed.). México: McGraw Hill.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (11.<sup>a</sup> ed.). México: Pearson.

Lacalle S., G. (2013). *Gestión logística y comercial*. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=XaDEAwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Lamb, C., Hair, J, McDaniel, C. (2014). *Marketing*. (7.<sup>a</sup> ed.). México: Cengage Learning.

Lara, C. (2017). *Gestión logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de

<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1238/TITULO%20%20Lara%20Delgado%2c%20Carolina%20Romina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López F., R. (2014). *Logística de Aprovisionamiento*. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=KhlfAwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Mansilla, B. (2016). *Propuesta de una mejora en la gestión de la cadena logística de una empresa manufacturera* (Tesis de Maestría). Recuperada de

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621338/TESIS%20-%20FINAL%2028-10.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mercado, S. (2015). *Comercio Internacional I: Mercadotecnia Internacional Importación-Exportación*. (5 ed.). México: Limusa

Molina, J. (2015). *Planificación e implementación de un modelo logístico para optimizar la distribución de productos publicitarios en la empresa Letreros Universales S.A.* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10267/1/UPS-GT001298.pdf>

Ortiz, D. (2015). *Propuesta de plan de importación y comercialización de césped sintético con fines decorativos y deportivos en la ciudad de Guayaquil, año 2013* (Tesis de Maestría). Recuperada de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9170/1/UPS-GT000801.pdf>

Parkin, M. y Loría, E. (2015). *Microeconomía*. (11.<sup>a</sup> ed.). México: Pearson.

Serrano, R. (2016). *La gestión logística de inventarios en la empresa Calmetal S.A.* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1312/1/T-ULVR-1236.pdf>

Urday y Cebreros (2017). *La gestión logística y su influencia en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2683/1/2017\\_Urday\\_La-gestion-logistica-y-su-influencia-en-la-competitividad.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2683/1/2017_Urday_La-gestion-logistica-y-su-influencia-en-la-competitividad.pdf)

Van Den Berghe, E. (2014). *Tratados de libre comercio: retos y oportunidades*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Yajamín, K. (2013). *Análisis y diseño de un sistema de control de logística para los procesos de procura de materiales y servicios a ser implementado en la compañía PDVSA Ecuador* (Tesis de Título Profesional). Recuperada de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/47/1/T-UIDE-0008.pdf>

# **ANEXOS**

**ANEXO 1**  
**Cuestionario**

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno Luis Eduardo Porras Salazar, con código de matrícula Nro. 6500056353, aspirante al grado de Licenciado 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 y las Importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017”**, el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá en 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.

**ESCALA AUTOVALORATIVA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA**

Totalmente en desacuerdo	(TD)	= 1
Bastante en desacuerdo	(BD)	= 2
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	(I)	= 3
Bastante de acuerdo	(BA)	= 4
Totalmente de acuerdo	(TA)	= 5

**Variable Independiente: Gestión Logística**

Ítems / Preguntas	1	2	3	4	5
Variable 1: GESTIÓN LOGÍSTICA	TD	BD	I	BA	TA
<b>D1: Aprovisionamiento</b>					
1.- Existe una óptima relación comercial entre la empresa y sus proveedores.					
2.- Los proveedores son pertinentes con los pedidos de abastecimiento para la empresa.					
3.- Se realiza una continua gestión de stock a los insumos y materiales desde su área.					
4.- Es eficiente la entrega de los despachos por parte de los almacenes.					
<b>D2: Producción</b>					
5.- Los insumos importados usados en la manufacturación de los bienes finales (cerraduras, candados, etc.) cumplen estándares de calidad.					

6.- Los niveles de producción en la empresa se planifican basados en la oportuna llegada de los insumos de importación.					
7.- En las áreas de producción existe un MPS (plan maestro de producción) que cumple el tiempo establecido según objetivos propuestos por la empresa.					
<b>D3: Marketing</b>					
8.- Diseñar un plan de marketing, es una razón para mejorar la internacionalización de la empresa.					
9.- El mercado objetivo de la empresa, tanto nacional como internacional, exige que los productos finales sean certificados.					
10.- Considera que en el periodo 2014-2017 la empresa tuvo un incremento en la comercialización de sus productos, a nivel local e internacional					

