



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

**SOPORTE LOGÍSTICO Y LA COMPETITIVIDAD
INTERNACIONAL DE LA EMPRESA AGROINDPEX S.A.C.,
DISTRITO DE SUPE PUERTO, 2020.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR LA BACHILLER:

ALEXANDRA YULISSA MONZON GARCIA

ASESOR:

Dr. POLICARPO DIÓMEDES MÁRQUEZ VALENCIA



Dr. Adm. POLICARPO MÁRQUEZ VALENCIA
GLAD. 04982
DOCENTE

Huacho – Perú

2021

MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR

Dr. Timoteo Solano Armas
Presidente

Dr. Carlos Máximo Gonzales Añorga
Secretario

Dr. Elvis Richard Sánchez García
Vocal



Dr. Polcarpo Diomedes Márquez
Valencia
Asesor

Título:

**SOPORTE LOGÍSTICO Y LA COMPETITIVIDAD
INTERNACIONAL DE LA EMPRESA AGROINDPEX S.A.C.,
DISTRITO DE SUPE PUERTO, 2020**

DEDICATORIA

A mi familia que estuvo siempre motivándome para terminar con éxito mi carrera universitaria y a mi novio que ha estado incondicionalmente conmigo en todo este proceso para no rendirme y finalmente a mi madre que está en el cielo que me guía siempre con su luz.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme seguir adelante con buena salud y realizar cada meta que me propongo, a mi familia por el amor, apoyo y por celebrar cada una de ellas. Agradecer a mi universidad José Faustino Sánchez Carrión y a los docentes de mi facultad por las enseñanzas y disciplina que cultivaron en cada clase.

A todos ellos, muchas gracias.

ÍNDICE GENERAL

TITULO	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE GENERAL	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	01
1.2. Formulación del Problema	02
1.2.1. Problema General	02
1.2.2. Problemas Específicos	02
1.3. Objetivos de la Investigación	03
1.3.1. Objetivo General	03
1.3.2. Objetivos Específicos	03
1.4. Justificación de la investigación	03
1.5. Delimitación del estudio	04
1.6. Viabilidad del estudio	04

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación	05
2.1.1. Investigaciones internacionales	05
2.1.2. Investigaciones nacionales	06
2.2. Bases Teóricas	07
2.3. Definiciones de términos básicos	27
2.4. Hipótesis de investigación	29
2.4.1. Hipótesis General	29

2.4.2. Hipótesis Específicas	29
2.5. Operacionalización de las variables	30

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico	31
3.2. Población y muestra	31
3.2.1. Población	31
3.2.2. Muestra	31
3.3. Técnicas de recolección de datos	31
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información	32

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados	33
4.2. Contrastación de hipótesis	44

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados	49
------------------------------	----

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones	52
6.2. Recomendaciones	53

REFERENCIAS

7.1. Fuentes bibliográficas	54
7.2. Fuentes electrónicas	55

ANEXO

A. Cuestionario	57
-----------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Distribución según el Género de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	33
Tabla 2.	Distribución según la edad de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	34
Tabla 3.	Resultado del Servicio al cliente según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	35
Tabla 4.	Resultado del Transporte según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	36
Tabla 5.	Resultado de la Gestión de inventarios según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	37
Tabla 6.	Resultado del Procesamiento de pedidos según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	38
Tabla 7.	Resultado del Comercio y logística según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	39
Tabla 8.	Resultado de la Función financiera según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	40
Tabla 9.	Resultado de la Tecnología según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	41
Tabla 10.	Resultado de la Talento humano según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	42
Tabla 11.	Pruebas de normalidad	43
Tabla 12.	Correlación de Rho de Spearman entre el soporte logístico y competitividad internacional	44
Tabla 13.	Correlación de Rho de Spearman entre el soporte logístico y competitividad internacional	45
Tabla 14.	Correlación de Rho de Spearman entre el transporte y competitividad internacional	46
Tabla 15.	Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de inventarios y competitividad internacional	47
Tabla 16.	Correlación de Rho de Spearman entre el procesamiento de pedidos y competitividad internacional	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Género de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	33
Figura 2.	Edad de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	34
Figura 3.	Servicio al cliente según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	35
Figura 4.	Transporte según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	36
Figura 5.	Gestión de inventarios según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	37
Figura 6.	Procesamiento de pedidos según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	38
Figura 7.	Comercio y logística según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	39
Figura 8.	Función financiera según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	40
Figura 9.	Tecnología según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	41
Figura 10.	Talento humano según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto	42

RESUMEN

Objetivo: Establecer de que manera el soporte logístico influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020. Métodos: La presente investigación es de tipo aplicada, nivel es correlacional, diseño no experimental, enfoque cuantitativo. La población fue 47 trabajadores. La confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach (0,898). Resultados: Respecto al Soporte logístico, el 6,4% mencionó que casi nunca apoyan el ciclo completo de flujos de materiales: de la compra y el control interno de las materias para producción, a la planeación y control del trabajo, y la compra, embarque y distribución del producto terminado, seguidamente el 70,4% mencionó que a veces y el 23,4% respondieron que casi siempre. Así mismo, respecto a la Competitividad internacional, el 4,3% mencionó que nunca mantiene un crecimiento satisfactorio de las rentas reales generadas por su actividad, el 48,9% menciona que a veces, el 42,6% mencionó que casi siempre y el 4,3% mencionó que siempre. Conclusión: El soporte logístico influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

Palabras clave: Servicio al cliente, transporte, gestión de inventarios y procesamiento de pedidos.

ABSTRACT

Objective: To establish how the logistic support influences the international competitiveness of the company Agroindpex S.A.C., Supe Puerto district, 2020. **Methods:** This research is applied, level is correlational, non-experimental design, quantitative approach. The population was 47 workers. The reliability of the instrument was performed using Cronbach's alpha coefficient (0.898). **Results:** Regarding logistics support, 6.4% mentioned that they almost never support the complete cycle of material flows: from purchasing and internal control of materials for production, to planning and control of work, and purchasing, shipment and distribution of the finished product, then 70.4% mentioned that sometimes and 23.4% answered that almost always. Likewise, regarding international competitiveness, 4.3% mentioned that they never maintain satisfactory growth in real income generated by their activity, 48.9% mentioned that sometimes, 42.6% mentioned that almost always and 4.3% mentioned that always. **Conclusion:** The logistics support significantly influences the international competitiveness of the company Agroindpex S.A.C., Supe Puerto district, 2020.

Keywords: Customer service, transportation, inventory management, and order processing.

INTRODUCCIÓN

El entorno actual se ha vuelto cada vez más competitivo, pues las empresas buscan estrategias que las conviertan en líderes en su mercado objetivo. En este contexto, en las últimas décadas se ha tomado un mayor interés al soporte logístico, pues la logística es sin duda un elemento relevante ya que es responsable de comprar, almacenar y gestionar los inventarios de la empresa. Cada proceso logístico representa una oportunidad de desarrollo, porque ejecuta diferentes fases integrales o parciales entre el punto de origen y el punto de destino. En donde el soporte logístico brinda las soluciones más importantes para optimizar la productividad, eficiencia y eficacia, costos y la misma rentabilidad, por medio de diversas herramientas para una gestión eficiente.

Las actividades en el soporte logístico se centran en una adecuada organización entre la logística, la producción y la comercialización. La empresa que se centre en el crecimiento óptimo de su táctica tendrá grandes beneficios como una mejor penetración de mercados, pues un sistema logístico óptimo reduce de manera significativa los costos totales del producto, por tanto, estos pueden llegar a los mercados objetivos sumamente competitivos.

Es así que, en un entorno globalizado, la logística representa un pilar fundamental para tener una mayor competitividad. Un buen sistema logístico debe ir de la mano con una adecuada estrategia de transporte pues elegir una zona más conveniente representa una disminución de los costos asociados al mismo, obteniendo una ventaja competitiva frente a la competencia. Una empresa que busca tener competitividad debe tener comprender la importancia que representa pues implica tener eficiencia, calidad, flexibilidad, rapidez y principalmente tener motivado a su recurso humano.

Es por ello que tiene como objetivo general establecer de que manera el soporte logístico influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Agroindpex S.A.C. es una empresa peruana creada en el año 2012. La empresa se dedica principalmente a la exportación de chiles, granos y semillas tales como pimiento paprika, frijol canario, quinua blanca, roja y negra, ajos frescos congelados, entre otros hacia mercados internacionales. Cuenta con local propio, maquinarias y con personal trabajando con excelencia para lograr sus propósitos y generar confianza en sus clientes a con sus productos de calidad y a través de un buen servicio. La empresa Agroindpex S.A.C. se encuentra ubicada en el distrito de Supe Puerto, provincia de Barranca, departamento de Lima.

En la empresa Agroindpex S.A.C. se ha hecho evidente una menor competitividad a nivel internacional en últimos meses esto debido a diferentes circunstancias como la falta de innovación tecnología en su maquinaria dificulta su escala de producción; falta un estudio de mercado que le permita tomar decisiones en relación a sus estrategias; falta de capacitación y promociones ha generado que su personal no se sienta comprometido con su labor; carece de conocimiento con respecto a la competencia; otro factor son las deficiencias que ha presentado en el servicio al cliente pues se ha generado constantes retrasos en sus pedidos.

Con respecto al soporte logístico la empresa Agroindpex S.A.C. también se ha podido detectar problemas debido a la falta de estrategias en relación al transporte se ha generado varios retrasos en la entrega de los productos, así como también establecer las rutas de transporte ideales; carece un sistema de gestión de inventarios eficiente lo que ha ocasionado dificultades para determinar cantidad de productos que poseen; no se ha organizado la interacción entre la gestión y la de inventarios ocasionado un sobre stock de productos; falta de flexibilidad ha generado

dificultades para adaptarse a los cambios tanto internos como externos; falta de inversión en asesoramiento ha ocasionado que pierda clientes.

Si la empresa Agroindpex S.A.C. continúa presentando los problemas antes expuestos generará diferentes situaciones que puedan afectar la empresa lo que conllevará perder presencia en el mercado extranjero y su rentabilidad

Por tal motivo, empresa Agroindpex S.A.C. tenga presente la importancia de contar con un soporte logístico integrado y óptimo en sus actividades, pues contribuirá tener una elevada competitividad en el entorno local e internacional.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera el soporte logístico influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020?

1.2.2. Problemas Específicos

- a. ¿De qué manera el servicio al cliente influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020?
- b. ¿De qué manera el transporte influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020?
- c. ¿De qué manera la gestión de inventarios influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020?
- d. ¿De qué manera el procesamiento de pedidos influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Establecer de que manera el soporte logístico influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a. Establecer de que manera el servicio al cliente influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.
- b. Establecer de que manera el transporte influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.
- c. Establecer de que manera la gestión de inventarios influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.
- d. Establecer de que manera el procesamiento de pedidos influye en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

1.4. Justificación de la investigación

Justificación practica

El estudio tuvo por objeto brindar recomendaciones para solucionar los problemas puestos en la realidad problemática, problemas tales como el conflicto del empleado, falta de habilidades para diferentes áreas y situaciones, entre otros problemas.

Relevancia social

Mientras apoye en dar a la empresa Agroindpex S.A.C las herramientas estratégicas necesarias para mejorar el soporte logístico, con el fin de mejorar su competitividad a nivel global y de esta forma generar una mayor rentabilidad.

1.5. Delimitación del estudio

- Delimitación geográfica: Empresa Agroindpex S.A.C., departamento de Lima.
- Delimitación temporal: noviembre del año 2019 a abril del año 2021.
- Delimitación social: trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C.
- Delimitación semántica: Soporte logístico y Competitividad internacional.

Chase, Jacobs y Aquilano (2009) definen al soporte logístico como las actividades de carácter administrativo cuyo objeto es apoyar al ciclo total de la secuencias de recursos: de la compra y el control interno de los recursos para la elaboración, a la planificación y monitoreo de trabajo, adquisición, embarque y repartición del bien final.

