



**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TESIS**

**CONTROL DE LA CADENA DE SUMINISTRO Y  
EXPORTACIÓN DE LA AGROEXPORTADORA SOL DE  
OLMOS S.A.C., BARRANCA, 2020**

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

**PRESENTADO POR LA BACHILLER:  
KATHERINE LILY BALCAZAR PUQUIO**

**ASESOR:  
Dr. RAMOS Y YOVERA, SANTIAGO**

**Huacho – Perú**

**2021**

MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR

**Dr. Carlos Máximo Gonzáles Añorga**  
PRESIDENTE

**Dr. Policarpo Diomendez Marquez Valencia**  
SECRETARIO

**Dr. Abrahan Cesar Neri Ayala**  
VOCAL

**Dr. Santiago Ernesto Ramos Y Yovera**  
ASESOR



**CONTROL DE LA CADENA DE SUMINISTRO Y  
EXPORTACIÓN DE LA AGROEXPORTADORA SOL DE  
OLMOS S.A.C., BARRANCA, 2020**





### **DEDICATORIA**

Se lo dedico a mi mamá, papá, hermanos y a mis abuelitas, por nunca dejar que me rinda, por siempre alentarme a seguir y no desvanecer, hoy he conseguido un gran logro profesional y parte de este logro se lo debo ustedes, mi familia.

Y también a esa persona especial que aun estando lejos me apoyo y me alentó a pesar de los obstáculos que tenía.



### **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mí familia por ser los principales motores de mis sueños, gracias a ellos por siempre confiar y creer en mi y en mis expectativas, en especial a mi madre por siempre guiarme y hacerme ver las cosas con más claridad, a mi padre por sus consejos y por siempre anhelar lo mejor para mi vida y a mi abuela que siempre estuvo a mi lado dándome fortaleza cuando sentía que ya no podía. En general, gracias a todas las personas, familiares y amigos que me apoyan siempre a cumplir mis objetivos.

## ÍNDICE GENERAL

<b>TÍTULO</b>	i
<b>DEDICATORIA</b>	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b>	iii
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	iv
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	vi
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	vii
<b>RESUMEN</b>	viii
<b>ABSTRACT</b>	ix
<b>INTRODUCCIÓN</b>	x

### CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	01
1.2. Formulación del Problema	03
1.2.1. Problema General	03
1.2.2. Problemas Específicos	03
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	04
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	30
2.4. Hipótesis de investigación	31
2.4.1. Hipótesis General	31



2.4.2. Hipótesis Específicas	31
2.5. Operacionalización de las variables	32

### **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

3.1. Diseño metodológico	33
3.2. Población y muestra	33
3.2.1. Población	33
3.2.2. Muestra	33
3.3. Técnicas de recolección de datos	34
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información	34

### **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

4.1. Análisis de resultados	35
4.2. Contratación de hipótesis	43

### **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN**

5.1. Discusión de resultados	47
------------------------------	----

### **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

6.1. Conclusiones	49
6.2. Recomendaciones	50

### **REFERENCIAS**

7.1. Fuentes bibliográficas	51
7.2. Fuentes electrónicas	52

### **ANEXO**

A. Cuestionario	54
-----------------	----

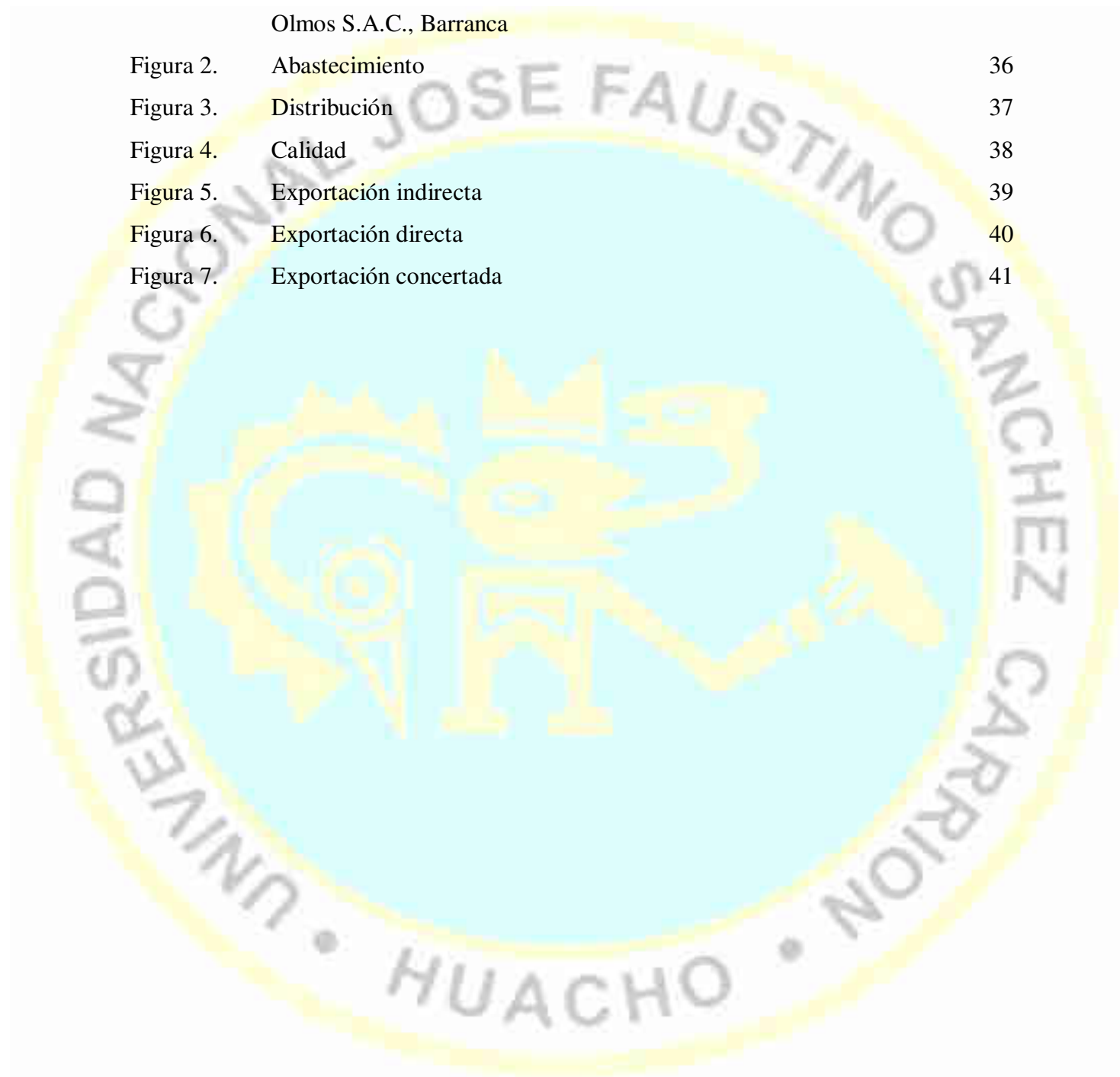
## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Género de los trabajadores de la empresa agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca	35
Tabla 2.	Abastecimiento	36
Tabla 3.	Distribución	37
Tabla 4.	Calidad	38
Tabla 5.	Exportación indirecta	39
Tabla 6.	Exportación directa	40
Tabla 7.	Exportación concertada	41
Tabla 8.	Pruebas de normalidad	42
Tabla 9.	Correlación de Rho de Spearman entre el control de la cadena de suministro y la exportación	43
Tabla 10.	Correlación de Rho de Spearman entre el control del abastecimiento y la exportación	44
Tabla 11.	Correlación de Rho de Spearman entre el control de la distribución y la exportación	45
Tabla 12.	Correlación de Rho de Spearman entre el control de la calidad y la exportación	46



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Género de los trabajadores de la empresa agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca	35
Figura 2.	Abastecimiento	36
Figura 3.	Distribución	37
Figura 4.	Calidad	38
Figura 5.	Exportación indirecta	39
Figura 6.	Exportación directa	40
Figura 7.	Exportación concertada	41



## RESUMEN

Objetivo: Establecer de que manera el control de la cadena de suministro influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Métodos: La presente investigación es de tipo aplicada, diseño no experimental, explicativo, cuantitativo. La población fue 56 trabajadores con una muestra 49 trabajadores. Resultados: Respecto al control de la cadena de suministro, el 32,7% mencionó que nunca se aplica un control de la cadena de suministro dentro de la empresa, en el caso del 14,3% mencionó que casi nunca, en el caso del 8,2% mencionaron que a veces, en el caso del 42,9% mencionó que casi siempre y en el caso del 2% mencionaron que siempre. Así mismo, respecto a la exportación, el 16,3% mencionó que la empresa nunca exporta a los mercados de otros países, en el caso del otro 16,3% mencionó que casi nunca, en el caso del 53,1% mencionó que a veces y en el caso del 14,3% mencionó que casi siempre. Conclusión: el control de la cadena de suministro influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Asimismo, se obtuvo un Rho de 0,775 siendo una correlación positiva alta y muy significativa  $p = 0,00 < 0,05$ .