**Variable Dependiente: Importación**

Ítems / Preguntas	1	2	3	4	5
<b>Variable 2: IMPORTACIÓN</b>	<b>TD</b>	<b>BD</b>	<b>I</b>	<b>BA</b>	<b>TA</b>
<b>D1: Rivalidad Global</b>					
11.- Los insumos que se importan para la producción cumplen aspectos de calidad exigidos por la empresa					
12.- El precio de los insumos importados es un factor que respalda la decisión de la empresa al realizar compras internacionales.					
<b>D2: Diversificación</b>					
13.- El cambio a nuevos proveedores podría disminuir el nivel de calidad en los productos ofrecidos por la empresa.					
14.- Reemplazar a los proveedores actuales generaría un incremento en la estructura de costos productivos de las líneas de negocio.					
15.- La decisión de optar por nuevos proveedores sería una ventaja en procesos productivos y demanda de comercialización.					
16.- La tecnología utilizada en los procesos productivos permite obtener una ventaja competitiva y una diversificación de sus productos					
<b>D3: Acceso al mercado</b>					
17.- Considera altos los AD/V gravados a los insumos importados por la empresa, según destino de origen					
18.- La exoneración de AD/V gravados a los insumos importados haría más eficiente la comercialización de los productos.					
19.- La falta de TLC's con algunos países que proveen los insumos importados, es una situación desventajosa para la empresa.					
20.- Contar con proveedores, con los que si tenemos TLC's vigentes, favorecería en los procesos de comercialización.					



ANEXO 2  
Validación por Juicio de Expertos

Dr. Julio Samuel Zárate Suárez



**Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Gestión Logística**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Aprovechamiento</b>								
1	Existe una óptima relación comercial entre la empresa y sus proveedores.	✓		✓		✓		
2	Los proveedores son pertinentes con los pedidos de abastecimiento para la empresa.	✓		✓		✓		
3	Se realiza una continua gestión de stock a los insumos y materiales desde su área.	✓		✓		✓		
4	Es eficiente la entrega de los despachos por parte de los almacenes.	✓		✓		✓		
<b>D2: Producción</b>		Si	No	Si	No	Si	No	
5	Los insumos importados usados en la manufacturación de los bienes finales (cerraduras, candados, etc.) cumplen estándares de calidad.	✓		✓		✓		
6	Los niveles de producción en la empresa se planifican basados en la oportuna llegada de los insumos de importación.	✓		✓		✓		
7	En las áreas de producción existe un MPS (plan maestro de producción) que cumple el tiempo establecido según objetivos propuestos por la empresa.	✓		✓		✓		
<b>D3: Marketing</b>		Si	No	Si	No	Si	No	
8	Diseñar un plan de marketing, es una razón para mejorar la internacionalización de la empresa.	✓		✓		✓		
9	El mercado objetivo de la empresa, tanto nacional como internacional, exige que los productos finales sean certificados.	✓		✓		✓		
10	En el período 2014 – 2017 la empresa tuvo un incremento en la comercialización de sus productos, a nivel local e internacional.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia.

---

---

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg.: Zarate Suarez Jul-o J. DNI: 10868448

Especialidad del validador: Lic. Adm. de Negocios Internacionales, Poder en Gestor.

Lima 27 de Septiembre del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

<sup>3</sup>Claridad: 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 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Importaciones**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>D1: Rivalidad Global</b>								
11	Los insumos que se importan para la producción cumplen aspectos de calidad exigidos por la empresa	✓		✓		✓		
12	El precio de los insumos importados es un factor que respalda la decisión de la empresa al realizar compras internacionales.	✓		✓		✓		
<b>D2: Diversificación</b>								
13	El cambio a nuevos proveedores podría disminuir el nivel de calidad en los productos ofrecidos por la empresa.	✓		✓		✓		
14	Reemplazar a los proveedores generaría un incremento en la estructura de costos productivos de las líneas de negocio.	✓		✓		✓		
15	La decisión de optar por nuevos proveedores sería una ventaja en procesos productivos y demanda de comercialización.	✓		✓		✓		
16	La tecnología utilizadas en los procesos productivos permite obtener una ventaja competitiva y una diversificación de sus productos.	✓		✓		✓		
<b>D3: Acceso a mercado</b>								
17	Considera altos los AD/V gravados a los insumos importados por la empresa, según destino de origen.	✓		✓		✓		
18	La exoneración de AD/V gravados a los insumos importados haría más eficiente la comercialización de los productos.	✓		✓		✓		
19	La falta de TLC's con algunos países que proveen los insumos importados, es una situación desventajosa para la empresa.	✓		✓		✓		
20	Contar con proveedores, con los que si tenemos TLC's vigentes, favorecería en los procesos de comercialización.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Así existe suficiencia.

---

---

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr / Mg.: Zarate Suarez Julio S. ..... DNI: 10860448

Especialidad del validador: Lic. Adm. Negocios Internacionales, Doct. en Gestión .....