Chase, Jacobs y Aquilano (2009) definen a la competitividad internacional como “la postura que se vincula con las demás empresas del mercado, a nivel nacional o internacional” (p. 22).

1.6. Viabilidad del estudio

Se dispuso de los medios esenciales (personal, recursos y solvencia económica), lo que asegura la factibilidad y por lo cual es posible que el estudio se realice.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones internacionales

Morales (2015), “La logística empresarial y la rentabilidad de la Distribuidora Dimar”, Universidad Técnica de Ambato. El objetivo fue realizar un esquema de logística empresarial basado en el Método Trúput con la finalidad de agilizar el ciclo de caja. Es una investigación de tipo descriptivo correlacional. La población fue 85 empresas, muestra de 70 empresas. Utilizó la observación. Concluyó que se determinó también la “necesidad de proponer un esquema de logística empresarial basada en el Método Trúput para la Distribuidora Dimar, que le permita el eficaz cumplimiento de metas y objetivos, la efectividad en el uso de recursos y la calidad en los procesos” (p.100).

Cabrera y Loango (2014), “Factores de éxito y competitividad de las empresas del Valle del Cauca”, Universidad Icesi. Colombia. El objetivo fue identificar la percepción de los consumidores y los factores claves de éxito y competitividad. Es una investigación descriptiva transversal. Utilizó la observación, entrevista y cuestionario. La población fue 70 personas. Concluyó que “los consumidores de los productos de Harinera del Valle, cuya percepción de la empresa se basa más que todo en una marca en especial, y no tienden a tener presente la gran variedad de productos que ofrece la empresa” (p.97).

Monroy (2014), “Análisis de la competitividad para la exportación de carbón térmico a granel del Puerto Compas Barranquilla”, Universidad Militar Nueva Granada. El objetivo fue realizar un análisis sobre la

competitividad de las exportaciones. Concluyó que “es fundamental que Compas Barranquilla de un mejor aprovechamiento a las ventajas comparativas en Colombia y promueva el transporte fluvial como parte de una estrategia multimodal integral que viabilice maximizar el potencial exportador de Colombia” (p.100)... a través “del incremento de la productividad y reducción significativa de costos mediante la promoción de la reactivación de la navegación comercial de carbón por el río Magdalena desde el interior del país hacia su puerto” (p.100).

2.1.2. Investigaciones nacionales

Marrufo y Montano (2020), “La innovación y la competitividad de la pequeña empresa exportadora Inversiones y Negociaciones Sipan SAC, 2017”, Universidad Tecnológica del Perú. El objetivo fue identificar la influencia entre la innovación y la competitividad. Es una investigación descriptiva correlacional y de diseño no experimental. La población fue 10 trabajadores. Utilizó la encuesta. Concluyó que “existe una relación alta y directa entre la Innovación y la Competitividad de la pequeña empresa exportadora Inversiones y Negociaciones Sipan S.A.C.” (p.104).

Benavides y Paredes (2018), “El soporte logístico y su relación con la competitividad internacional de las empresas exportadoras en la provincia de San Martín, 2016”, Universidad Nacional de San Martín. El objetivo fue determinar la relación entre el soporte logístico y la competitividad internacional. Es una investigación de tipo aplicada, correlacional de diseño no experimental. La población 24 personas. Utilizó la encuesta y el fichaje. Concluyó que “existe una relación directa fuerte entre el soporte logístico y la competitividad internacional de las empresas exportadoras en la provincia de San Martín, 2016” (p. 31).

Huali (2014), “Soporte logístico de la empresa Zicsa Contratistas Generales S.A. en la ejecución del Proyecto Minero Inmaculada Inmaculada - Ayacucho”, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. El objetivo fue proponer técnicas y herramientas para establecer el soporte logístico. Concluyó que “a implantación de una cultura de planeamiento a

miras a lograr un mejor ahorro en todos los ámbitos de sus actividades y así mejorar y establecer una tendencia a mejorar sus tratos o negociaciones con los proveedores” (p.78).

2.2. Bases teóricas

Variable independiente: Soporte logístico

A. Definiciones

Mochón , Mochón y Sáez (2014) la logística es un grupo de recursos y sistemas esenciales para cumplir con la planificación de las actividades de las áreas de compras, producción, manutención y repartición.

Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013), la logística se relaciona con la modo en que una compañía obtiene, fabrica e intercambia medios y servicios en el sitio adecuado y en las proporciones apropiadas para una función correcta.

Schroeder (2011), es un sistema de conceptos que implica procedimientos de carácter logístico vinculados a los distribuidores, fabricas, áreas de almacenamiento, distribución y minoristas para que los medios sean fabricados y repartidos en las proporciones apropiadas, en los sitios y periodos idóneos, con beneficio cada una de las partes implicadas y llevando a cabo los niveles de servicio necesarios para dar satisfacción al cliente objetivo.

Chase, Jacobs y Aquilano (2009), definen al soporte logístico como las actividades de carácter administrativo cuyo objeto es apoyar al ciclo total de la secuencias de recursos: de la compra y el control interno de los recursos para la elaboración, a la planificación y monitoreo de trabajo, adquisición, embarque y repartición del bien final.

B. Dimensiones

Chase, Jacobs y Aquilano (2009) mencionan las dimensiones clave para un soporte logístico adecuado:

a. Servicio al cliente

Es el servicio o atención que ofrece una compañía a sus compradores a la hora de ocuparse de los encargos o quejas, referente al bien o servicio brindado.

b. Transporte

Es el movimiento de la carga (recursos, bienes y bienes finalizados) de un punto a otro conforme la demanda sea planificada.

c. Gestión de inventarios

Trata en gestionar los inventarios que necesita tener dentro de una empresa con el fin de que estos tengan un mejor funcionamiento y teniendo un coste lo menor posible.

d. Procesamiento de pedidos

Es una cantidad de actividades comprendidas en un periodo del pedido del consumidor. Incluyen preparación, la transmisión, la entrada, el surtido y el informe sobre el estado del pedido.

C. Etapas de la cadena de suministro

Anaya (2011) menciona los cuatro procesos esenciales para el sostén logístico que se convierten en etapas importantes en una cadena de suministro

- Planeación de mercado. Anticipación de los requerimientos para cubrir las necesidades del cliente.
- El aprovisionamiento. Proyectos y convenios con proveedores para lograr los costes de entrega más bajos posibles.
- La fabricación. La suma adaptabilidad industrial y mínimos costes para dar satisfacción al mercado.
- La provisión. El manejo correcto de bienes en almacén y distribución física.

A partir de un enfoque de planeación, las funciones de la cadena de suministro están tipificadas de la siguiente manera:

a. Funciones tácticas

- Estrategias de aprovisionamiento, es decir, las determinaciones referentes a la fabricación. En cual puede comprender políticas de “descolocación industrial”, en búsqueda de naciones de mano de obra de bajo coste en plantas donde tienen mano de obra en gran demasía, tales decisiones son de “outsourcing industrial” de ciertos elementos.
- Mejoramiento de la red, comprende la proporción de almacenes y áreas de repartición, localización y capacidad de estos, de esta manera las cantidades de manutención y traslados requeridos.
- Tácticas de apoyo con proveedores, distribuidores y compradores totales, concibiendo medios de comunicación para datos críticas y mejores operativas como envíos directos y vínculos con otros operadores logísticos.
- Formación de bienes y comunicación: Es donde consumidores o proveedores se integran en un procedimiento de procedimiento para minimizar el “time to market”, considerando factores como:
 - o Reconocer tendencias, carencias e inclinaciones de los compradores.
 - o Elección de bienes necesarios de manera global con los principios de abastecimiento.
 - o Crecimiento de tecnologías de fabricación en el mecanismo de elaboración para integrarse en la cadena de suministro de un modo apropiado.
- Base de datos adecuada para dar soporte a la cadena operativa.

b. Actividades tácticas

- Planificación de la demanda, coordinado el pronóstico de la exigencia de cada comprador y distribuidor en cada proveedor.
- Determinaciones en elaboración, comprende contratos, programación y mecanismos de planeación.
- Determinación de inventario, comprende volumen, ubicación y calidad de estos.

- Táctica de traslado, comprende frecuencia, rumbo y tipo de acuerdo.
- Benchmarking de cada operación con respecto a la competencia e puesto en marcha de las buenas prácticas en la organización.

c. Funciones de operación

En el cual es posible integrar estas funciones:

- Programación diaria de la fabricación y repartición, comprende cada módulo en la cadena de suministros.
- Mecanismo de la fabricación para cada línea de producción en la cadena de suministro.
- Planeación de aprovisionamiento, considerando el inventario vigente y el pronóstico de ventas en apoyo con cada proveedor.
- Administración operativa de toda la compañía.

D. Importancia de un sistema logístico

Chase, Jacobs y Aquilano (2009), la empresa que se centre en la elaboración de una buena estrategia de traslado es muy importante ya que tiene los siguientes beneficios:

- Ingreso de Mercados: La mejora del Sistema Logístico de una organización genera un mínimo de costes legales para un bien que se vende en un mercado lejano, por tal motivo, estos pueden llegar tener mucha competitividad con respecto a los bienes que ponen en venta en un mismo mercado.
- Economías de Escala: En este sistema globalizado hay lugares que optimizan la localización de puntos de fabricación, no obstante, las ventajas que pueden brindar el sitio geográfico pueden parecer incipientes de traslado y lograr una reducción significativa de los costes vinculados con este. Se logra una autonomía de elección de ventajas competitivas a través de la elección de una localización geográfica preferible. Por lo general, el traslado de fabricación tiene una perspectiva de aprovechamiento de costes mínimos de elaboración, el empleo a gran escala de plantas y la especialización del personal, de esta manera de logrará obtener los beneficios de una economía de escala.

E. Diseño y planificación de un sistema logístico

Huali (2014), las funciones de carácter logístico deben planificarse con sumo cuidado. La falta de planeación del mecanismo logístico da problemas, como: espacios reducidos, inventarios elevados, secuencias no coordinadas de procedimientos, traslados no económicos, entre otros. Con el fin de diseñar un plan logístico es importante tener en cuenta estos elementos: La táctica de operaciones, sitio de inventarios y almacenes, políticas de aprovisionamiento, cualidades de almacenamiento, sistemas de datos empleados, etcétera.

Hay prácticas que pueden ser considerados vitales para la mejora de la secuencia de bienes y prestaciones. Las cuales se pueden nombrar: Perspectiva del comprador, adaptabilidad de la fabricación en relación de la exigencia, adaptación de las compras conformes a las carencias de fabricación, concepción de vínculos más colaborativos entre proveedores y clientes. Dichas prácticas se enfocan al logro de aspectos relevantes:

(1) La complacencia del comprador (bajo precio, calidad de servicio mejorada, tiempo de entrega menor, más productos)

(2) La investigación de una elevada rentabilidad para la empresa (pocos egresos, más eficiencia, más rotación de inventarios).

La investigación de datos precisos para medir el rendimiento de la empresa, hace que está realice un sistema de indicadores del Sistema de Gestión Logística que se traslada en un instrumento relevante para medición de factores cruciales que deciden sobre la competitividad. Los datos entregados para dichos indicadores son empleados para dar control a la evolución de departamentos críticos de la empresa y dar facilidad para la toma de decisiones, debido a que dichos indicadores deben dar el rendimiento de los elementos principales conforme a la táctica general de la empresa.

F. Decisiones para el diseño de un sistema logístico

Casnovas y Cuatrecasas (2011), un sistema logístico debe contar con una mezcla de datos y del flujo de bienes entre cliente y proveedores:

- Flujo de bienes: Procedimiento descendiente de medios, bienes y prestaciones. Mejor dicho, adquisiciones, abastecimiento, almacenaje, elaboración, traslado, repartición.
- Flujo de datos: El sistema ascendiente de datos, que, desde los pronósticos de ventas y demanda, hace posible saber el tipo de producto y cantidad, el lugar y el tiempo requeridos, mejor dicho, los programas de abastecimiento, elaboración y repartición.