*Palabras clave: abastecimiento, distribución y calidad.*

## ABSTRACT

Objective: To establish how the control of the supply chain influences the export of the agro-exporter Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Methods: This research is of an applied type, non-experimental, explanatory, quantitative design. The population was 56 workers with a sample of 49 workers. Results: Regarding the control of the supply chain, 32.7% mentioned that a control of the supply chain is never applied within the company, in the case of 14.3% mentioned that almost never, in the case of 8 2% mentioned that sometimes, in the case of 42.9% they mentioned that almost always and in the case of 2% they mentioned that they always. Likewise, regarding exports, 16.3% mentioned that the company never exports to the markets of other countries, in the case of the other 16.3% they mentioned that almost never, in the case of 53.1% they mentioned that sometimes and in the case of 14.3% mentioned that almost always. Conclusion: control of the supply chain significantly influences the export of the agro-exporter Sol de Olmos SAC, Barranca, 2020. Likewise, a Rho of 0.775 was obtained, with a high and highly significant positive correlation  $p = 0.00 < 0, 05$ .

*Keywords: supply, distribution and quality.*

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día se ha podido percibir un gran cambio en el modo de operar en la cadena de suministro de las compañías, estas se ven enfrentadas a instrumentos nuevos de gestión y control fundamentadas en el empleo de las tecnologías de información ello ha obligado a incrementar sus niveles competitividad y tener una mejor eficiencia de los recursos disponibles, por tal motivo ninguna empresa puede dejar de lado a su cadena en los contextos tradicionales.

La cadena de suministro dentro de las empresas desempeña un rol muy relevante pues posibilitan tener desde una interrelación directa y efectiva con el proveedor, que se dirige a la mejora de procesos internos de la propia empresa hasta conocer los gustos y preferencias del cliente.

Por tal motivo se ha vuelto cada vez más relevante un eficiente control de la cadena de suministro en las compañías puesto que atraviesa cada movimiento y almacenaje del insumo, al inventario que producido en el proceso y las mercaderías concluidas desde el origen hasta el destino. Un adecuado control de la cadena de suministro posibilita tener una mejor visión al momento de exportar pues brinda información clara de cada acontecimiento y proceso considerar antes posibles problemas que se generen en el proceso.

Es así que, el control de la cadena de suministro posibilita mejorar dichos procesos internos implicados, mientras se puede tener una mejor competitividad ante el mercado y de esta manera adaptar los procesos en relación a los proveedores y clientes de las empresas, conllevando a la generación del valor agregado para sí misma.

Es por ello que tiene como objetivo general establecer de qué manera el control de la cadena de suministro influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.



## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Descripción de la realidad problemática

A nivel mundial, el Inter-American Development Bank (2019) señala que en Europa, Asia y Estados Unidos existe una preocupación por el aumento complejo de las cadenas de suministro donde el control del mismo se hace aún más necesario para mejorar la coordinación de los diferentes procesos y organizaciones involucradas, donde se aprecia muchos niveles dentro de la cadena, incrementado así los participantes y el número de vínculos entre estos, generándose una mayor dificultad en los procesos. En Perú, Barrantes (2017) enfatizó el interés de realizar un análisis del vínculo de los procesos y proveedores, infiriendo la necesidad de ejercer un control de la cadena de suministro buscando disminuir los tiempos muertos y procesos no necesarios, eliminando procesos en la cadena de suministro.

La Agroexportadora Sol de Osmos S.A.C. es una compañía dedicada a la producción y exportación de frutas y verduras frescas que dio inicio a sus actividades en el año 2002. Entre los productos que ofrecen al mercado tanto nacional como internacional se encuentran paprika, chile ancho, guajillo, ajos, banano orgánico, quinua, entre otros productos agrícolas, los cuales cumplen con las más altas exigencias de calidad. La empresa se localiza en el distrito de Barranca, la provincia de Barranca, departamento de Lima.

La gran competitividad que vivimos en el mundo actual, exige que las empresas tengan la preocupación por tener un buen control de la cadena de suministro en donde les permita tener una exportación exitosa hacia los mercados objetivos.

En la Agroexportadora Sol de Osmos S.A.C. se ha podido identificar varios problemas relacionados a la exportación tales como los problemas en el transcurso de tener el producto final, y esto perjudica al momento que el producto llega al importador; hay problemas en la documentación de la exportación al momento de

enviar la mercadería al país destino; en algunas ocasiones el buque demora en llegar al país destino, y esto causa incomodidad para el importador; no todo el personal está capacitado en el área de exportación; la falta de financiación ha imposibilitado aumentar su volumen exportable lo que ha hecho que no puedan cubrir la demanda exigida; falta de capacitación del personal en el proceso de exportación; falta de equipos modernos ha dificultado que se entreguen los productos a los plazos establecidos; falta de conocimiento del mercado ha generado que no tengan en cuenta las oportunidades, amenazas y retos que tiene cada mercado; falta de estrategias para tener una adecuada logística a ha dificultado el proceso de transporte generando retrasos.

Respecto al control de la cadena de suministro se ha podido detectar distintos problemas como son: existe un mínimo de productos en mal estado, ya que no ha tenido la debida atención del personal para asegura la calidad; las máquinas que se usan para poder extraer los productos que exporta están descontinuadas y eso provoca un poco el retraso de todo el sistema para que llegue al importador; no cuenta con el personal capacitado para poder agilizar el proceso de la cadena de suministro; al momento que se empaca el producto, no se dan cuenta que no logran completar la demanda solicitada por el importador, eso conlleva a que el contenedor a enviar este incompleto y por ende se tiene inconvenientes en el país destino con el comprador; el jengibre deshidratado y la papikra (capsicum) no tienen la demanda necesaria en el mercado, pero aun así la empresa la sigue poniendo en su cartera de ventas.

Si la empresa sigue presentado estos inconvenientes no tendrá la capacidad de suficiente para cubrir con las demandas exigidas por el mercado conllevando a la pérdida de clientes y a una baja rentabilidad.

Por ello la investigación se direcciona a encontrar las deficiencias o debilidades que se viene dando en el control de la cadena de suministro para mejorar la exportación de la empresa agroexportadora, por ese motivo se buscará conocer la incidencia de las dimensiones de las variables para determinar su prioridad y así asegurar un mejor control de la cadena de suministro en beneficio del volumen de exportación y calidad, y otros aspectos relacionados al mismo.



Ante los hechos mencionados se procedió a plantear problemas de investigación que se observarán en el siguiente apartado.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿De qué manera el control de la cadena de suministro influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- a. ¿De qué manera el control del abastecimiento influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020?
- b. ¿De qué manera el control de la distribución influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020?
- c. ¿De qué manera el control de la calidad influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020?

## **1.3. Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1. Objetivo General**

Establecer de qué manera el control de la cadena de suministro influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- a. Establecer de qué manera el control del abastecimiento influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.
- b. Establecer de qué manera el control de la distribución influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.
- c. Establecer de qué manera el control de la calidad influye en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

Justificación práctica

La investigación busca proponer recomendaciones sobre los problemas del control de la cadena de suministro y exportación.

Justificación teórica

La identificación de las dimensiones permitirá identificar las que tienen más incidencia en la exportación, de esta manera se encontrarán resultados que contribuirán a estudios posteriores.

#### **1.5. Delimitación del estudio**

Delimitación geográfica: agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., distrito de Barranca, provincia de Barranca, departamento de Lima.

Delimitación social: trabajadores de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C.

Delimitación temporal: noviembre del año 2019 a abril del año 2020.

Delimitación semántica: Control de la cadena de suministro y Exportación.

Patroni y Patroni (2018) define al control de la cadena de suministro como la incorporación de acciones que gestionan recursos y prestaciones, con el objeto de modificarlos en bienes intermedios y productos finalizados, que llegan a manos del cliente.

Hill, Jones y Schilling (2015) señalan que la exportación hace referencia a una empresa que fabrica un bien en un cierto lugar y lo exporta luego a los mercados internacionales brindando enormes economías de escala en relación a la cantidad de ventas globales.

#### **1.6. Viabilidad del estudio**

Por contar con los recursos necesarios, es decir, materiales, financieros y humanos, se pudo ejecutar la investigación y por ende, es viable.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1. Investigaciones internacionales

Almeida (2018), “Plan de Marketing Internacional para la Exportación de Servicios de Diseño Gráfico”, aprobada por la Universidad Nacional de la Plata. Argentina. Su objetivo, planear los lineamientos estratégicos para la exportación de servicios. La investigación es de tipo descriptiva. Concluyó que “las particularidades aquí detalladas, positivas o negativas, son muy importantes para la elaboración de un plan de marketing internacional para la exportación de servicios de diseño gráfico” (p.69) ... Este debe ser capaz de “influir claramente en las decisiones estratégicas y ser implantado en el mix de marketing” (p.69).