Lima. 27 de Septiembre del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: 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 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Gestión Logística**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Aprovechamiento</b>								
1	Existe una óptima relación comercial entre la empresa y sus proveedores.		×		×		×	
2	Los proveedores son pertinentes con los pedidos de abastecimiento para la empresa.	×		×		✓		
3	Se realiza una continua gestión de stock a los insumos y materiales desde su área.	×		×		×		
4	Es eficiente la entrega de los despachos por parte de los almacenes.	×		×		×		
<b>D2: Producción</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
5	Los insumos importados usados en la manufacturación de los bienes finales (cerraduras, candados, etc.) cumplen estándares de calidad.	×		×		×		
6	Los niveles de producción en la empresa se planifican basados en la oportuna llegada de los insumos de importación.	×		×		✓		
7	En las áreas de producción existe un MPS (plan maestro de producción) que cumple el tiempo establecido según objetivos propuestos por la empresa.		×		×		×	
<b>D3: Marketing</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
8	Diseñar un plan de marketing, es una razón para mejorar la internacionalización de la empresa.	×		×		×		
9	El mercado objetivo de la empresa, tanto nacional como internacional, exige que los productos finales sean certificados.	×		✓		×		
10	En el período 2014 – 2017 la empresa tuvo un incremento en la comercialización de sus productos, a nivel local e internacional.	×		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Se hay moderadamente suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. (Mg.) Espinoza Casco Roque Juan ..... DNI: 07766626

Especialidad del validador: Negocios Internacionales

Lima 26 de Setiembre del 2018

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** 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 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Importaciones**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>D1: Rivalidad Global</b>							
11	Los insumos que se importan para la producción cumplen aspectos de calidad exigidos por la empresa	x		x		x		
12	El precio de los insumos importados es un factor que respalda la decisión de la empresa al realizar compras internacionales.	x		x		x		
	<b>D2: Diversificación</b>							
13	El cambio a nuevos proveedores podría disminuir el nivel de calidad en los productos ofrecidos por la empresa.	x		x		x		
14	Reemplazar a los proveedores generaría un incremento en la estructura de costos productivos de las líneas de negocio.	x		x		x		
15	La decisión de optar por nuevos proveedores sería una ventaja en procesos productivos y demanda de comercialización.	x		x		x		
16	La tecnología utilizadas en los procesos productivos permite obtener una ventaja competitiva y una diversificación de sus productos.	x		x		x		
	<b>D3: Acceso a mercado</b>							
17	Considera altos los AD/V gravados a los insumos importados por la empresa, según destino de origen.	x		x		x		
18	La exoneración de AD/V gravados a los insumos importados haría más eficiente la comercialización de los productos.	x		x		x		
19	La falta de TLC's con algunos países que proveen los insumos importados, es una situación desventajosa para la empresa.	x		x		x		
20	Contar con proveedores, con los que si tenemos TLC's vigentes, favorecería en los procesos de comercialización.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. (Mg.) Lopinoza Casco Roque ..... DNI: 0766626

Especialidad del validador: Negocio Internacionales .....

Lima 26 de set ..... del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: 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 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Gestión Logística**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Aprovechamiento</b>								
1	Existe una óptima relación comercial entre la empresa y sus proveedores.	✓		✓		✓		
2	Los proveedores son pertinentes con los pedidos de abastecimiento para la empresa.	✓		✓		✓		
3	Se realiza una continua gestión de stock a los insumos y materiales desde su área.	✓		✓		✓		
4	Es eficiente la entrega de los despachos por parte de los almacenes.	✓		✓		✓		
<b>D2: Producción</b>		Si	No	Si	No	Si	No	
5	Los insumos importados usados en la manufacturación de los bienes finales (cerraduras, candados, etc.) cumplen estándares de calidad.	✓		✓		✓		
6	Los niveles de producción en la empresa se planifican basados en la oportuna llegada de los insumos de importación.	✓		✓		✓		
7	En las áreas de producción existe un MPS (plan maestro de producción) que cumple el tiempo establecido según objetivos propuestos por la empresa.	✓		✓		✓		
<b>D3: Marketing</b>		Si	No	Si	No	Si	No	
8	Diseñar un plan de marketing, es una razón para mejorar la internacionalización de la empresa.	✓		✓		✓		
9	El mercado objetivo de la empresa, tanto nacional como internacional, exige que los productos finales sean certificados.	✓		✓		✓		
10	En el período 2014 – 2017 la empresa tuvo un incremento en la comercialización de sus productos, a nivel local e internacional.	✓		✓		✓		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

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

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg.:** Vladimir Villanueva Orbegoso ..... **DNI:** 29685615 .....