A causa a la interdependencia que hay entre estos, es importante hacer un diseño del sistema logístico contemplado en dos flujos simultáneos para una apropiada optimización de un flujo global.

G. Importancia de la logística en la organización empresarial

Carreño (2017), comprender la circulación de los bienes de una organización es un mecanismo que debe ser gestionado íntegramente pues facilita la centralización de las funciones de carácter logístico en una sola área de la organización.

Los vínculos de coste – servicio que administra la logística con los otros departamentos y su incidencia en las actividades de la organización hechas en el área logística tengan un grado gerencial parecido al de las gerencias de fabricación, ventas, finanzas, entre otros en la estructura de la empresa.

La perspectiva de los vínculos coste – servicio que administra la logística y su incidencia en la empresa. En caso de las otras áreas es posible comprenderlas del siguiente modo: cuando el área de logística de una organización tomará la decisión de emplear el medio de mínimos costes, aunque dicho medio es lento, dichos retrasos influyen en el área de fabricación deteniendo las funciones, lo que genera pérdidas de horas hombre u equipos, lo que puede generar altos costes en los ahorros del transporte. Si el área de compras solicita proporciones elevadas con el fin de generar descuentos sino tiene una coordinación previa con el almacén superará su espacio perjudicando esta área.

Situaciones como esta ha llevado a la logística se enfoque en una gerencia autónoma y realice y mantenga vínculos de organización con sus

demás pares (fabricación, comercial, etcetera) y no de subordinación, ya que estas a menudo con situaciones de carencia o exceso de costes que impactan en la organización.

Por lo general, las empresa con ciertas funciones logísticas subordinadas en un área distante pueden tener situaciones problemáticas. Como por ejemplo, cuando el área comercial se responsabiliza de la repartición, es posible hallar contextos por la prisa del área comercial de lograr los objetivos se atienda la demanda sin considerar la capacidad del trasalado o el recorddio de la ruta, produciendo costes elevados en la repartición e impactando en el rendimiento de la organización en su totalidad.

Pues el impacto que tiene la logística afecta a todas las área de la organización, los vinculos hechos por logística en áreas como fabricación, comercio y finanzas, son esencialmente interesantes y cercanas. Es posible reconocerlas a contunuación:

- Vinculo con la logística – fabricación: a causa que el área de fabricación de una compañía es el área donde consume más material, se transforma en una demandante del área logística.

En tanto para la fabricación lo más importante es que sobre material a que sean escasos, aunque en la logística tener un exceso de stock o falta de materiales resulta perjudicial. Es posible que el sobre stock oblique a emplear el almacén y más costos inmovilizados con los sobrecostos financieros vinculados, etceterá. Los quiebres de stocks también son perjudiciales, ya que producen horas hombre o máquinas paralizadas o el empleo de transporte de elevados costes para llevar el stock carente para hacerse cargo de dichas emergencias.

Es importante que la logistica emplee los bienes eficientemente, por tal motivo debe tener conocimiento de fabricación, los tipos de materiales a emplear, los volumenes y circunstancias de empleo para organziar el flujo de dichos bienes.

Un aspecto que denota el vinculo de trabajo son las carencias o necesidades apremiantes del área de producción, que a menudo surgen en simultáneo, dando la impresión que el área de produccción no tiene planificación.

Lo que conduce a la logística a despreciar este tipo de pedidos, incluso si estos son verdaderos, lo que genera conflictos entre las áreas involucradas.

- Vinculo logística – comercial: La organización comercial tiene por objeto poner los bienes al alcance del empleado en las proporciones y tiempos adecuados, empleando o no los medios de traslado. El modo de lograrlo sin necesidad de elevar los costes que se traduzcan en pérdidas para la organización es la labor del área logística, en particular la distribución. Si se quiere lograr, el área logística debe tener un trabajo estrecho con el área comercial y tener conocimiento de sus proyectos comerciales, para diseñar y funcionar el sistema de repartición, evaluando y monitoreando las cantidades esenciales como tiempo de respuesta y capacidad, entre los demás.

Así como el área de producción, el área de comercial por lo general se traslada a la logística de pedidos “apremiantes” o “muy urgentes”, donde es importante que sean atendidos de manera inmediata para satisfacer las necesidades del cliente. Dicho requerimiento genera una sensación de una labor deficiente del área comercial generando brechas entre las dos áreas involucradas.

.Vinculo logística – finanzas: La gestión del flujo de ingresos y salidas de bienes o bienes finalizados necesitan el empleo de almacenes, medios de traslado, proveedores, entre otros, que involucran la solvencia de la organización. Es por tal motivo que surgen los vinculos entre la logística y finanzas, éstas deben ser coordinadas de manera rápida y efectiva para dar satisfacción a los clientes tanto internos como externos de la organización.

Logística, en relación a los proyectos de producción y comercio, evaluará las carencias de materiales, a menudo por año, para realizar las actividades de almacenaje, traslado y adquisición de bienes. Finanzas estimará sobre dicha base de sus carencias de capital de trabajo, medios de pago a proveedores, fuentes de solvencia, etcetera.

La labor de las dos áreas se basa en la organización para que las dos áreas lleven a cabo las metas simultáneamente.

H. Gestión de compras y la gestión logística

Silvera (2017) menciona que la logística y el área de compra deben trabajar de la mano, pues una eficiente administración de compra influye directamente con la administración logística. Estas dos áreas pueden generar valor en la cadena de suministro que impacta en la compra de mercancías.

Una logística sin aprovisionamiento es como un ser humano sin oxígeno. Una administración adecuada de las compras inicia cuando hay necesidad de realizar el abastecimiento, considerando las políticas hechas para la gestión de stock de bienes y las prioridades según la programación logística del centro de distribución. De esta manera se podrá contar con todas las mercancías que fueron solicitadas a tiempo.

En esta estrecha relación, la logística debe administrar en forma excelente del departamento de compras, planificando todos los acuerdos con los proveedores y organizando el recibo de los productos de forma eficiente. Esto asegurará el correcto funcionamiento del sistema administrativo. En definitiva, la táctica del área de compra debe formar parte del táctica logística, con miras a tener ingresos, reducir costes, incrementar la rentabilidad y brindar un buen servicio al comprador.

Una buena gestión y monitoreo de las funciones vinculadas al flujo físico de bienes, la adquisición es una función inicial de la cadena de suministro. Ello se debe a que el comienzo de la cadena surge de las necesidades de la materia prima y de empaques identificadas para los procedimientos de producción, como también los respuestos para los trabajos de mantenimientos, personal, etcetera.

La administración de compra tiene por propósitos para el aprovisionamiento. Podemos mencionar algunos:

- Dar satisfacción al cliente tanto interno como externo.
- Brindar un mantenimiento continuo en el aprovisionamiento de materiales y prestaciones.
- Mantener en buenos niveles los inventarios.
- Crear consensos con los distribuidores.
- Asegurar un buen precio de la adquisición.
- Dar respaldo a través de un eficiente de coste de compra.

- Dar garantía de compra de productos de elevada calidad.

I. Administración de la gestión logística

Czinkota y Ronkainen (2008) mencionan que el fin de la organización nacional es aventajarse de la colaboración del sistema, la organización de la logística mediante los despachos organizacionales es demostrativo. Sin organización, las empresas suelen optimizar su eficiencia personal, pero a arriesgar el desempeño total de la organización.

a. Administración de la logística centralizada

Una particularidad esencial de este tipo de enfoque para la logística es la presencia de los trabajadores en los centros formales de trabajo que mantiene el poder de decidir acerca de las operaciones de logística que ejercen influencia en las demás. Si el establecimiento principal produce una supervisión, así mismo contarán con el fundamental compromiso de la toma de decisiones. Obviamente los efectos pueden ser no positivos si los directivos regionales son remunerados y analizados con el fundamento en el desempeño que no se encuentra a su alcance. Ello puede considerarse algo dificultoso si los empleados principales no poseen los datos y capacidades suficientes.

b. Administración de la logística descentralizada.

Cuando una organización asiste a gran cantidad de mercados de carácter diversa, el centro general haría a la organización indiferente a los requerimientos de aplicación específica. Si toda filial se torna en un medio de ganancias, cada una de estas tendrá el compromiso general de un desempeño, algo que podría generar una satisfacción mayor para los directivos a nivel local y una acomodación a las particularidades regionales del mercado. No obstante, la desconcentración arrebatará a la competencia logística de las ventajas de organización. Luego que los artículos se encuentren en un mercado en especial, debe esperarse e impulsar una colaboración mayor de las actividades logísticas locales.

c. Logística por contrato

A pesar de que su elección es libre, una gestión logística intrínseca o externa, las organizaciones eligen mayormente la tercerización, lo que conlleva al uso de habilidades logísticas exteriores. Usualmente llamadas logística de

terceros o por contrato, cabe resaltar que cada vez cuenta con un mayor progreso. Las organizaciones en su mayoría realizan alguna subcontratación como mínimo en alguna labor logística esencial y obligaciones vinculadas al traslado. La fundamental razón en base a ello es que las organizaciones personalmente son experimentadas en su sector y por ende se enfocan solamente en sus actividades. Los abastecedores de logística por contrato, por otra parte, son experimentados solo en ello, y poseen la noción y los recursos para llevarlos a cabo de manera eficiente y creativa a las organizaciones que lo requieran.

Variable dependiente: Competitividad internacional

A. Definiciones

D'Alessio (2015) define competitividad como el grado de eficiencia de una empresa, evaluada por un conjunto de indicadores.

Chiavenato (2014) menciona que la competitividad es un proceso complejo que requiere al integrar, articular y tener una visión en conjunto, esto requiere de una perspectiva global de la comprensión del mercado local, los clientes, los competidores, la sociedad, el gobierno y el mundo globalizado.

Bernal y Sierra (2013) mencionan que la competitividad es la habilidad de un área para conservar o incrementar, en libre competencia, su intervención en los mercados internos o externos, al mismo tiempo que conserva un desarrollo satisfactorio de las verdaderas ventas hechas por su función.

Chase, Jacobs y Aquilano (2009), se refiere a la postura que se vincula con las demás empresas del mercado, a nivel nacional o internacional.

B. Dimensiones

Amorós y Dávila (2017) menciona en su investigación las dimensiones de competitividad internacional:

a. Comercio y logística

Son las actividades que abarcan desde el abastecimiento de insumos, para realizar funciones productivas, hasta el servicio de atención al cliente después de la venta. Así como también venta de los productos.

b. Función financiera

Consiste en planear, coordinar, direccionar y monitorear de forma eficiente y eficaz, los materiales de una organización.

c. Tecnología

Consiste en investigar, elaborar, desarrollar, llevar a cabo y gestionar las bases de datos empleados para la gestión de información de la empresa en general.

d. Talento humano

Es la habilidad del individuo que comprende e interpreta hábilmente la manera de solucionar cierta ocupación, haciendo cargo de sus capacidades, potencialidades, vivencias y aptitudes autónomas de los individuos con más talento.

C. Importancia de la competitividad internacional

Fonseca (2015) hace mención que, la competitividad es un tema que debe importar a todos. Ya que, si no se tiene la suficiente competitividad que otras naciones sobre algo en especial, seremos dominados por aquellas naciones que sí lo son. La situación se vuelve grave si evaluamos en donde somos más competitivos en la actualidad.