Castro (2017), “Diseño de una cadena de suministro de biocombustible a partir de residuos de café considerando la disponibilidad estacional de materia prima”, aprobada por la Universidad Tecnológica de Pereira. Colombia. Su objetivo fue diseñar una cadena de suministro de biocombustible. La investigación es de tipo descriptiva. Concluyó que la materia prima seleccionada para la presente cadena de suministro “es altamente llamativa por los rendimientos generados en la producción de alcohol carburante, especialmente los tallos que representan un rendimiento comparativamente alto con los subproductos del café” (p.100), además de requerir de “un menor cuidado durante su proceso de producción al no generarse con este residuo el riesgo de fermentación por vía natural; por tanto, no requerir temperaturas de refrigeración, siendo a su vez el tratamiento de este menos costoso” (p.100).

Choque (2016), “Dependencia de la exportación de aceituna peruana al mercado de Brasil. Adaptación al nuevo escenario comercial 2025”, aprobada por la Universidad de Buenos Aires. Argentina. Su objetivo fue identificar y analizar los posibles escenarios de adaptación del subsistema de la aceituna,

teniendo en cuenta la marcada dependencia comercial. La investigación es de tipo descriptivo y de diseño cualitativa y cuantitativa. Concluyó que, “desde los últimos diez años de exportación de la aceituna conservada de Perú hasta la fecha, el mercado de Brasil se ha convertido en su principal destino de exportación” (p.62).

### **2.1.2. Investigaciones nacionales**

Ramos (2018), “Producción de espárragos y las exportaciones en el periodo 2010-2017”, aprobada por la Universidad César Vallejo. Perú. Su objetivo fue determinar la producción de espárragos refrigerados y las exportaciones. La investigación es de tipo longitudinal y descriptivo y de diseño no experimental. De acuerdo con los resultados “ha quedado demostrado que existe una tendencia positiva en la evolución del volumen de las exportaciones de espárragos frescos o refrigerados en el periodo 2010 – 2017” (p.85).

Barrantes (2017), “Cadena de suministro en una empresa de tecnología, Lima 2017”, aprobada por la Universidad César Vallejo. Perú. Su objetivo fue analizar cuál es el vínculo entre los proveedores y los procesos que se desarrollan. La investigación es de diseño observacional analítico y experimental. La población fue de 3 personas. Se utilizó la entrevista. Concluyó que la empresa de tecnología, “necesita actualizar su sistema de gestión en base a su cadena de suministro que le permita tener una visión más amplia de los procesos y así efectuar una mejor comunicación dentro de las distintas áreas de la empresa” (p.58), ayudando a que “los datos que se manejan estén en los momentos indicados y con información real y exacta, reduciendo tiempos muertos y procesos innecesarios, es decir eliminando cuellos de botella en la cadena de suministro” (p.58).

García (2016), “Cadena de Suministros y Exportación de Jengibre orgánico de una empresa privada de lima 2016”, aprobada por la Universidad César Vallejo. Perú. Su objetivo fue determinar la relación que existe entre la cadena de suministros y exportación. La investigación es de tipo correlacional y de diseño no experimental de nivel descriptivo. Utilizó la encuesta. Concluyó que “según el análisis inferencial en el software estadístico SPSS21



que existe relación significativa entre la cadena de suministros y exportación” (p.35).

## 2.2. Bases teóricas

### *Variable independiente: Control de la cadena de suministro*

#### **A. Definiciones**

Patroni y Patroni (2018) define al control de la cadena de suministro como la incorporación de acciones que gestionan recursos y prestaciones, con el objeto de modificarlos en bienes intermedios y productos finalizados, que llegan a manos del cliente.

Carreño (2017) manifiesta que la cadena de suministro se encuentra integrada por compañías que organizan y cooperan con el fin de sacar ventaja de una oportunidad de mercado, logrando de este modo satisfacer las carencias del cliente.

Kerin, Hartley y Rudelius (2014) definen que la gestión de la cadena de suministro trata en incorporar y planificar los datos y las acciones logísticas por medio de las compañías de la cadena, con el objeto de concebir y dar productos y prestaciones que den valor a los clientes.

Ferrel y Hartline (2012) expresan la unión y la incorporación de cada uno de los integrantes del canal de marketing. Incorporar compañías como proveedores de insumos, productores, revendedores y consumidores finales en una secuencia uniforme de datos, bienes y fondos.

Baca, et al. (2010) mencionan que es aquella que comprende cada una de las acciones vinculadas con el flujo y modificación de productos, a partir de la fase de insumo (extracción) hasta el comprador final, asimismo los flujos de datos vinculados.

#### **B. Dimensiones**

Chávez y Tello (2018) mencionan en su investigación que las dimensiones para evaluar el control de la cadena de suministros, son los siguientes:

a. Abastecimiento

El abastecimiento es una serie de acciones que detecta aquellos productos y prestaciones que necesita una empresa para un apropiado procedimiento. El abastecimiento comprende hacer pedidos, el traslado y el depósito de los insumos y demás para el comienzo del procesamiento de su cambio. “El objetivo esencial del abastecimiento es que la compañía fabrique continuamente, teniendo conocimiento del riesgo que supone los equipos, obtener las mejores condiciones para los suministros, impidiendo una demasía de stock” (López, 2014, p. 14).

b. Distribución

La distribución es un medio esencial que posibilita las direcciones o caminos en una compañía puesto que permite que el bien llegue en perfectas condiciones conforme a la solicitud hecha por el cliente final. “Si el bien ya está fabricado y se encuentra disponible para ser vendido, es necesario pasar a su depósito provisional y a su cambio hasta llegar al cliente” (López, 2014, p. 14).

c. Calidad

La calidad es una cualidad que da integridad y localización en el mercado. “Un bien es de calidad dependiente de sus descripciones; cuando un bien de adecua a las carencias del consumidor sería un bien de calidad” (López, 2014, p. 7).

**C. Integración de la cadena de suministro**

Fernie y Leigh (2001) señala que la integración de la cadena de abastecimiento entre los socios de las actividades comerciales se cita a menudo como una técnica básica para obtener mejores en la eficacia de los procesos de reaprovisionamiento.

Es importante comprender que significa este concepto, la integración puede ser una técnica para ayudar a que se produzca la optimización de la cadena de abastecimiento, pero también puede considerarse un medio a través del cual uno de los miembros de la cadena consigue el control de una gran parte de esta.

Estrategias de información para apoyar optimiza de los procesos de planificación:



- Mejora de la predicción del mercado: La gestión del cliente y las iniciativas conjuntas de predicción basadas en los datos que sobre las ventas se ubican; técnicas de gestión, cuentos como la planificación del espacio que ocupan las estanterías
- Mejora de la eficacia del transporte: Desarrollo de nuevos enfoques para compartir la gestión del transporte.
- Mejora de la planificación de la fábrica: Aplicación de la planificación de producción principal (MPS) y de los programas de planificación de los recursos en la fabricación (MRP) en el caso de que tenga la totalidad de las existencias corregidas, aunque no en el lugar adecuado.
- Mejora del despliegue de las existencias en el mercado: Aplicación de los sistemas de planificación de los requisitos de distribución (DRP); utilización de los programas CRP en la gestión del vendedor.
- Mejora de los procesos económicos: Utilización de las técnicas de transferencia electrónica de fondos.
- Mejora de la eficacia administrativa: Desarrollo de las operaciones del nuevo EDI (por ejemplo, la confirmación de la comprobación de los repartos); empleo de las bases de datos que sobre precios o promociones tiene el EDI; "luz verde" en la adopción de los acuerdos de reparto (no se produce un control de los repartos del proveedor en los RDC).

Hasta este momento, la actividad de la integración constatada en la bibliografía sobre el ECR se ha centrado, principalmente, en los procesos del nivel de ejecución, operando característicamente entre el fabricante y el minorista o a lo largo de la cadena. Por ejemplo, las técnicas fundamentales son las de los CRP y del cross-docking.

Se pueden observar muy pocos ejemplos sobre la integración a través de la cadena y, de hecho, hay muy pocos datos sobre la planificación integrada.

Actualmente, dado que un fabricante abastece a muchos clientes y un cliente es abastecido por muchos fabricantes, la idea de considerar el proceso de reaprovisionamiento en este contexto una cadena es errónea.

Las cadenas de abastecimiento en las cuales la complejidad avanza cada día más.

Hasta ahora, las mejoras en la eficacia han procedido de la aplicación de una serie de técnicas, ninguna de las cuales es provechosa.