**Especialidad del validador:** Finanzas y Proyectos de Inversión .....

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** 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

Lima 27 de Sep ..... del 2018

  
-----  
**Firma del Experto Informante.**



**Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Importaciones**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>D1: Rivalidad Global</b>								
11	Los insumos que se importan para la producción cumplen aspectos de calidad exigidos por la empresa	✓		✓		✓		
12	El precio de los insumos importados es un factor que respalda la decisión de la empresa al realizar compras internacionales.	✓		✓		✓		
<b>D2: Diversificación</b>								
13	El cambio a nuevos proveedores podría disminuir el nivel de calidad en los productos ofrecidos por la empresa.	✓		✓		✓		
14	Reemplazar a los proveedores generaría un incremento en la estructura de costos productivos de las líneas de negocio.	✓		✓		✓		
15	La decisión de optar por nuevos proveedores sería una ventaja en procesos productivos y demanda de comercialización.	✓		✓		✓		
16	La tecnología utilizadas en los procesos productivos permite obtener una ventaja competitiva y una diversificación de sus productos.	✓		✓		✓		
<b>D3: Acceso a mercado</b>								
17	Considera altos los AD/V gravados a los insumos importados por la empresa, según destino de origen.	✓		✓		✓		
18	La exoneración de AD/V gravados a los insumos importados haría más eficiente la comercialización de los productos.	✓		✓		✓		
19	La falta de TLC's con algunos países que proveen los insumos importados, es una situación desventajosa para la empresa.	✓		✓		✓		
20	Contar con proveedores, con los que si tenemos TLC's vigentes, favorecería en los procesos de comercialización.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad: Aplicable       Aplicable después de corregir       No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg.: Medimir Villanueva Ortega ..... DNI: 29685615 .....

Especialidad del validador: Finanzas y Proyectos de inversión .....

Lima 27 de Sep ..... del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: 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 3**  
**Matriz de Consistencia**

**Título: “La Gestión Logística y las Importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C entre los años 2014 al 2017”**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES E INDICADORES</b>				
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Existe relación entre la gestión logística y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿Existe relación entre el aprovisionamiento y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017?</p> <p>¿Existe relación entre la producción y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017?</p> <p>¿Existe relación entre el marketing y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Establecer la relación que existe entre la gestión logística y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre el aprovisionamiento y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.</p> <p>Determinar la relación que existe entre la producción y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.</p> <p>Determinar la relación que existe entre el marketing y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p>Existe relación positiva entre la gestión logística y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b></p> <p>Existe relación positiva entre el aprovisionamiento y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.</p> <p>Existe relación positiva entre la producción y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.</p> <p>Existe relación positiva entre el marketing y las importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017.</p>	<b>Variable 1: Gestión Logística</b>				
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Rango</b>	
			Aprovisionamiento	Proveedores	1 -2	Totalmente en desacuerdo = 1	
				Gestión de stocks	3		
				Almacenes	4	Bastante en desacuerdo = 2	
			Producción	Insumos	5	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo =3	
				Plan de producción	6 – 7		
			Marketing	Plan de marketing	8	Bastante de acuerdo = 4	
				Clientes	9 - 10	Totalmente de acuerdo = 5	
			<b>Variable 2: Importación</b>				
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Rango</b>	
			Rivalidad global	Calidad	11	Totalmente en desacuerdo = 1	
Precio	12						
Diversificación	Riesgo	13 - 14	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo =3				
	Competitividad	15 - 16					
Acceso al mercado	Barreras arancelarias	17 - 18	Bastante de acuerdo = 4				
	TLC	19 - 20			Totalmente de acuerdo = 5		

Yo, Roque Juan Espinoza Casco, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo sede ATE, revisor de la tesis titulada "LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LAS IMPORTACIONES DE LA EMPRESA TECNOPRESS S.A.C. ENTRE LOS AÑOS 2014 AL 2017", del estudiante Luis Eduardo Porras Salazar, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **24%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Ate, 20 de diciembre del 2018



Firma

Roque Juan Espinoza Casco

DNI: 07766626



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------





# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

### ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

La Gestión Logística y las Importaciones de la empresa Tecnopress S.A.C. entre los años 2014 al 2017

### Resumen de coincidencias

# 24 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

#### Coincidencias

1	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	7 %	>
2	repositorio.ucv.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	5 %	>
3	repositorio.usil.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	2 %	>
4	repositorioacademico... <small>Fuente de Internet</small>	1 %	>
5	repositorio.uide.edu.ec <small>Fuente de Internet</small>	1 %	>
6	repositorio.unap.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	1 %	>



El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don Luis Eduardo Porras Salazar, cuyo título es: "LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LAS IMPORTACIONES DE LA EMPRESA TECNOPRESS S.A.C. ENTRE LOS AÑOS 2014 AL 2017".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 (catorce).

Ate, 20 de diciembre del 2018

  
 PRESIDENTE

  
 SECRETARIO

  
 VOCAL



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------







# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Programa de estudios de Negocios Internacionales

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Luis Eduardo Porras Salazar

---

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LAS IMPORTACIONES DE LA EMPRESA TECNOPRESS S.A.C.  
ENTRE LOS AÑOS 2014 AL 2017

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

---

SUSTENTADO EN FECHA: 20 de diciembre del 2018

NOTA O MENCIÓN: 14

  
Roque Juan Espinoza Casco