Una nación es competitiva si sus productos son competitivos, es decir, es la competitividad añadida de la compañía. Sin embargo, la competitividad depende de diferentes elementos, ya que unos dependen de la propia compañía y otros no. El impacto que tiene el gobierno, la situación social, la accesibilidad a los medios, los problemas para hacer la gestión, el equilibrio monetario y jurídico de la nación, como también los vínculos a nivel internacional son parte de un listado de elementos que no están sujetos directamente de la compañía y que inciden de forma decisiva en su competitividad. Aun cuando todo lo antes mencionado es importante, es necesario tomar en cuenta los elementos que si se pueden monitorear, o, al menos, pueden ser controlados en el contexto de la compañía y no estar a la espera de que el estado brinda alguna solución de los temas de competitividad de las compañía porque es probable que esto no se

realice. Una compañía que ha logrado una elevada competitividad en cambio sí tendrá la capacidad de tener la confianza del gobierno para direccionar los esfuerzos y lo más importante en el camino de la competitividad en la nación.

D. Estrategias para incrementar el nivel de competitividad internacional

Uribe (2013) menciona que por lo general es importante tomar acciones de optimización que permita incrementar la competitividad; por eso se sugiere ciertas tácticas:

- Suprimir susceptibilidades

En primer lugar, es necesario que los involucrados de la compañía evalúen cuáles son sus falencias más importantes, que sean motivo de ataques directos de la competencia. Es necesario realizar una evaluación de sus puntos débiles para tener idea en donde pueden hacer daño.

Desde este diagnóstico táctico, a través de la matriz FODA, la matriz de incidencia y el perfil de potencialidades intrínsecas, donde la empresa detectará sus mayores debilidades y su impacto; mejor dicho, sus susceptibilidades.

Algunas empresas podrán hacer uso también del diagrama de Pareto para detectar las pocas debilidades que causan el mayor daño a la organización, identificar así las vulnerabilidades y generar planes de mejora que permita erradicarlas.

- Rediseñar sistemas

Ciertos directores piensan que los mecanismos, procesos y bienes que han tenido éxito serán vitales, por la simple razón que sí. Aunque demuestra lo contrario los gustos y preferencias de los clientes, y los avances de la tecnología (tecnología dura y blanca).

Por esta razón es importante que revisen de forma constante los mecanismos de la compañía y realicen mejoras en estas, con la finalidad de que sean óptimas y que incrementen su competitividad.

- Posicionar agresivamente sus ventajas competitivas

Es importante que, en el mercado, los competidores, las ventajas competitivas de la organización. No es suficiente con realizarlos sino difundirlos sobre su cimiento.

Una táctica de seria y coherente de comunicación genera ventaja competitiva, de ese modo se logra un buen posicionamiento en la mente del cliente.

- Lograr la calidad en los servicios

No cabe duda que el cliente actual sabe diferenciar entre la calidad y no calidad, tomar la decisión entre calidad y no calidad. Antes de enfocaba en los bienes; mejor dicho, la compañía realiza esfuerzos para que el cliente perciba la calidad que este ofrece concreto que este tiene.

En la actualidad no solo se buscar obtener calidad en productos. Sino el cliente toma la decisión sobre la calidad de los servicios vinculados al bien que quiere adquirir. El servicio es la ventaja competitiva por excelencia.

De tal que si la compañía quiere aumentar el nivel de competitividad es necesario que la experiencia del cliente en relación con el servicio esencial que satisface una necesidad en particular. Mejor dicho, que la compañía logre la máxima calidad en los servicios que preste atención al cliente; o bien dar satisfacción su carencia, o si bien para superar sus expectativas.

E. Resultados de la competitividad estratégica

Hitt, Ireland y Hoskisson (2015), las estrategias internacionales generan tres beneficios básicos para la empresa.

La compañía obtiene beneficios básicos cuando maneja con éxito los riesgos políticos, los económicos y los de otras instituciones al mismo tiempo que implementa sus estrategias internacionales, a su vez, estos beneficiosos son críticos para las actividades de la compañía para alcanzar la competitividad estratégica.

En general, la medida en que las compañías alcanzan la competitividad estratégica por medio de la estrategia de diversificación internacional.

Como extensión o elaboración de la estrategia internacional, una estrategia de diversificación internacional es aquella que utiliza una compañía para expandir las ventas de sus bienes o servicios trascendiendo las fronteras de diferentes países y regiones del mundo para llegar a un número potencialmente grande de mercados o ubicaciones geográficos.

En lugar de entrar en uno o unos cuantos mercados, la estrategia de diversificación internacional lleva a las empresas a emplear estrategias internacionales al nivel de negocio y al nivel de compañía con el propósito de entrar en muchos mercados y regiones para vender sus productos

a. Diversificación internacional y rendimientos

Existe evidencia de que las compañías utilizan una estrategia de diversificación internacional por razones de razones, lo que significa que la diversificación internacional guarda una relación positiva con el rendimiento de la compañía médica debido a los rendimientos que obtienen sobre sus inversiones.

Las investigaciones indican que una medida que se incrementa la diversificación internacional, los rendimientos de una compañía disminuyen al principio, pero después aumentan con rapidez conforme aprende a administrar la mayor diversificación geográfica que ha creado.

De hecho, el mercado de valores es particularmente sensible a las inversiones en los mercados internacionales.

Las compañías que están muy diversificadas en muchos mercados internacionales reciben por lo general rendimientos más altos en la bolsa, en especial cuando se diversifican geográficamente en áreas de su negocio central.

Muchos factores tienen los efectos positivos de la diversificación internacional, por ejemplo, la propiedad privada frente a la pública, las posibles dificultades de escala y la experiencia, las ventajas de la ubicación, el mayor tamaño del mercado y la posibilidad de estabilizar los rendimientos ayudan a reducir el riesgo general de una compañía.

Las compañías grandes y bien establecidas y tanto dependen de una estrategia de diversificación internacional.

Como detalla antes del recuadro Enfoque estratégico, FEMSA aborda una estrategia de adquisiciones para aumentar su diversificación internacional.

Los resultados financieros de FEMSA señalan que la compañía ha obtenido rendimientos positivos con esta estrategia. Por supuesto que su reciente ingreso a los mercados de Asia, con la adquisición de operaciones en Filipinas, podría plantear desafíos más grandes.

b. Acentuar la innovación

Anteriormente dijimos que el desarrollo de nueva tecnología es la médula de la competitividad estratégica.

Como señalamos en la explicación de las determinantes de la ventaja nacional, la competitividad de un país dependiente, en parte, de la capacidad de sus industrias para innovar. Con el transcurso del tiempo, es inevitable que las competidoras superen a las compañías que no innovan.

Por lo tanto, la única vía para los países y las compañías individuales sostenidas una ventaja competitiva radica en la vayan actualizando continuamente por medio de la innovación.

Una estrategia de diversificación internacional y la diversificación geográfica que genera el potencial para las compañías obteniendo rendimientos más altos sobre sus innovaciones (por vía de mercados más numerosos o más grandes) al mismo tiempo que los muchos riesgos que suelen significar las inversiones en IyD.

Además, la diversificación internacional también sería necesaria para generar los recursos que se necesitarían para tener una operación de IyD a gran escala. Un entorno donde la obsolescencia tecnológica se presenta con rapidez dificultaría la inversión en nueva tecnología y las operaciones de capital intensivo que se necesitan para competir en ese entorno.

Las compañías que operan exclusivamente en sus mercados privados pueden encontrar que estas inversiones son difíciles debido al mucho tiempo que se necesita para recuperar la inversión original.

Sin embargo, la compañía que se diversifica en una serie de mercados internacionales.

F. Globalización, competitividad y ventaja competitiva

Bernal y Sierra (2013), no cabe duda la trascendencia que en la actualidad tiene la globalización y competitividad a nivel empresarial. Por tal motivo es relevante tener conocimiento sobre estos dos temas así como también sobre la ventaja competitiva.

- Globalización

Se conceptualiza como un proceso de incorporación e interdependencia de los países en diferentes aspectos como cultural, social, político, jurídico y legal mostrada en acrecentar los flujos internacionales de individuos, rasgos culturales, sociales, saberes, datos, productos y prestaciones, tecnología y capitales.

Sin embargo, el concepto antes mencionado sobre globalización está relacionado a su vínculo con la economía respecto a la liberalización y los flujos de los mercados internacionales en los ámbitos de la fabricación, la venta, las finanzas y los datos.

La globalización en el ámbito económico se relaciona con el proceso de integración e internacionales de las actividades y estrategias económicas que produce amenazas latentes, debido al aumento de los competidores, aunque además brinda una gran cantidad de oportunidades para las personas, las organizaciones y las naciones al activar los flujos de bienes, prestaciones y capital apoyados por el desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

- Competitividad

Con relación a la competitividad, debe señalarse que pese a la gran cantidad de investigaciones sobre este tema y de la importancia de este, en la actualidad no existe acuerdo sobre una definición por la cantidad de elementos que pueden participar en su determinación. No obstante, si existe consenso que la competitividad puede ser vista desde una perspectiva micro y macro.

Desde un enfoque macro, la competitividad se entiende como el potencial de una nación en condiciones de libre mercado, para generar productos o prestaciones para los mercados locales e internacionales, a la vez que equilibra o incrementa la renta nacional.

Desde un enfoque micro, la competitividad designa el potencial de una empresa para producir bienes y servicios destinados a su participación en este en relación su grado de rentabilidad.

- **Ventaja competitiva**

En la actualidad, debido a lo generado por la globalización y en especial por el aumento de la competencia, las compañías y los países intensifican en reto lo que nombra como ventaja competitiva y particularmente sostenible. En relación, a diferentes planes para desarrollar ventaja competitiva sostenible en las compañías.

La fuente de la ventaja competitiva sostenible de las empresas radica en la alienación entre los bienes y prestaciones con la respuesta a las necesidades de los clientes. Mejor dicho, desde una perspectiva táctica, la incertidumbre de mayor relevancia para las compañías es su eficacia y eficiencia.

Es importante tener en cuenta que una empresa logra ventaja competitiva si puede sostenerse o ganar participación en el mercado teniendo rentabilidad superior al promedio de las compañías de su sector, en el mercado en el cual realiza operaciones.

G. Ventaja competitiva

Gimbert (2010) señala que es importante que una ventaja competitiva sea sostenible, debe contar con cierta protección, ya que si no tiene dicha ventaja será imitada dejando de serlo al instante. Como en el caso de una compañía que crea un nuevo producto, si este logra el éxito deseado será imitado con facilidad por los competidores, ya que la superioridad de dicho bien asegurará sea pasajero.

El concepto de ventaja competitividad tiene una debilidad, su relatividad: no consiste en ser bueno, sino el mejor. Ello es una gran distinción, ya que, es complicado ser bueno o muy bueno, pero es más complicado ser el mejor. Y mejor conduce a tener mejores ventajas ya que no se dificultad para competir con las demás compañías que buscan dicha ventaja.

Se han visto casos que hay competidores que comparten una misma táctica. Por lo general esta competencia se orientan a un gran mercado para que cada compañía tenga la cantidad necesaria de clientes para su supervivencia. Sin embargo, aún en ese caso, la competencia pone a prueba dicha ventaja. Por ende, la ventaja competitiva tiene fecha de caducidad. Es necesario estar en constante alerta para pronosticar su caducidad y tener la seguridad, si se va tener una nueva ventaja.

H. Competitividad y valor

Porter (2009) menciona que las fuerzas competitivas muestran los motores de la competencia en una industria. Una persona encargada de la estrategia de una compañía que entienda la competitividad va más allá de la competencia que existe pues identificará los más grandes peligros y contará con las mejores armas para enfrentarlas. A la vez, que tener un enfoque global permite detectar oportunidades: las distinciones de los consumidores, los proveedores, los sustitos, los aspirantes y la competencia que se convertirán en un cimiento para las diferentes tácticas que direccionen a optimización del rendimiento.

A nivel mundial, la competitividad es libre y de continuos cambios, es vital entender a aprender la competitividad en términos estructurales.