La integración a lo largo de una cadena es una técnica que hace posible que uno de los constituyentes de esta consiga el control, la integración a través de la red ayudara, sobre todo, a la optimización. Algunas de las consecuencias de la integración “a lo largo de la cadena”.

#### ***D. Tácticas de la cadena de suministro***

Patroni y Patroni (2018) mencionan que, con el objeto de obtener productos y prestaciones de fuentes externas, es necesario que la compañía decida diseñar una táctica de la cadena de suministro. Dentro de estas tenemos:

- Muchos proveedores. Con esta estrategia el abastecedor replica a las exigencias y determinaciones de una “solicitud de cotización”, y a menudo el pedido se brinda a quien tenga la oferta más baja. Es una táctica si se trata de bienes de mercadeo. Dicha táctica hace que los abastecedores tengan una mutua competencia e exige al abastecer la carga de satisfacer las exigencias del cliente. Los abastecedores tienen una fuerte competencia mutua. Aún cuando con dicha táctica es posible emplear diversos enfoques de negociación, los vínculos de “sociedad” a futuro no son su objetivo. Dicho enfoque hace cargo al abastecedor de dar satisfacción a las carencias de tecnología, experiencia y carencias de predicciones, como también el costo, la calidad y la competencia para dar la entrega.
- Escasos abastecedores. Comprende que, en vez de realizar la búsqueda de características a futuro, como el mínimo coste, unos compradores se encuentran en mejor posición de realizar vínculos a futuro con algunos abastecedores. Los abastecedores de largo plazo tienen una mayor posibilidad de comprender los objetivos que tiene la compañía quien contrata sus servicios y del consumidor final. Es posible que al usar escasos abastecedores se cree un valor al posibilitan a los abastecedores hacer economías de escala y obtener una mayor curva de aprendizaje que direcciones a menores costes de transacción y fabricación.

- Integración vertical. Es posible que las adquisiciones se extiendan para dar forma a la integración vertical. Esta trata en diseñar la capacidad para fabricar productos o prestaciones que previamente se adquirirían o, en realidad, comprar un abastecedor. La integración hacia atrás se recomienda a un fabricante de materiales elabora el bien final.
- Redes Keiretsu. En su mayoría las compañías niponas han hallado un punto intermedio entre adquirir a escasos abastecedores y la integración vertical. Dichos productores a menudo brindan un apoyo financiero a los abastecedores a través de propiedad o préstamos. De dicha manera, el abastecedor se vuelve parte de la unión de una empresa, donde se denomina Keiretsu. Los integrantes aseguran un vínculo a futuro, por tal motivo se tiene esperado que funcionen como socios que dan fabricante la experiencia técnica y la calidad de producción permanente.
- Empresas virtuales. Están sujetos a una diversidad de vínculos con los abastecedores para brindar las prestaciones que se exigen. Dichas empresas poseen fronteras organizacionales sencillas y móviles que les posibilitan crear compañías únicas para dar satisfacción a las exigencias cambiantes.

#### ***E. Localización de las fuentes de suministro***

Perez (2017) señala que en un almacén central se pueden dar dos supuestos en cuanto a sus fuentes de su suministro:

- Una única fuente de suministros
- Diversas fuentes de suministros

Cuando la fuente de suministros es única, estamos ante el caso del almacén central de una fábrica. En este supuesto, lo lógico, es que el almacén se halle integrado en esta o muy próxima a ella.

Por el contrario, cuando las fuentes de suministros son diversas, será más conveniente localizar el almacén central en un punto geográfico estratégico entre todas ellas.

#### ***F. Actividades principales de la cadena de suministro***

Baca, et al. (2010) mencionan que la gestión de la cadena de suministros implica diversas acciones en la empresa.

a. Servicio al comprador o desarrollo de compradores

Los actos que son parte a la prestación al comprador son esencialmente el establecimiento de las carencias de éstos, para que los bienes o prestaciones lleguen con la logística adecuada para estos. Otra acción de suma importancia es medir la respuesta del comprador.

Al lado de las acciones de marketing, es relevante además como acción, el determinar los niveles de prestación al comprador, el determinar patrones de costos, rapidez y también calidad, del vínculo con estos.

El hecho de trabajar de forma eficiente con el comprador no quiere decir que únicamente se tiene un vínculo con este si se vende el bien.

Implementar un desarrollo de compradores, es investigarlos, llevar a cabo estadística sobre estos, brindarles atención incluso en las ocasiones donde no se realizará la venta del bien, clasificarlos conforme con su relevancia, de esta forma tener una mejor atención a aquellos que son los principales compradores y diseñar tácticas para aquellos aún no lo son para la compañía.

b. Desarrollo de proveedores

La relevancia de poseer un estudio de abastecedores garantiza que el insumo sea el adecuado, a la hora apropiada y la proporción exigida.

Sin ese insumo, la compañía no puede implementar la fabricación y, por ende, no se tendrían compradores a quien venderles.

El implementar el desarrollo de proveedores se traduce que el responsable de dicha acción ha tenido un conjunto de acciones tácticas anteriores:

- Selección.
- Calificación.
- Desarrollo.

Las elecciones de abastecedores hacen referencia a realizar un estudio sobre aquellos abastecedores que disponen de los suministros que exige la organización.

La evaluación de proveedores se da través de un análisis de aquellos que poseen los suministros que solicita la compañía. la cual se realiza en diferentes



ámbitos. Para finalizar, el desarrollo de abastecedores consiste de que se desarrollen hacia estándares que la compañía compradora cree convenientes.

Dicha acción es una táctica que es necesario para la empresa implementar realizando un valor junto a los abastecedores, adquiriendo la fiabilidad requerida para laborar en equipo.

#### c. Transporte

Llega a ser un subproceso de la gestión de la cadena de suministro, que se utiliza para trasladar los bienes entre la compañía y los abastecedores, los compradores o los lugares de distribución, además para cumplir con el traslado dentro de la compañía entre centros de fabricación, depósito de insumos y depósito de producto finalizado.

Dicha acción se torna muy importante, ya que existe distancias entre abastecedores y compañías, entre ésta y compradores o los centros de repartición son muy relevantes.

#### d. Inventarios

Hacen referencia a los insumos y los bienes en proceso o finalizados que están en los depósitos de las compañías.

Los inventarios tienen mayor relevancia ya que amortiguan la oferta y la demanda, no obstante, al tener una enorme cantidad de inventarios conduce a un importante costo: costes por espacio, por gestión del mismo, etcétera.

#### e. Almacenamiento

Este se encuentra relacionado con el inventario.

La acción de almacenar es posible estudiarla a través de un enfoque más científico, que observarlo como el empleo de un espacio para ingresar los inventarios.

Es posible que el proceso de almacenamiento se haga cargo de desarrollar y establecer los espacios en el cual el inventario será ingresado, como también la configuración del almacén.

Otras actividades que son parte de la actividad del almacenamiento radica en repartir de forma adecuada las mercaderías, desarrollar y planificar los sitios de carga y descarga de los inventarios.

f. Embalaje

Este es importante para mandar los productos finalizados a los compradores a los lugares de distribución.

Es una acción de apoyo al traslado y mantenimiento del inventario, como también al almacenamiento, puesto que apoya la eficiencia de dichas acciones.

El embalaje hecho en los bienes finalizados ayuda esencialmente para un adecuado manejo del traslado y almacenes, para guardarlo en un sitio determinado o durante cierto tiempo, frente a daños, pérdidas o temas de tiempo.

Si se implementa el embalaje es importante considerar que aun cuando este tiene diversos beneficios, además es necesario prestar bastante atención a este, puesto que el embalaje posiblemente aumente la dimensión del bien, donde es posible se altere la efectividad de las acciones de traslado o del almacenaje.

A causa de esto, diversas compañías eligen enviar bienes a granel, y realizar la actividad del embalaje, ya sea en los centros de distribución o en las fábricas del comprador.

g. Logística acción

Esta actividad se refiere a la administración del flujo de materiales inverso al de producción.

Hay diferentes conceptos sobre este tema, una de ellas es el proceso de planificar, implantar y control de manera eficiente el flujo de efectivo de costos y almacenaje de materias, inventarios en curso y bienes finalizados; como también los datos vinculados.

Las compañías que implementan estas actividades es necesario cuenten con almacenes que únicamente implementen la acción al comprador, sino que además pueda realizar el flujo inverso.

h. Procesamiento de la información



Para implementar la gestión de la cadena de suministro es necesario que exista información clara entre los participantes de esta, tanto interna como externa de la organización.

Cuando una compañía tiene la capacidad de procesar adecuadamente sus datos áreas, también de compartir los datos es requerida con compradores, abastecedores, transportistas, etcétera., siendo así se obtendrá una ventaja competitiva en relación a las compañías que no afiancen su proceso de comunicación

Las TIC ha contribuido en gran medida a la transmisión de los datos entre los diversos participantes de la cadena de suministros

Más aún han sido de utilidad si los participantes de la cadena de suministros se encuentran a mucha distancia. Estas tecnologías han sido sumamente importantes en la optimización de los procesos.