Tanto para los inversores como para los directivos es importante comprender la estructura de un sector. Las cinco fuerzas competitivas demuestran cuando una industria tiene cierto grado de atracción y ayudan a los inversores a prever buenos o malos cambios en la estructura industrial que sean muy graves. Dichas fuerzas diferentes las brechas en el menor tiempo de los cambios estructurales y posibilitan a los inversionistas a sacar provecho del positivismo o negativismo. Hay mayor facilidad en reconocer a las compañías que tienen tácticas con gran potencial cambiador de la industria. Pues es una

buena forma de entender a la competencia de tal modo que se puede tener un éxito más efectivo respecto a las inversiones financieras y la inclinación a la extrapolación que prevalecen en el estudio vigente de la inversión.

Si los ejecutivos como los inversores se centrarán desde esta perspectiva de la competitividad, los mercados de capital tendrían una mayor fuerza de éxito de una compañía y gozarían de prosperidad económica. Los ejecutivos e inversores deberían centrarse en lo estructural, no en lo transitorio. Piense en las mejoras del rendimiento que tendríamos en las empresas _y en el conjunto de la economía_ si toda la energía invertida en “agradar al mercado” se redirigiera a los factores que crean auténtico valor económico.

I. Fuerzas competitivas

D'Alessio (2015) señala que la inteligencia competitiva es un mecanismo dinámico cuyo objetivo es recaudar datos sobre las acciones e inclinaciones totales de los competidores. En tanto más información y datos obtenga la empresa acerca de su competencia, mejor podrá efectuar sus tácticas. La estructura del sector industrial se compone de las cinco fuerzas de Poder cuyo análisis debe ser cuidadoso en estos factores: (a) poder de negociación con los proveedores, (b) poder de negociación del cliente, (c) intensidad de la rivalidad de los competidores vigentes, (d) amenaza de los sustitutos, y (e) amenaza de los aspirantes.

A continuación, se hace un listado de los criterios al momento de evaluar a la competencia:

- Intervención de mercado
- Eficacia de sus medios de traslado.
- Competencia de precios.
- Efectividad en su información
- Potencial y eficiencia
- Simplicidad de sus precios.
- Calidad de la gerencia

- Experiencia gerencial
- Coste de insumos
- Posición económica.
- Calidad de bienes.
- Calidad de procedimientos.
- Funciones de I&D
- Calidad de propia reputación
- Responsabilidad Social (RS)

Es importante contar con los canales de comunicación que cuenta la empresa con el fin de obtener la información requerida como: personal, gerencia, proveedor, distribuidor, compradores, asesoría (ello si no cuentan con datos sobre la competencia) y demás. Conservar los principios de legalidad y ética que cuenta el proceso táctico, la inteligencia comercial no infringe las leyes como tampoco es una práctica deshonestas. Se considera como el deber de obtener datos sobre el tiempo adecuado con el fin de tener un análisis externo de la empresa, ya que las deficiencias de la competencia pueden representar como una oportunidad, en tanto sus fortalezas son amenazas. Además, es importante presentar las probabilidades de cada competidor, para dar curso de acción de través de tácticas adecuadas en el momento oportuno.

2.3. Definición de términos básicos

Soporte logístico

Se refiere a las actividades de carácter administrativo cuyo objeto es apoyar al ciclo total de las secuencias de recursos: de la compra y el control interno de los recursos para la elaboración, a la planificación y monitoreo de trabajo, adquisición, embarque y repartición del bien final (Chase, Jacobs y Aquilano, 2009).

Competitividad internacional

Se refiere a la postura que se vincula con las demás empresas del mercado, a nivel nacional o internacional (Chase, Jacobs y Aquilano, 2009).

Servicio al cliente

Es el servicio o atención que ofrece una compañía a sus compradores a la hora de ocuparse de los encargos o quejas, referente al bien o servicio brindado (Chase, Jacobs y Aquilano, 2009).

Transporte

Es el movimiento de la carga (recursos, bienes y bienes finalizados) de un punto a otro conforme la demanda sea planificada (Chase, Jacobs y Aquilano, 2009).

Gestión de inventarios

Trata en gestionar los inventarios que necesita tener dentro de una empresa con el fin de que estos tengan un mejor funcionamiento y teniendo un coste lo menor posible (Chase, Jacobs y Aquilano, 2009).

Procesamiento de pedidos

Es una cantidad de actividades comprendidas en un periodo del pedido del consumidor. Incluyen preparación, la transmisión, la entrada, el surtido y el informe sobre el estado del pedido (Chase, Jacobs y Aquilano, 2009).

Comercio y logística

Son las actividades que abarcan desde el abastecimiento de insumos, para realizar funciones productivas, hasta el servicio de atención al cliente después de la venta. Así como también venta de los productos (Amorós y Dávila, 2017).

Función financiera

Consiste en planear, coordinar, direccionar y monitorear de forma eficiente y eficaz, los materiales de una organización (Amorós y Dávila, 2017).

Tecnología

Consiste en investigar, elaborar, desarrollar, llevar a cabo y gestionar las bases de datos empleados para la gestión de información de la empresa en general (Amorós y Dávila, 2017).

Talento humano

Es la habilidad del individuo que comprende e interpreta hábilmente la manera de solucionar cierta ocupación, haciendo cargo de sus capacidades, potencialidades,

vivencias y aptitudes autónomas de los individuos con más talento (Amorós y Dávila, 2017).

2.4. Hipótesis de investigación

2.4.1. Hipótesis general

El soporte logístico influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a. El servicio al cliente influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.
- b. El transporte influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.
- c. La gestión de inventarios influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.
- d. El procesamiento de pedidos influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

2.5. Operacionalización de las variables

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores
SOPORTE LOGISTICO	<i>Servicio al cliente</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de necesidades. - Respuesta del cliente.
	<i>Transporte</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Selección del modo y medio de transporte. - Consolidación de envíos. - Establecimiento de rutas de transporte.
	<i>Gestión de inventarios</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Políticas de inventarios. - Gestión de inventarios en almacenes. - Número, tamaño y localización de almacenes
	<i>Procesamiento de pedidos</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimiento de interacción entre la gestión de pedidos y la de inventarios. - Reglas para la confección de pedidos.

Fuente: Chase, Jacobs y Aquilano (2009).

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores
COMPETIVIDAD INTERNACIONAL	<i>Comercio y logística</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado y ventas. - Conocimiento del competidor. - Servicio al cliente. - Calidad.
	<i>Función financiera</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Rentabilidad. - Manejo de recursos financieros.
	<i>Tecnología</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación. - Maquinaria.
	<i>Talento humano</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura organizacional. - Capacitación y promoción.

Fuente: Amorós y Dávila (2017).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

Es de tipo aplicada. El nivel es correlacional. Es de diseño no experimental. La tesis es de enfoque cuantitativo.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población estuvo representada por 47 trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

3.2.2. Muestra

Por ser el tamaño de la población prudente para la viabilidad de la investigación, no fue necesario su cálculo.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Técnica: encuesta. El cuestionario ayudó a medir ambas variables, las cuales son Soporte logístico y Competitividad internacional. El cuestionario fue respondido por los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Validación del cuestionario

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,793
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	2670,734
	gl	190
	Sig.	,000

Confiabilidad del cuestionario

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,898	20

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Se utilizó la prueba de normalidad de Shapiro Wilk. Para el estadístico de prueba se utilizó el Rho de Spearman.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

A. Datos generales

Tabla 1

Distribución según el Género de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

		f	%
Válido	Masculino	25	53,2
	Femenino	22	46,8
	Total	47	100,0

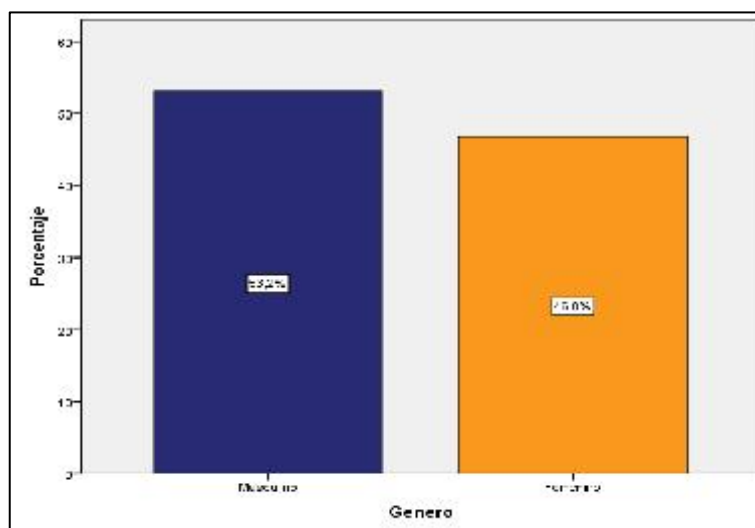


Figura 1. Género de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 1, el 53,2% mencionaron son del género masculino y en el caso del 46,8% pertenecen al género femenino.

Tabla 2

Distribución según la edad de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

	f	%
Válido Entre 18 años a 24 años	0	0,0
Entre 25 años a 31 años	16	34,0
Entre 32 años a 45 años	31	66,0
Más de 45 años	0	0,0
Total	47	100,0

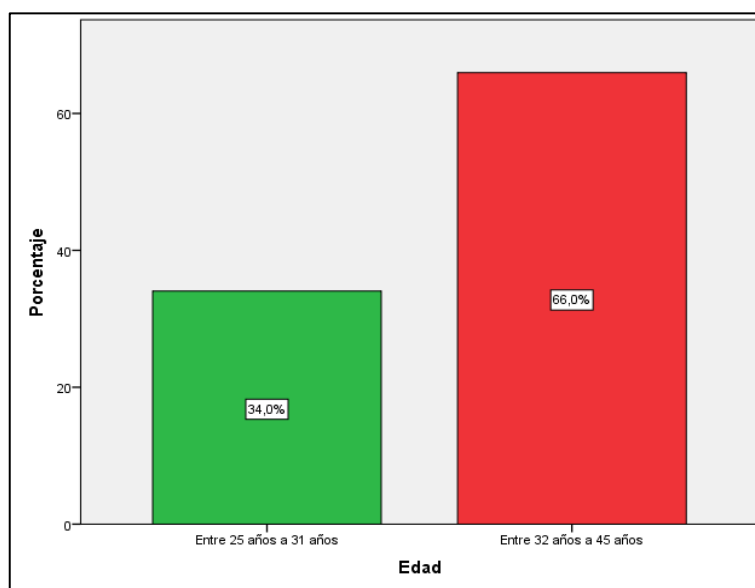


Figura 2. Edad de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 2, el 34% de los encuestados tienen entre 25 años a 31 años y en el 66% tiene entre 32 años a 45 años.

B. Análisis descriptivo de la variable Soporte logístico y sus dimensiones

Tabla 2

Resultado del Servicio al cliente según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. ¿La empresa determina de forma adecuada las necesidades de sus clientes?	6	12,8%	1	2,1%	23	48,9%	11	23,4%	6	12,8%
2. ¿La empresa atiende rápidamente a las respuestas de sus clientes?	2	4,3%	11	23,4%	9	19,1%	20	42,6%	5	10,6%

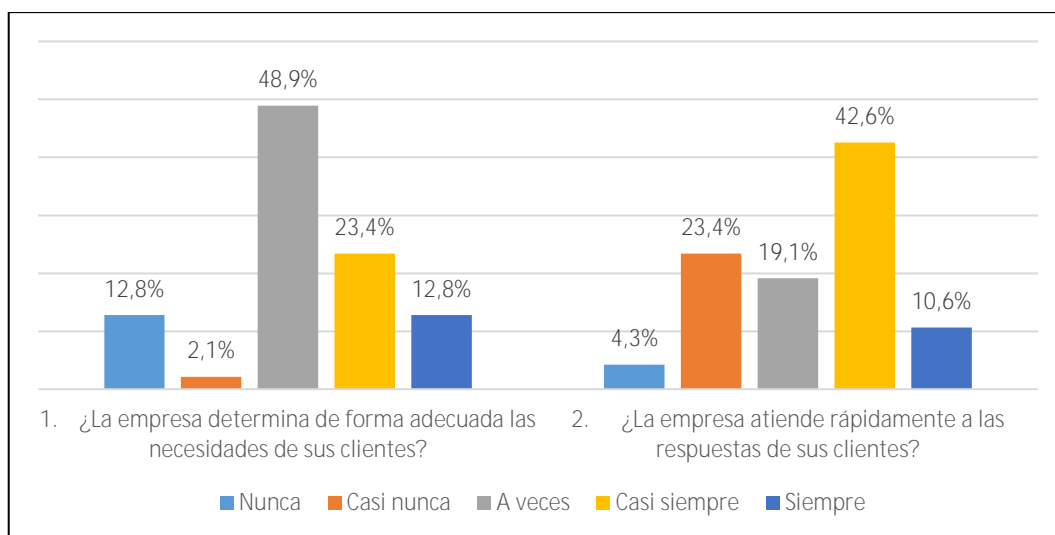


Figura 3. Servicio al cliente según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 3, el 14,9% mencionaron que la empresa no determina de forma adecuada las necesidades de sus clientes y el 27,7% mencionó que la empresa no atiende rápidamente a las respuestas de sus clientes.