#### **G. *La función de aprovisionamiento***

Anaya (2011) señala que comprar y aprovisionar son términos utilizados de forma distinta a menudo para detallar funciones semejantes; aunque es necesario diferenciar esta función ya que tiene un carácter bastante amplio, en el interior del cual se halla la definición de adquisición y la función de compra específica; de esta: aprovisionar es una actividad direccionada a dar a la compañía, los medios necesarios, bienes y prestaciones externas que son importante para su funcionamiento. Para llevar a cabo dichos temas es importante hacer estas acciones:

- a. Prevenir las carencias de la compañía.
- b. Organizarlas en tiempo.
- c. Manifestar en términos apropiados, desde un enfoque descriptivo, cualitativo y cuantitativo.
- d. Realizar la búsqueda en el mercado.
- e. Comprarlas.
- f. Hay que asegurar que son recepcionadas en situaciones demandadas.
- g. Pagarlas.

Las funciones a) y b) por lo general se sustentan en un programa de aprovisionamiento originado de una previsión de ventas.

En contraste, COMPRAS es una actividad bastante restringida, cuya finalidad es comprar productos y prestaciones que la compañía requiere, poniendo en garantía el suministro de las proporciones necesarias en los tiempos, precios y calidad.

En realidad, se reconoce con los mencionados con anterioridad en relación con aprovisionamiento del mar d), e), f) y g).

Puesto que la relevancia del coste de las compras es con respecto al beneficio que ha logrado la compañía, en función a las actividades de carácter gerencial que tiene la misma.

La complejidad de la función se deriva lógicamente de la naturaleza de los bienes o prestaciones materia de compra, sin olvidar los diferentes elementos esenciales que comentamos a continuación:

- La carencia de tener un entorno monetario bastante cambiante, ocasionado principalmente por:
  - o Globalización de los Mercados.
  - o Cambios cualitativos y cuantitativos en la demanda de bienes.
  - o Falta de capitales y desarrollo de los costos financieros.
  - o Minimización de los márgenes de beneficios.
- Cambios externos e internos de tecnología.
- Aumento de las demandas de calidad.

#### ***H. Aspectos globales de la cadena de suministro***

Patroni y Patroni (2018) mencionan que si las empresas entran a los mercados internacionales en progreso, extender sus cadenas de suministro ya se transforma de un desafío táctico.

Es posible sea un desafío, fabricar con calidad en algunos mercados, y los mecanismos de distribución sean poco fiables, es donde se recomienda niveles de inventario elevados que los requeridos en el propio país.

De igual forma, es posible que aranceles y cuotas limiten los negocios de las empresas foráneas. También de los riesgos tanto políticos como económicos continúan siendo elevados en buena parte del mundo.

De este modo, el diseño de un plan táctico de éxito para la gestión de la cadena de suministro necesita de un plan creativo y un estudio caudaloso.

En un ambiente global, las cadenas de suministro deben tener la capacidad de:

- Responder frente a los cambios imprevistos en disponibilidad de partes, medios de embarque, tributos de importación y tasas de cambio.
- Emplear la tecnología más moderna de cómputo y transmisión para programar y gestionar los despachos de partes que ingresa y de bienes finalizados que salen.
- Contar con profesionales locales para gestión de los diferentes aspectos de tributos y temas políticos.

#### ***I. Administración de la cadena de suministro y estrategia de marketing***

Kerin, Hartley y Rudelius (2014) establecen que el ejemplo de la cadena de suministro automotriz muestra la integración y la organización de las actividades de información y logística entre las compañías para concebir y dar un vehículo al cliente.

En dicho ejemplo falta el vínculo entre la cadena de suministro de una empresa específica y su estrategia de marketing.

Así como las diferentes compañías poseen diferentes tácticas de marketing también gestionan de diferentes modos su cadena de suministro.

De manejo específico, los objetivos que se espera lograr con la táctica de marketing de una compañía se requiere una cadena de suministro con más capacidad de reacción, o más eficaz, para la satisfacción de las carencias de sus compradores.

- Alineación de la cadena de suministro con la táctica de marketing: Hay diferentes configuraciones de la cadena de suministro, cada una de estas para diversas tareas. Hoy en día, los mercadólogos reconocen que la

elección de una cadena de suministro se origina de una táctica de marketing correctamente planificada y comprende estos tres pasos:

- Comprender al comprador. Al efecto, es necesario que las compañías reconozcan las carencias al nicho o segmento de mercados que operan. Estas, como el deseo de un bajo precio, ayudan a que la empresa defina la importancia relativa de ser eficaz y de tener capacidad de reacción en la satisfacción de las necesidades de los compradores.
- Comprender la cadena de suministro. Es necesario que la empresa comprenda para qué está diseñada la cadena de suministro. Ya que puede cambiar como en solo enfocarse en replicar frente a las carencias y demandas de los compradores y otra como poner énfasis en la eficacia, para proporcionar materiales a un coste reducido.
- Uniformizar la cadena de suministro con la táctica de marketing. Para finalizar, es necesario que la empresa compruebe que lo logró con la cadena de suministro marítimo compatible con las carencias de sus compradores previstos y con táctica de marketing.

***Variable dependiente: Exportación***

***A. Definiciones***

Hill, Jones y Schilling (2015) señalan que la exportación hace referencia a una empresa que fabrica un bien en un cierto lugar y lo exporta luego a los mercados internacionales brindando enormes economías de escala en relación a la cantidad de ventas globales.

Hitt, Ireland y Hoskisson (2015) mencionan que la exportación se da cuando la empresa despacha los bienes que elabora en su mercado doméstico a los mercados foráneos.

Kerin, Hartley y Rudelius (2014) señalan que esta es la actividad que se conceptualiza como la producción de bienes en una nación y su venta en otro.

Wheelen y Hunger (2013) mencionan que la exportación es trasladar los productos elaborados desde la nación local de la compañía hacia naciones extranjeras para ponerlas en ventas.



Stanton, Etzel y Walker (2007) establecen que la formas más simple de operar en mercados foráneos es a través de la exportación: el comercio directo de productos de compradores foráneos, o bien por medio de intermediarios foráneos de importación – exportación.

### **B. Dimensiones**

Araujo (2009) hacen mención, que la exportación es el modo de ingreso con mínima contingencia y esfuerzo, debido que previene muchos costos fijos en realizar negocios globales, favoreciendo la adquisición de economías de escala, localización, entre otras sobre el efecto experiencia. Por lo tanto, la supervisión que brinda por las operaciones internacionales es mínima, proporcionando un mínimo beneficio condicional a diferencia de otras maneras de entrada. Se identificaron tres tipos fundamentales de exportación:

#### **a. Exportación indirecta**

Se refiere en cuanto la compañía exporta a través de agentes particulares del mismo país, encargándose de las funciones referentes a la comercialización hacia el extranjero. El productor, por tanto, se restringe en fabricar y ofrecer al igual que lo realiza con los usuarios del mercado doméstico. El agente tiene una institución donde puede incluir filiales, depósitos, medios de transporte, etc.

#### **b. Exportación directa**

La compañía inicia relación con agentes o compradores finales en el exterior, encargándose de la totalidad de los aspectos administrativos, logísticos y capitalista que se realiza en una exportación.

#### **c. Exportación concertada**

Se basa en la cooperación de las compañías productoras para ingresar al mercado internacional, con el fin de aumentar las ventas.

### **C. Tipos de exportaciones**

Martin y Martinez (2012) mencionan que son:

- a. Exportaciones directas: aquí la obligación y las acciones de venta extranjera están constantemente a cargo de la compañía exportadora.

Implica el comercio de un exportador de forma directa desde el mercado de comercio, un importador, repartidor o cliente final situado en un mercado foráneo.

La principal diferencia entre la exportación directa con la indirecta radica en que los fabricantes/ exportadores actuales toda la acción exportadora en vez de encomendar en otros (estudios de mercados, distribución física, etcétera).

Es posible mencionar algunas ventajas que tiene la exportación directa tales como:

- Elevado control del mercado
- Datos más directos del mercado
- Saberes más detallados
- Compra de marketing internacional

b. Exportación indirecta: Dicho modo de ingreso se encuentra sustentado en las operaciones de venta de las otras compañías.

Consiste de intermediarios que se encuentran ubicados en el mercado meta, con una propia empresa y son responsables de cada actividad de marketing internacional. Y como principales actividades que realiza son los siguientes:

- Elección de los medios de distribución
- Publicidad
- Distribución física del bien
- Y otros vinculados con la colocación del bien en diferentes mercados.

c. Exportación concentrada o agrupada: consiste en un contrato de colaboración con otras compañías para ingresar a un mercado externo.

Esta forma de ingreso en los mercados internacionales comprende que la compañía exportadora no enfrenta el mercado externo individualmente si no tiene otras compañías que también tienen ese mismo interés para incrementar sus ventas en un determinado mercado.



Se recomienda cuando exportar de forma individual resulta una actividad muy costosa para ciertas compañías, de tal manera que puedan agruparse para atacar el mercado externo.

d. Producción en mercados exteriores: es una forma de ingreso es la seleccionada por compañías con mucha experiencia en mercados extranjeros, con gran capacidad monetaria con productos nuevos o con una elevada distinción.

#### ***D. Intermediarios de exportación***

Daniels, Redebaugh y Sullivan (2013) mencionan que las empresas de terceros que venden bienes y prestaciones en el mercado internacional a nombre de productores, asociaciones de granjeros y diferentes, repartidores son denominados intermediarios de exportación.

La mayoría de empresas encuentran que dichas organizaciones de terceros brindan una perspectiva operacional más sencilla y parcialmente libre de riesgos que implica el comercio exterior. Su experiencia con normas, tributos, derechos, seguros y traslado las conversiones en medios productivos.

Lo más importantes tipos de intermediarios comerciales son la compañía de gestión de exportaciones y las compañías exportadoras comercializadoras.

a. Compañías de gestión de exportaciones(EGE): Una compañía de gestión de exportaciones (EGE) ayuda a los fabricantes de Estados Unidos a determinar un mercado internacional para sus productos. Una EGE a menudo actúa como una empresa, aunque también puede manejar las importaciones.

Mantiene una relación estrecha con sus clientes, a menudo actúa como un área de marketing no formal.

También genera pedidos para su clientela, planifica medios de repartición, diseña promociones, recolecta, investiga, verifica los datos crediticios y brinda asesoramiento en relación a la administración de cuentas foráneas y condiciones de pago.

Pueden supervisar los documentos comerciales, planificar el traslado y la protección de patentes y marcas.

Agilizar las resoluciones y, según sea necesario, representar a su clientela en estudios aduanales. Una empresa de gestión de exportaciones realiza sus operaciones sobre una base contractual, la representación particular en un determinado mercado formal.

Su contrato con la empresa de precios especiales, crédito y políticas financieras, servicios de promoción y forma de pago. Una EGE puede operar sobre una base de comisión (a menos que asuma la titularidad de la gestión) y cobrar un anticipo por otros servicios.

Básicamente se agrupa en bienes complementarias y que no compiten entre sí de diversas empresas para comercializar una línea completa de bienes.

En Estados Unidos, la mayoría de las empresas de gestión de exportaciones son firmas empresas que se especializan por producto, función o sector de mercado.

Algunas son grandes negocios que manejan líneas de muchos fabricantes de diversas industrias. Otras son más pequeñas y trabaja con menos clientes; otras más se especializan en determinados productos o se concentran en lugares particulares, y hay algunas que son generalistas.

La Federación de Asociaciones de Comercio Internacional (FITA, por sus siglas en inglés) estima que en Estados Unidos operan más de mil EGE, y cada una representa, en promedio, a unos 10 proveedores.

En otras palabras, pocas empresas estadounidenses utilizan los servicios de empresas de gestión de exportaciones, aunque FITA razona que muchas se beneficiarían de hacerlo.

Las EGE, aunque versátiles, no son la solución para todas las situaciones. Por lo general, son empresas pequeñas, independientes, con recursos limitados.

Algunas pueden ser batallas para almorzar los productos de una empresa u ofrecer esas mismas finanzas amplias. Además, se concentran en productos que les traen más utilidades, evitando aquéllos con perspectivas poco claras.

b. Empresas exportadoras comercializadoras(EEC): En 1982, Estados Unidos promulgó la Ley de empresas exportadoras comercializadoras que eliminó

algunos de los obstáculos antimonopolio para las EEC (ETC, sus siglas en inglés).

A las agrupaciones de competidores directos, que alguna vez estuvieron prohibidas, les estaba permitido que formaran la CEE para desarrollar las exportaciones afectadas por el temor de que se emprendiera una acción antimonopolio en su contra.

Competidores holandeses, japoneses y británicos lo habían hecho rentablemente mucho tiempo antes. Las CEE, libres y de las barreras legales que habían restringido a sus miembros, impulsaron la competitividad en las exportaciones de las empresas estadounidenses.

Las EEC difieren de las EGE en que funcionan con base en la demanda en lugar de en la oferta. Es decir, una CEE reúne a compradores y vendedores, funciona como un casamentero de comercios.

Así, crea valor al determinar lo que quieren los compradores foráneos, reconociendo a los proveedores locales y acelerando las transacciones. En lugar de representar a un solo fabricante, una CEE trabaja con muchos. Por lo general, estas empresas realizan operaciones como distribuidores independientes para impedir tener un inventario a su nombre o hacer prestaciones después de la venta.

c. Honorarios: Los intermediarios comerciales cobran por sus saberes y prestaciones. Comúnmente, realizan sus operaciones sobre (1) una tasa de comisión que va desde el 10 % para los bienes de consumo hasta 15 % o más para los bienes industriales, (2) una base de compra-venta que pide un buen descuento de la nación de origen de una empresa más un descuento adicional por un bien al que se le aplica el margen si se realiza la venta en el extranjero, y / o (3) contribuciones para realizar ciertos eventos como la participación en una feria comercial o con respecto a la publicidad y promoción.

Además de los pagos, contra un intermediario comercial se requiere que los exportadores renuncien a un control considerable.

Las cuestiones de quién le venden, el precio que se cobra, la calidad de los materiales promocionales, la flexibilidad en la programación de las entregas o los problemas del servicio al cliente son cuestiones que atienden el

intermediario. Algunas empresas descubren que un intermediario incentiva muy poco a sus bienes y batallan para generar ventas internacionales.

Para mantener el control, una empresa puede utilizarlos, pero otorga menos discrecionalidad.

Como en cualquier situación de hacer vs comprar, las empresas renuevan el control por el costo de administrar directamente la actividad exportadora.

#### **E. Tipos de documento de exportación**

Daniels, Redebaugh y Sullivan (2013) señala que son:

- Factura proforma: aquel documento donde el importador detalla las condiciones de venta, el precio y entrega como si en verdad hubiesen despachado las mercaderías. Cuando el importador lo acepta, realiza el envío de una orden de compra y gestión del modo de pago, para finalizar eso, en cuando el exportador emite una factura comercial.
- Declaración de exportación del transportista: es el más popular de los documentos que implica la exportación. Es empleado por el Estado del exportador para controlar las exportaciones y recolectar estadísticas de comercio.
- Conocimiento del embarque: Recibo de los bienes entregados al transportista ordinario para su traslado; confirma un contrato por las prestaciones que realiza la persona a cargo del transporte y es un documento de propiedad. El cliente requiere presentar generalmente un original como prueba de propiedad previo de reclamarlos al transportista.
- Factura consular: En ocasiones es requerido por las naciones para dar supervisar las importaciones y tener más utilidades.
- Certificado de origen: señala origen del producto y por lo general es validado por una fuente externa, como la Cámara de Comercio. Ayuda a las naciones a establecer el arancel para las importaciones.
- Lista de empaque de exportación: Detalles del material contenido en cada paquete personal, señala el tipo de paquete, y se sitúa en la parte externa del paquete. Se utiliza por el transportista o agentes de carga, y veces por los funcionarios de aduanas, para verificar la carga.



- Factura comercial: Documentador para expedido por quien realiza la venta a nombre del comprador la cual tiene el detalle de las mercaderías, las direcciones tanto del comprador como del vendedor, y los términos de entrega y pago. Los gobiernos la usan para establecer el valor de las mercaderías al realizar la evaluación de los derechos de aduana.

#### ***F. Tácticas de exportación***

Martin y Martinez (2012) mencionan que son:

- a. Táctica de diferenciación: Comprende el desarrollo de una táctica de marketing diferente en cada nación, acoplada a sus diferentes cualidades monetarias, sociales, culturales y normativas.

Dicha táctica se trata de una segmentación del mercado a través de un grupo de normas, tiene ciertas ventajas tales como una elevada efectividad, puesto que es posible adecuarse mejor las cualidades y carencias de los mercados al cual se direcciona y, además, desventajas, como un coste mayor.

- b. Táctica de globalización: Dicha táctica es cuando las distinciones culturales, sociales o monetarias no comprenden en lo necesario adquirir una táctica diversa para cada nación, puesto que se tiene en cuenta más semejanzas que desigualdades, y que, por ende, los compradores no cambian en demasía. Las carencias que son los diferentes mercados relativamente homogéneos.

Se pueden hacer unas cuantas generalizaciones acerca de la globalización o estandarización global del marketing. La mejor opción para la globalización se encuentra en el área de los bienes de negocio duraderos.