Tabla 4

Resultado del Transporte según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
3. ¿Considera que la selección del modo y medio de transporte son los más adecuados?	4	8,5%	6	12,8%	23	48,9%	13	27,7%	1	2,1%
4. ¿Considera que se gestiona eficientemente la consolidación de pedidos?	0	0,0%	6	12,8%	29	61,7%	12	25,5%	0	0,0%
5. ¿Considera que las rutas de transporte establecidas ayudan un rápido envío de los productos?	0	0,0%	17	36,2%	22	46,8%	8	17,0%	0	0,0%

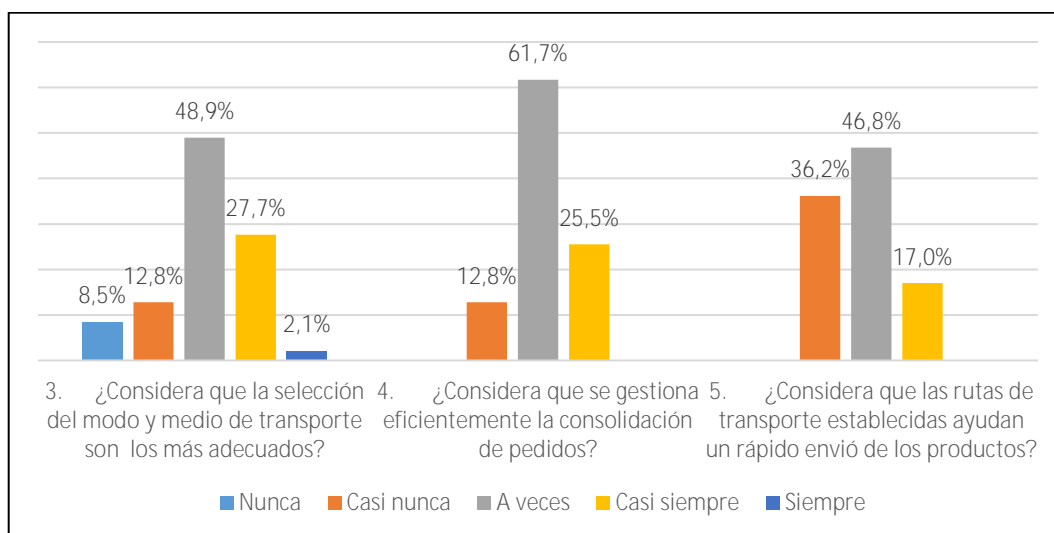


Figura 4. Transporte según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 4, el 21,3% mencionó que no considera que la selección del modo y medio de transporte son los más adecuados, por otro lado, el 12,8% respondieron que casi nunca se gestiona eficientemente la consolidación de pedidos y por último el 36,2% mencionó que casi nunca las rutas de transporte establecidas ayudan un rápido envío de los productos.

Tabla 5

Resultado de la Gestión de inventarios según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
6. ¿Existe un política de inventarios?	0	0,0%	0	0,0%	37	78,7%	10	21,3%	0	0,0%
7. ¿Considera que la gestión de inventarios del almacén es adecuada?	0	0,0%	0	0,0%	37	78,7%	10	21,3%	0	0,0%
8. ¿Se realizar un monitoreo constante del número, tamaño y localización de sus almacenes?	0	0,0%	26	55,3%	17	36,2%	3	6,4%	1	2,1%

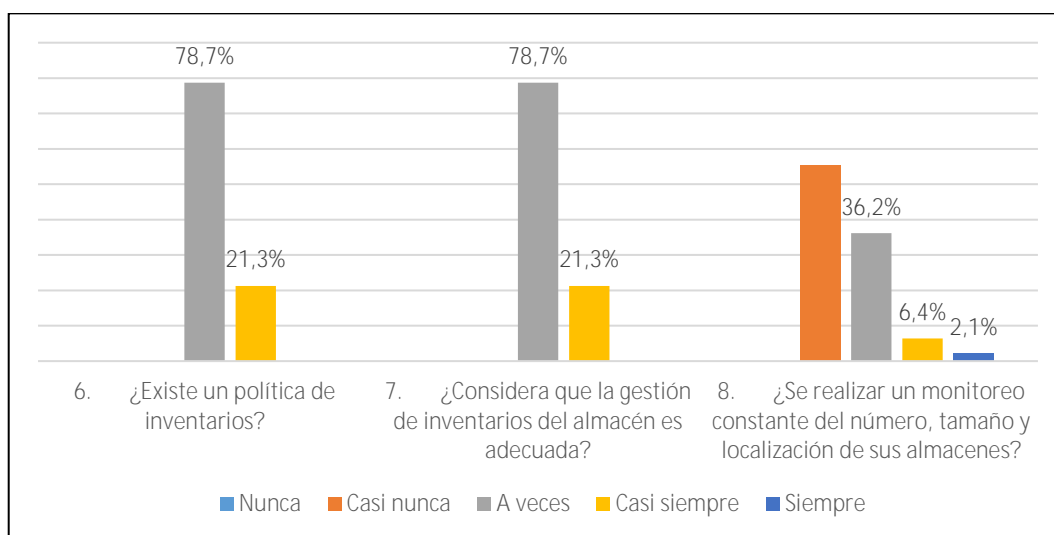


Figura 5. Gestión de inventarios según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 5, el 78,7% manifestó que a veces existe un político de inventarios, por otra parte, el otro 78,7% mencionó que considera que la gestión de inventarios del almacén a veces es adecuada y el 55,3% respondieron que casi nunca realizan un monitoreo constante del número, tamaño y localización de sus almacenes.

Tabla 6

Resultado del Procesamiento de pedidos según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
9. ¿Se lleva una interacción organizada entre las gestión de pedido y la de inventarios?	9	19,1%	1	2,1%	22	46,8%	9	19,1%	6	12,8%
10. ¿Las reglas para la confección de pedidos son idóneas?	2	4,3%	13	27,7%	10	21,3%	17	36,2%	5	10,6%

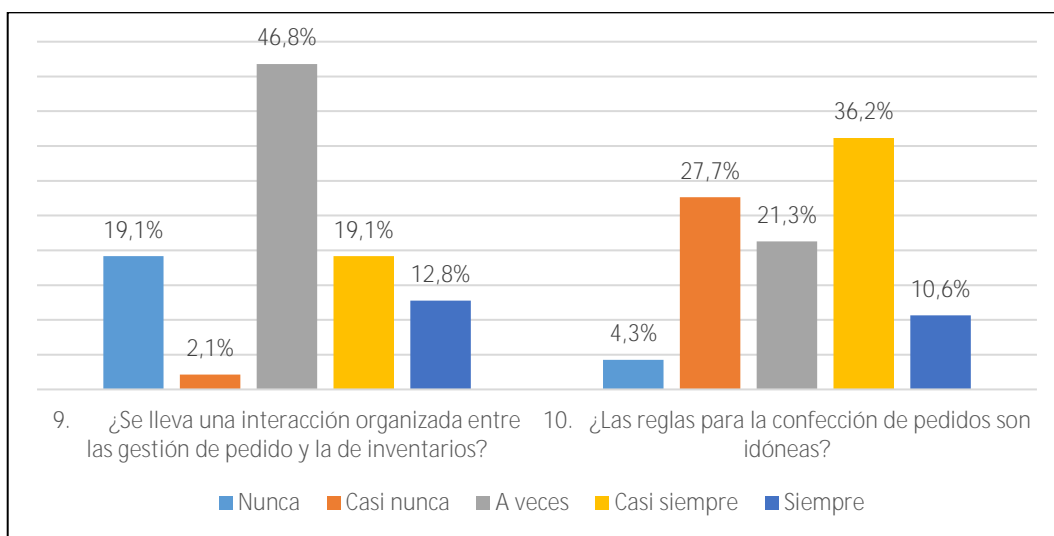


Figura 6. Procesamiento de pedidos según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 6, el 21.2% mencionó que no se lleva una interacción organizada entre la gestión de pedido y la de inventarios y en el caso del 32% mencionó que las reglas para la confección de pedidos no son idóneas.

C. Análisis descriptivo de la variable Competitividad internacional y sus dimensiones

Tabla 7

Resultado del Comercio y logística según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
11. ¿Considera que el comercio y la logística que realiza la empresa asegura un constante permanencia en el mercado y por ende las ventas deseadas?	0	0,0%	4	8,5%	25	53,2%	10	21,3%	8	17,0%
12. ¿La empresa realiza estudios frecuentes sobre el comercio y logística de sus competidores?	0	0,0%	4	8,5%	25	53,2%	9	19,1%	9	19,1%
13. ¿La empresa proporciona un servicio rápido y eficiente a sus clientes?	3	6,4%	0	0,0%	25	53,2%	10	21,3%	9	19,1%
14. ¿Considera que el comercio y logística de la empresa son de calidad?	0	0,0%	0	0,0%	27	57,4%	10	21,3%	10	21,3%

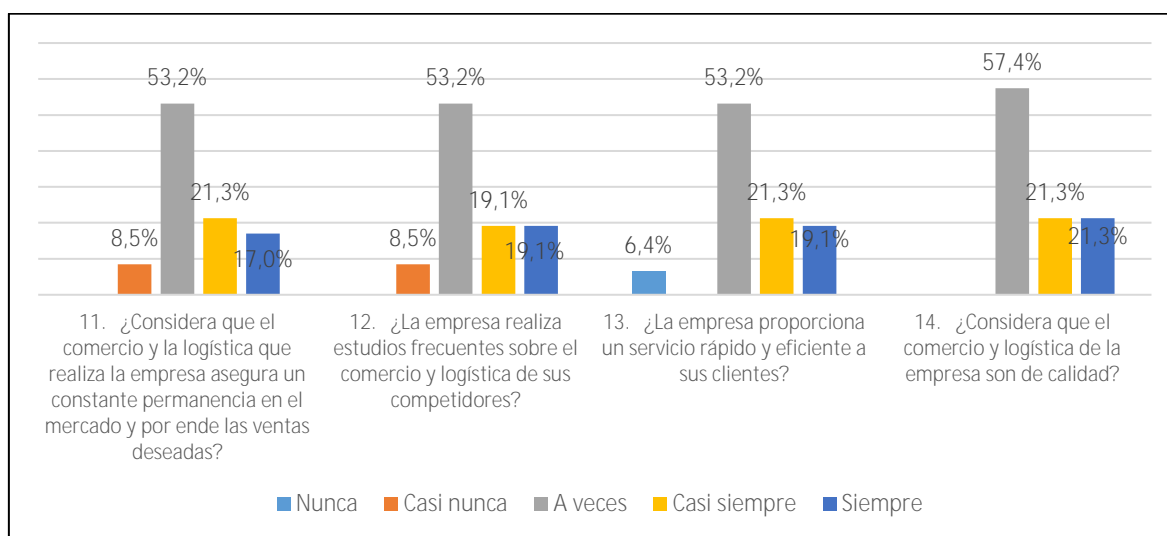


Figura 7. Comercio y logística según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 7, el 8,5% mencionó que casi nunca considera que el comercio y la logística que realiza la empresa asegura una constante permanencia en el mercado y por ende las ventas deseadas, por otra parte, el otro 8,5% mencionó que la empresa casi nunca realiza estudios frecuentes sobre el comercio y logística de sus competidores, por el caso del 6,4% respondieron que la empresa nunca proporciona un servicio rápido y eficiente a sus

clientes, Finalmente, el 57,4% respondieron que a veces el comercio y logística de la empresa son de calidad.

Tabla 8

Resultado de la Función financiera según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
15. ¿La empresa cuenta con la estrategias necesarias para lograr los niveles de rentabilidad deseados?	16	34,0%	0	0,0%	11	23,4%	14	29,8%	6	12,8%
16. ¿La empresa maneja de manera eficiente sus recursos financieros?	2	4,3%	5	10,6%	9	19,1%	26	55,3%	5	10,6%

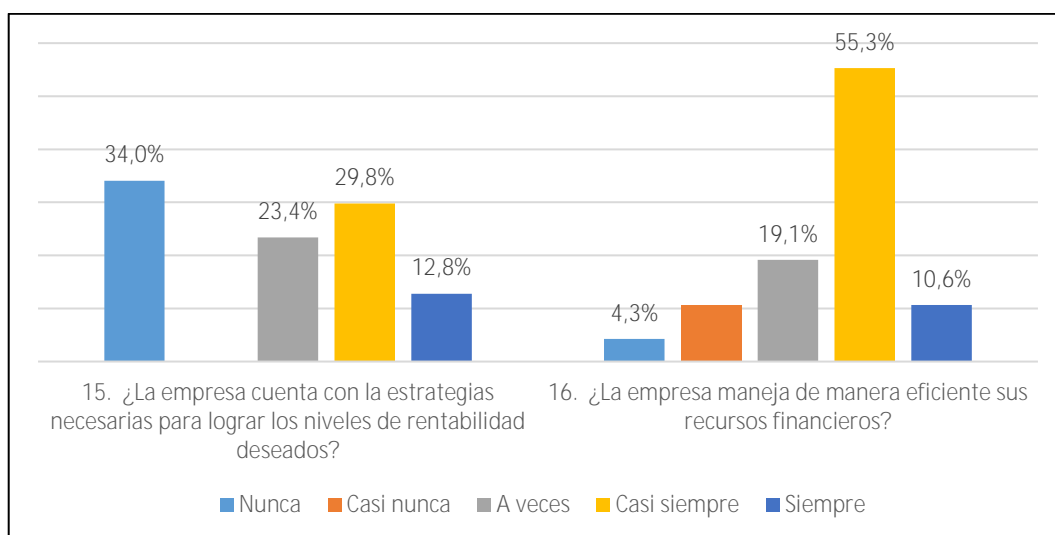


Figura 8. Función financiera según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 8, el 34% mencionó que la empresa nunca cuenta con las estrategias necesarias para lograr los niveles de rentabilidad deseados y en el caso del 14,9% mencionó que la empresa no maneja de manera eficiente sus recursos financieros.

Tabla 9

Resultado de la Tecnología según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
17. ¿La empresa innova de manera continua su tecnología?	13	27,7%	0	0,0%	18	38,3%	9	19,1%	7	14,9%
18. ¿La empresa cuenta con maquinaria moderna?	2	4,3%	11	23,4%	7	14,9%	22	46,8%	5	10,6%

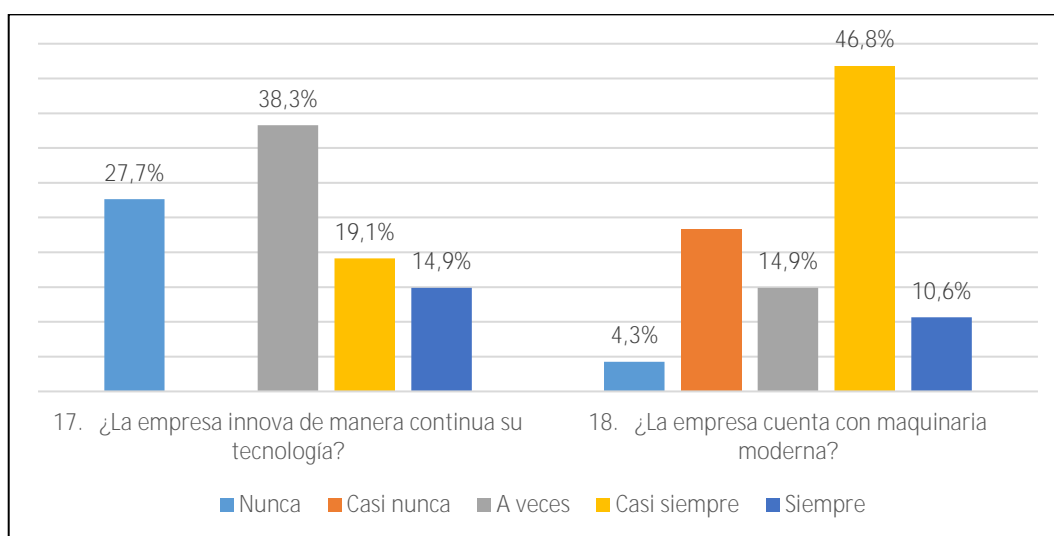


Figura 9. Tecnología según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 9, el 27,7% mencionó que la empresa nunca innova de manera continua su tecnología y el 27,7% mencionó que la empresa no cuenta con maquinaria moderna.

Tabla 10

Resultado de la Talento humano según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
19. ¿Considera que la cultura organizacional es promovida idóneamente por la empresa?	20	42,6%	0	0,0%	9	19,1%	12	25,5%	6	12,8%
20. ¿Se realiza con frecuencia capacitaciones y promociones a los trabajadores?	2	4,3%	4	8,5%	23	48,9%	9	19,1%	9	19,1%

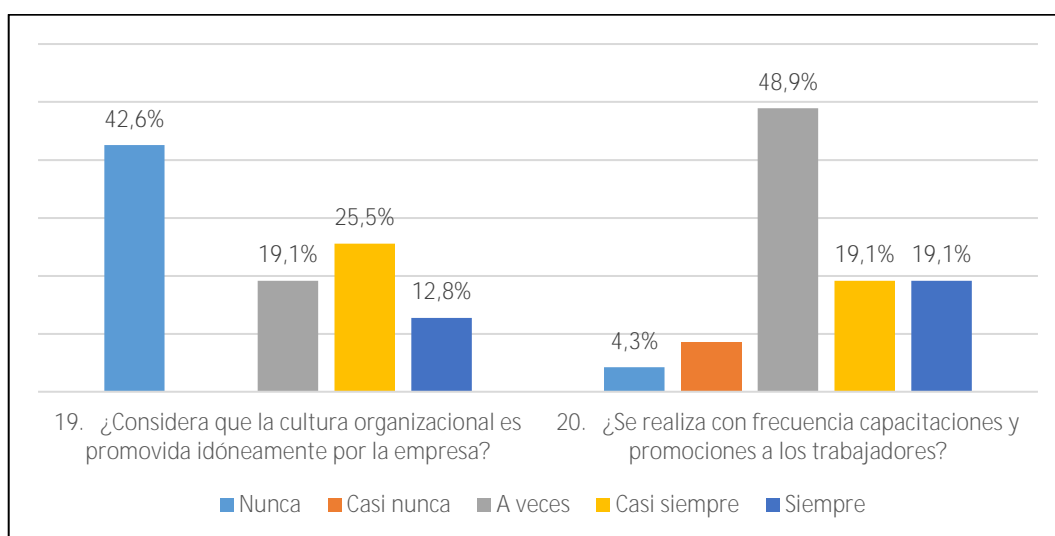


Figura 10. Talento humano según opinión de los trabajadores de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto.

Tabla 10, el 42,6% mencionó que nunca considera que la cultura organizacional es promovida idóneamente por la empresa y en el caso del 12,8% manifestó que no se realiza con frecuencia capacitaciones y promociones a los trabajadores.

D. Prueba de normalidad

Se utilizó la prueba de normalidad Shapiro-Wilk. Por lo mostrado en la Tabla 7, se optó por utilizar la prueba de Rho Spearman.

Tabla 11

Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Soporte logístico	,930	47	,007
Servicio al cliente	,918	47	,003
Transporte	,943	47	,023
Gestión de inventarios	,756	47	,000
Procesamiento de pedidos	,849	47	,000
Competitividad internacional	,926	47	,006

a. Corrección de significación de Lilliefors

4.2. Contrastación de hipótesis

Hipótesis General

Tabla 12

Correlación de Rho de Spearman entre el soporte logístico y competitividad internacional

			Soporte logístico	Competitividad internacional
Rho de Spearman	Soporte logístico	Coefficiente de correlación	1,000	,812**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Competitividad internacional	Coefficiente de correlación	,812**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La Tabla 12 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

El soporte logístico influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

Hipótesis específica 1

Tabla 13
Correlación de Rho de Spearman entre el soporte logístico y competitividad internacional

			Servicio al cliente	Competitividad internacional
Rho de Spearman	Servicio al cliente	Coefficiente de correlación	1,000	,663**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Competitividad internacional	Coefficiente de correlación	,663**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La Tabla 13 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

El servicio al cliente influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

Hipótesis específica 2

Tabla 14

Correlación de Rho de Spearman entre el transporte y competitividad internacional

			Transporte	Competitividad internacional
Rho de Spearman	Transporte	Coefficiente de correlación	1,000	,422**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	47	47
	Competitividad internacional	Coefficiente de correlación	,422**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	47	47

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La Tabla 14 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

El transporte influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

Hipótesis específica 3

Tabla 15

Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de inventarios y competitividad internacional

			Gestión de inventarios	Competitividad internacional
Rho de Spearman	Gestión de inventarios	Coefficiente de correlación	1,000	,539**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Competitividad internacional	Coefficiente de correlación	,539**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La Tabla 15 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

La gestión de inventarios influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

Hipótesis específica 4

Tabla 16
Correlación de Rho de Spearman entre el procesamiento de pedidos y competitividad internacional

			Procesamiento de pedidos	Competitividad internacional
Rho de Spearman	Procesamiento de pedidos	Coefficiente de correlación	1,000	,859**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Competitividad internacional	Coefficiente de correlación	,859**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La Tabla 16 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

El procesamiento de pedidos influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

Con respecto a la hipótesis general se planteó que el soporte logístico influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020, lo cual se afirma con los resultados obtenidos que existe una relación entre estas dos variables donde se obtuvo un p-valor de 0.000; el cual según la hipótesis estadística indica que si el p-valor $< 0,05$ se establecía una relación estadísticamente significativa, asimismo presenta una correlación positiva alta ($Rho = ,812$). Dicho resultado coincide con lo expuesto por Benavides y Paredes (2018) en su investigación titulada “El soporte logístico y su relación con la competitividad internacional de las empresas exportadoras en la provincia de San Martín, 2016”, quienes concluyeron que “existe una relación directa fuerte entre el soporte logístico y la competitividad internacional de las empresas exportadoras en la provincia de San Martín, 2016” (p. 31). Por otro lado, Huali (2014) en su investigación titulada “Soporte logístico de la empresa Zicsa Contratistas Generales S.A. en la ejecución del Proyecto Minero Inmaculada Inmaculada - Ayacucho”, concluyó que “a implantación de una cultura de planeamiento a miras a lograr un mejor ahorro en todos los ámbitos de sus actividades y así mejorar y establecer una tendencia a mejorar sus tratos o negociaciones con los proveedores” (p.78).