- c. Táctica de penetración: Diversos escenarios de las decisiones son aquellas que se dan para seleccionar una táctica que impulse la internacionalización y de este modo tomar decisiones donde simulan una complejidad grande para las pymes. A lo largo, la capacidad monetaria para financiar los costes y egresos en las inversiones de publicidad son indudablemente un factor condicionante para las compañías.

Alcanzar una mayor penetración y asistencia en mercados foráneos con poca inversión es necesario ser la referencia para los emprendedores. En breve, se muestran ciertas actividades donde es posible agregar a la compañía y el

emprendedor global vienen siendo diseñadas por especialistas en comercio internacional externamente a la compañía:

- Departamento de exportación externa a la empresa: La creación de un departamento de exportación en la compañía es una inversión relevante para las compañías que algunas no tienen posibilidad de manejar sin que se tenga un margen de maniobra involucra una participación. Es necesario que el departamento desarrollado por un director de exportación y una secretaria es necesario que hablen diferentes idiomas. Un buen profesional de exportación tiene un umbral salarial entre 40.000 y 60.000 €, una buena secretaria de exportación entre 20.000 y 30.000 €. A estos gastos que sumarán el gasto en viajes, estancias y participación en acciones promocionales. Estas cantidades para una pequeña y mediana empresa son difícilmente asumibles por lo que es la mejor manera de encarar el proceso de internacionalización pasaje por la subcontratación de un departamento de exportación en donde la pyme y el emprendedor reducen significativamente la inversión al dispondrá de un director de exportación y de una secretaria de exportación bajo una misma infraestructura y donde los gastos de viajes, alojamientos y participaciones en acciones promocionales son igualmente asumibles.

Mientras que en otros países europeos y americanos la figura del asesor o consultor de comercio exterior es una figura muy extendida no lo es tanto en España. Esta situación puede ser una cámara y un hijo cada vez más las empresas y emprendedores que disponen de un departamento de exportación externo al igual que sucede en otras obligaciones comerciales como son los asesores contables, fiscales y laborales.

- Emprendedores inmigrantes en el país de exportación: El provecho del desarrollo y la disposición emprendedora de los inmigrantes en la nación importadora es posible sacar provecho dirigiendo los deseos de exportación de la compañía y las ideas de concepción de compañías importadores y exportación de los inmigrantes.

### ***G. Desencadenantes de la iniciación a la exportación***

Luna (2012) señala que existe un grupo de elementos tanto externos como internos que ocasionan que la empresa tome la decisión de exportar. Dichos desencadenantes son los siguientes.

a. Desencadenantes internos. Son aquellos que en el interior de la empresa produce su exportación. Como los mencionados a continuación:

- Ruta perceptual: De forma permanente en los mercados internacionales se da posibilidades que son identificadas por gerentes con una visión clara y panorámica, menor dicho, por gerentes perceptivos que por lo común emplean otra lengua, recorren naciones extranjeras o que se interesan por las demás culturas.
- Hecho interno particular: Es posible que exista en el interior de la compañía hechos, individuos u objetos como: la carencia de participación del mercado nacional, exceso de producción o novedades de aplicaciones o empleo de las mercancías.
- Internacionalización hacia adentro y hacia afuera: Por lo general se percibe que la internacionalización trata en exportar y pocas ocasiones se percibe como importación. Lo más aconsejable es intervenir primeramente en importaciones y después sacar provecho de esta experiencia con el objeto de transformarla en éxito por medio de las exportaciones.

b. Desencadenantes externos. Son aquellos elementos que se hallan fuera de la compañía fabrican u causan además su exportación. Como los siguientes:

- Demanda del mercado: Por lo general los mercados se inclinan a avanzar y en caso sean internacionales más aún, ocasionado posibilidad con el fin de que las compañías exporten. Como en el caso, de una elevada demanda de paltas en el mercado internacional ha causado que gran cantidad de compañías nacionales hayan sacado provecho de dicha demanda para internacionalizarse de esta manera a través de la exportación.
- Compañías competidoras: El miedo propio que tiene las compañías por la probabilidad que su competencia le quite su cuota de mercado, obliga en diversos casos a ver a los mercados internacionales como meta.

- Gremios empresariales: La intervención de las compañías o sus gerentes en asociaciones servir de alguna forma para tener información de las situaciones extranjeras de los mercados o recopilar las vivencias grupales de sus integrantes no obstante de forma individual no lo posea.
- Expertos externos: Hay diferentes agentes u organizaciones que incentivan ante todo la exportación:
  - Estados: Incentivan e impulsan la compraventa internacional no solamente brindando datos sino con programas de coadyuva a esta actividad.
  - Agentes de exportación: Son mediadores de compra y venta que coadyuvan a exportadores objetivos debido a su elevada vivencia en el marketing internacional y a sus conexiones en los mercados internacionales.
  - Cámaras de comercio: Cuya función principal es la de impulsar e incentivar la compraventa internacional interna y externa, dando estímulos, contactos y staff en acciones de compraventa internacional.
  - Entidades financieras: Son herramientas relevantes en la exportación de compañías, dando datos acerca de las posibilidades y riesgos en los mercados extranjeros.

#### **H. Restricciones “voluntarias” a la exportación**

Cornejo (2009) mencionan que son relacionadas con las cuotas de importación se hallan las denominadas restricciones “voluntarias” a la exportación.

En efecto, dichas restricciones no tienen tanto de voluntarias ya que es la misma nación exportadora quien toma decisión de exportar en menor proporción hacia la nación “afectada”, en efecto lo hace obligado para no recibir sanciones o dejar de recibir cooperación en temas de nexos bilaterales en diferentes aspectos.

Como en el caso de Japón y de más naciones asiáticas que en los tiempos de campañas electorales tienen una gran presión por parte de los Estados Unidos para que “renuncien de manera voluntaria” a un aumento adicional de determinadas exportaciones de vehículos y demás productos considerados



“sensibles” en su mercado a cambio de que persista una política de cooperación (el apoyo de seguridad que da EE.UU. al Japón).

Ello tiene por finalidad complacer, temporalmente, a industrias dedicadas a la fabricación nacional de bienes que compiten de forma directa con importaciones que participan en la “renuncia” solicitada.

No existen anuncios formales, no se firman estos convenios tampoco se elaboran documento en relación a ello, sin embargo, las presiones continúan vigentes y llegan a ser restricciones sofisticadas en la compra y venta internacional.

De esta manera las restricciones voluntarias a la exportación implican que el importador utiliza la amenaza de otro tipo a las importaciones a advertencias de otro modo para que naciones extranjeras reduzcan el volumen de sus exportaciones de manera “voluntaria”.

Las consecuencias de este tipo de restricciones son perjudiciales para la salud financiera de la nación importadora, y que poseen las consecuencias monetarias de generar las cuotas de importación.

Las naciones exportadoras pueden, no obstante, hacer frente a dichas restricciones por medio de disposiciones como el cambio de categorías de productos no restringidas, la optimización de la calidad para incrementar la utilidad por producto exportado o la instauración de plantas en el extranjero de naciones que no dependen de restricciones.

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### *Control de la cadena de suministro*

Se define como la incorporación de acciones que gestionan recursos y prestaciones, con el objeto de modificarlos en bienes intermedios y productos finalizados, que llegan a manos del cliente (Patroni y Patroni, 2018).

#### *Exportación*

La exportación hace referencia a una empresa que fabrica un bien en un cierto lugar y lo exporta luego a los mercados internacionales brindando enormes economías de escala en relación a la cantidad de ventas globales (Hill, Jones y Schilling, 2015).

### *Abastecimiento*

El abastecimiento es una serie de acciones que detecta aquellos productos y prestaciones que necesita una empresa para un apropiado procedimiento (Chávez y Tello, 2018).

### *Distribución*

La distribución es un medio esencial que posibilita las direcciones o caminos en una compañía puesto que permite que el bien llegue en perfectas condiciones conforme a la solicitud hecha por el cliente final (Chávez y Tello, 2018).

### *Calidad*

La calidad es una cualidad que da integridad y localización en el mercado (Chávez y Tello, 2018).

### *Exportación indirecta*

Se refiere en cuanto la compañía exporta a través de agentes particulares del mismo país, encargándose de las funciones referentes a la comercialización hacia el extranjero (Araujo, 2009).

### *Exportación directa*

Con esta otra modalidad, la compañía inicia relación con agentes o compradores finales en el exterior, encargándose de la totalidad de los aspectos administrativos, logísticos y capitalista que se realiza en una exportación (Araujo, 2009).

### *Exportación concertada*

Se basa en la cooperación de las compañías productoras para ingresar al mercado internacional, con el fin de aumentar las ventas (Araujo, 2009).