Con respecto a la hipótesis específica 1 se planteó que el servicio al cliente influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020, lo cual se afirma con los resultados obtenidos que existe una relación entre estas dos variables donde se obtuvo un p-valor de 0.000; el cual según la hipótesis estadística indica que si el p-

valor $< 0,05$ se establecía una relación estadísticamente significativa, asimismo presenta una correlación positiva moderada ($Rho = ,663$). Dicho resultado coincide con lo expuesto por Morales (2015) en su investigación titulada “La logística empresarial y la rentabilidad de la Distribuidora Dimar”, quien concluyó que se determinó también la “necesidad de proponer un esquema de logística empresarial basada en el Método Trúput para la Distribuidora Dimar, que le permita el eficaz cumplimiento de metas y objetivos, la efectividad en el uso de recursos y la calidad en los procesos” (p.100).

Con respecto a la hipótesis específica 2 se planteó que el transporte influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020, lo cual se afirma con los resultados obtenidos que existe una relación entre estas dos variables donde se obtuvo un p-valor de 0.000; el cual según la hipótesis estadística indica que si el p-valor $< 0,05$ se establecía una relación estadísticamente significativa, asimismo presenta una correlación positiva moderada ($Rho = ,422$). Dicho resultado coincide con lo expuesto por Marrufo y Montano (2020) en su investigación titulada “La innovación y la competitividad de la pequeña empresa exportadora Inversiones y Negociaciones Sipan SAC, 2017”, la investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta. La investigación concluyó que “existe una relación alta y directa entre la Innovación y la Competitividad de la pequeña empresa exportadora Inversiones y Negociaciones Sipan S.A.C.” (p.104).

Con respecto a la hipótesis específica 3 se planteó que la gestión de inventarios influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020, lo cual se afirma con los resultados obtenidos que existe una relación entre estas dos variables donde se obtuvo un p-valor de 0.000; el cual según la hipótesis estadística indica que si el p-valor $< 0,05$ se establecía una relación estadísticamente significativa, asimismo presenta una correlación positiva moderada ($Rho = ,539$). Dicho resultado coincide con lo expuesto por Monroy (2014) en su investigación titulada “Análisis de la competitividad para la exportación de carbón térmico a granel del Puerto Compas Barranquilla”, quien concluyó que “es fundamental que Compas Barranquilla de un mejor aprovechamiento a las ventajas comparativas en Colombia y promueva el transporte fluvial como parte de una estrategia multimodal integral que viabilice

maximizar el potencial exportador de Colombia” (p.100)... a través “del incremento de la productividad y reducción significativa de costos mediante la promoción de la reactivación de la navegación comercial de carbón por el río Magdalena desde el interior del país hacia su puerto” (p.100).

Con respecto a la hipótesis específica 4 se planteó que el procesamiento de pedidos influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020, lo cual se afirma con los resultados obtenidos que existe una relación entre estas dos variables donde se obtuvo un p-valor de 0.000; el cual según la hipótesis estadística indica que si el p-valor $< 0,05$ se establecía una relación estadísticamente significativa, asimismo presenta una correlación positiva alta ($Rho = ,859$). Cabrera y Loango (2014) realizó la investigación titulada “Factores de éxito y competitividad de las empresas del Valle del Cauca”, Es una investigación descriptiva transversal. La investigación utilizó como técnicas la observación, entrevista y como instrumento el cuestionario. La población fue 70 personas. La investigación concluyó que “los consumidores de los productos de Harinera del Valle, cuya percepción de la empresa (en su gran mayoría) se basa más que todo en una marca en especial que es Haz de Oros, y no tienden a tener presente la gran variedad de productos que ofrece la empresa” (p.97).

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- El servicio al cliente influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020. Es decir, a medida que la empresa determina de forma adecuada las necesidades de sus clientes mejorara el servicio que proporciona de manera más rápido y eficiente hacia ellos
- El transporte influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020. Es decir, a medida que la empresa gestione eficientemente la consolidación de sus pedidos incrementara su comercio y logística asegurando una constante permanencia en el mercado y por ende las ventas deseadas.
- La gestión de inventarios influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020. Es decir, a medida que la empresa realice un monitoreo constante del número, tamaño y localización de sus almacenes mejorara la cultura organizacional promovida idóneamente por la empresa.
- El procesamiento de pedidos influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020. Es decir, a medida que la empresa lleve una interacción organizada entre las gestiones de pedido y la de inventarios mejorara el análisis de sus estudios frecuentes sobre el comercio y logística de sus competidores.

Por lo expuesto

- El soporte logístico influye significativamente en la competitividad internacional de la empresa Agroindpex S.A.C., distrito de Supe Puerto, 2020; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.812**, interpretándose como correlación positiva moderada y muy significativa entre las variables, con un $p = 0.000$ ($p < 0.05$), rechazándose la hipótesis nula.

6.2. Recomendaciones

- Organizar su base de datos para llevar de forma adecuada las necesidades de sus clientes para lograr que el servicio que se les proporciona sea de manera más rápida y eficiente hacia ellos
- Implementar un nuevo servicio informático para gestionar eficientemente la consolidación de sus pedidos, con la finalidad que su comercio y logística asegure una constante permanencia en el mercado y por ende las ventas deseadas
- Realizar dentro de la empresa un monitoreo constante del número, tamaño y localización de sus almacenes incorporando nuevos sistemas de control de estos con el fin de medir impactos de la cultura organizacional promovida idóneamente por la empresa.
- Optimizar la interacción organizada entre las gestiones de pedido y la de inventarios lo cual contribuye para el análisis de sus estudios frecuentes sobre el comercio y logística de sus competidores.

REFERENCIAS

7.1. Fuentes bibliográficas

- Anaya, J. (2011). *Logística integral. La gestión operativa de la empresa* (4 ed.). Madrid: ESIC.
- Bernal, C. y Sierra, H. (2013). *Proceso administrativo* (2 ed.). Colombia: Pearson.
- Carreño, A. (2017). *Cadena de suministro y logística*. Perú: Fondo editorial PUCP.
- Casanovas, A. y Cuatrecasas, L. (2011). *Logística integral*. Barcelona: Profit Editorial.
- Chase, J., Jacobs, R. y Aquilano, N. (2009). *Administración de operaciones producción y cadena de suministros* (12 ed.). México: Mc Graw Hil.
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración*. (8 ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Czinkota, M. y Ronkainen, I. (2008). *Marketing internacional* (8 ed.). México: Cengage Learning.
- D' Alessio, F. (2015). *El proceso estratégico. Un enfoque de gerencia* (3 ed.). Lima, Perú: Pearson.
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales. Ambientes y operaciones* (14 ed.). México: Pearson.
- Fonseca, R. (2015). *Competitividad*. Colombia: Alfaomega.
- Hitt, M., Ireland, R. y Hoskisson, R. (2015). *Administración estratégica. Competitividad y globalización: conceptos y casos* (11 ed.). Mexico D.F., Mexico: Cengage learning.
- Mochón, F., Mochón, M. y Sáez, M. (2014). *Administración. Enfoque por competencias con casos latinoamericanos*. México: Alfaomega.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo* (5 ed.). España: Deusto.
- Schroeder, R. (2011). *Administración de operaciones*. México: McGraw-Hill.

Silvera, R. (2017). *Micrologística. Cómo optimizar los procesos logísticos internos*. Bogotá: Ecoe.

Uribe, M. (2013). *Gerencia del servicio. Alternativa para la competitividad* (2 ed.). Colombia : Ediciones de la U. .

7.2. Fuentes electrónicas

Amorós, J. y Dávila, K. (2017). *La gestión empresarial y la competitividad de las clínicas en la ciudad de Cajamarca*. Tesis de maestría, Universidad de Cajamarca, Cajamarca. Recuperado el 15 de abril de 2020, de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/393/13.%20TESIS%20AMOROS%20Y%20D%C3%81VILA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Benavides, R. y Paredes, E. (2018). *El soporte logístico y su relación con la competitividad internacional de las empresas exportadoras en la provincia de San Martín, 2016*. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto. Recuperado el 15 de abril de 2020, de <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2948/ADMINISTRACION%20-%20Roxana%20Fiorella%20Banamides%20Vasquez%20%26%20Esthefany%20Paredes%20Rios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cabrera, D. y Loango, L. (2014). *Factores de éxito y competitividad de las empresas del Valle del Cauca*. Tesis de grado, Universidad Icesi, Santiago de Cali. Recuperado el 15 de abril de 2020, de http://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/77068/1/factores_claves_exito.pdf

Huali, J. (2014). *Soporte logístico de la empresa Zicsa Contratistas Generales S.A. en la ejecución del Proyecto Minero Inmaculada Inmaculada - Ayacucho*. Tesis de grado, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho. Recuperado el 15 de abril de 2020, de http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/3411/TESIS%20Q493_Hua.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Marrufo, K. y Montano, F. (2020). *La innovación y la competitividad de la pequeña empresa exportadora Inversiones y Negociaciones Sipan SAC, 2017*. Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú, Lima. Recuperado el 15 de abril de 2020, de http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2853/1/Katherine%20Marrufo_Fausto%20Montano_Tesis_Titulo%20Profesional_2020.pdf
- Monroy, V. (2014). *Análisis de la competitividad para la exportación de carbón térmico a granel del Puerto Compas Barranquilla*. Tesis de maestría, Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá D.C. . Recuperado el 15 de abril de 2020, de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12954/TRABAJO%20DE%20GRADO%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morales, E. (2015). *La logística empresarial y la rentabilidad de la distribuidora Dimar*. Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado el 15 de abril de 2020, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17774/1/T2965i.pdf>

ANEXOS

CUESTIONARIO

I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. Género

Masculino	
Femenino	

b. Edad

Entre 18 años a 24 años	
Entre 25 años a 31 años	
Entre 32 años a 45 años	
Más de 45 años	

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro de preguntas marcar con una equis “X” según corresponda, teniendo en cuenta el cuadro de calificación siguiente:

ITEM	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
SOPORTE LOGÍSTICO					
DIMENSIÓN 01					
1. ¿La empresa determina de forma adecuada las necesidades de sus clientes?					
2. ¿La empresa atiende rápidamente a las respuestas de sus clientes?					
DIMENSIÓN 02					
3. ¿Considera que la selección del modo y medio de					

transporte son los más adecuados?					
4. ¿Considera que se gestiona eficientemente la consolidación de pedidos?					
5. ¿Considera que las rutas de transporte establecidas ayudan un rápido envío de los productos?					
DIMENSIÓN 03					
6. ¿Existe un política de inventarios?					
7. ¿Considera que la gestión de inventarios del almacén es adecuada?					
8. ¿Se realizar un monitoreo constante del número, tamaño y localización de sus almacenes?					
DIMENSIÓN 04					
9. ¿Se lleva una interacción organizada entre las gestión de pedido y la de inventarios?					
10. ¿Las reglas para la confección de pedidos son idóneas?					
COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL					
DIMENSIÓN 01					
11. ¿Considera que el comercio y la logística que realiza la empresa asegura un constante permanencia en el mercado y por ende las ventas deseadas?					
12. ¿La empresa realiza estudios frecuentes sobre el comercio y logística de sus competidores?					
13. ¿La empresa proporciona un servicio rápido y eficiente a sus clientes?					
14. ¿Considera que el comercio y logística de la empresa son de calidad?					
DIMENSIÓN 02					
15. ¿La empresa cuenta con la estrategias necesarias para lograr los niveles de rentabilidad deseados?					
16. ¿La empresa maneja de manera eficiente sus recursos financieros?					
DIMENSIÓN 03					
17. ¿La empresa innova de manera continua su tecnología?					
18. ¿La empresa cuenta con maquinaria moderna?					
DIMENSIÓN 04					
19. ¿Considera que la cultura organizacional es promovida idóneamente por la empresa?					
20. ¿Se realiza con frecuencia capacitaciones y promociones a los trabajadores?					

Fuente: Elaboración propia en base a Chase, Jacobs y Aquilano (2009), y, Amorós y Dávila (2017).