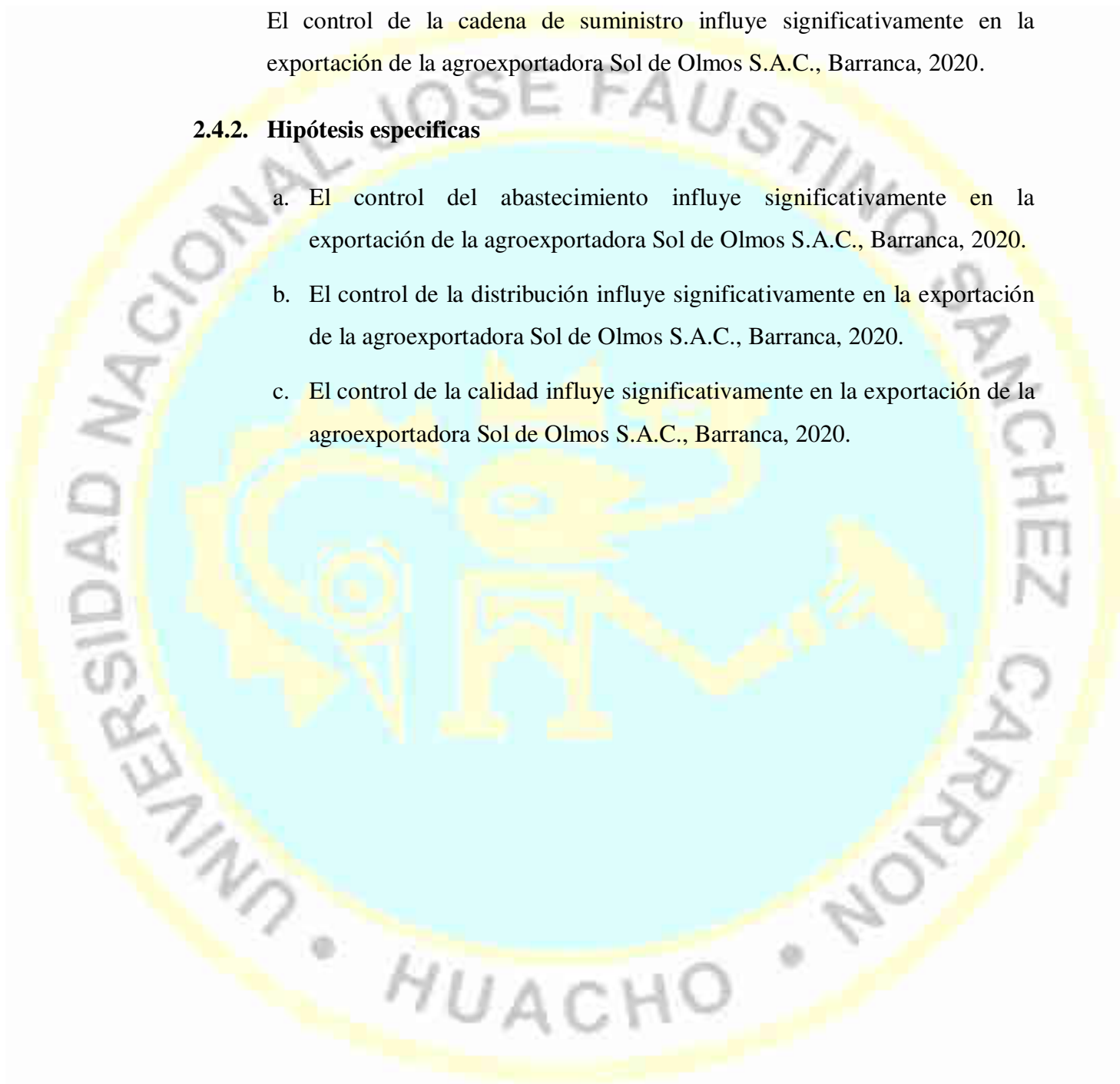
## 2.4. Hipótesis de investigación

### 2.4.1. Hipótesis general

El control de la cadena de suministro influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

### 2.4.2. Hipótesis específicas

- a. El control del abastecimiento influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.
- b. El control de la distribución influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.
- c. El control de la calidad influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.



## 2.5. Operacionalización de las variables

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores
<b>CONTROL DE LA CADENA DE SUMINISTRO</b>	<i>Abastecimiento</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inventario.</li> <li>- Clasificación.</li> <li>- Estandarización.</li> </ul>
	<i>Distribución</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transporte.</li> <li>- Canales de distribución.</li> <li>- Intermediarios.</li> </ul>
	<i>Calidad</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clasificación.</li> <li>- Control.</li> </ul>

Fuente: Chávez y Tello (2018).

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores
<b>EXPORTACIÓN</b>	<i>Exportación indirecta</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprador extranjero.</li> <li>- Comerciante.</li> <li>- Bróker.</li> <li>- Agente.</li> <li>- Casa exportadora.</li> <li>- Sociedad comercial.</li> </ul>
	<i>Exportación directa</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La venta directa.</li> <li>- La utilización de un agente o distribuidor.</li> <li>- El establecimiento de una subsidiaria comercial.</li> </ul>
	<i>Exportación concertada</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Piggy</u> – back.</li> <li>- Consorcio de exportación.</li> <li>- <u>Join</u> – <u>venture</u> internacional.</li> <li>- Franquicias internacionales.</li> <li>- Alianza estratégica.</li> </ul>

Fuente: Araujo (2009).



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. Diseño metodológico

La presente investigación es de tipo aplicada porque sus resultados permitirán la propuesta e implementación de medidas inmediatas. El nivel es explicativo al dirigirse a encontrar las causas que inciden en la variable dependiente. Es de diseño no experimental, al no manipular la variable; y tiene enfoque cuantitativo al usar elementos numéricos para dar a conocer resultados estadísticos.

#### 3.2. Población y muestra

##### 3.2.1. Población

La población está representada por 56 trabajadores de la empresa agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca.

##### 3.2.2. Muestra

La fórmula que se utilizó para hallar la muestra:

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

*Donde:*

- n = Es el tamaño de la muestra.
- p y q = Probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra.
- Z = Unidades de desviación estándar.
- N = Total de la población.
- E = Error estándar de la estimación.

*Reemplazando:*

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 56}{0.0025(56 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 48.99$$

Está representada por 49 trabajadores de la empresa agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca.

### 3.3. Técnicas de recolección de datos

Técnica: encuesta. El cuestionario comprende preguntas sobre el control de la cadena de suministro y exportación.

#### *Validación del cuestionario*

<b>Prueba de KMO y Bartlett</b>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	,854	
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1147,282
	gl	231
	Sig.	,000

#### *Confiabilidad del cuestionario*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,946	22

### 3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov - Smirnov. Para el estadístico de prueba se utilizó el Rho de Spearman.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

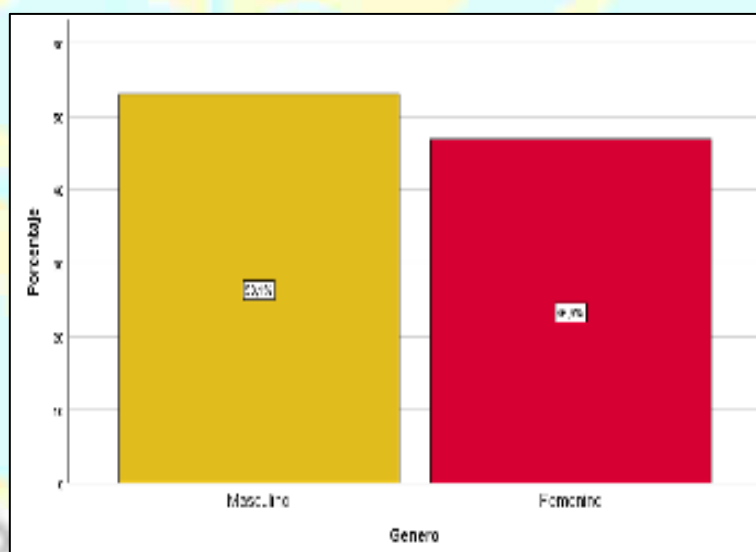
#### 4.1. Análisis de resultados

##### A. Datos generales

Tabla 1

*Género de los trabajadores de la empresa agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca.*

		f	%
Válido	Masculino	26	53,1
	Femenino	23	46,9
	Total	49	100,0



*Fig. 1. Género de los trabajadores de la empresa agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca.*

Tabla 1, el 53,1% mencionaron pertenecer al género masculino y el 46,9% mencionaron pertenecer al género femenino.

## B. Análisis descriptivo de la variable control de la cadena de suministro

Tabla 2

### Abastecimiento

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. ¿Existe un control de inventario adecuado?	16	32.7%	0	0.0%	10	20.4%	10	20.4%	13	26.5%
2. ¿La empresa clasifica adecuadamente los productos?	16	32.7%	9	18.4%	10	20.4%	7	14.3%	7	14.3%
3. ¿La empresa estandariza sus productos (otorgándole un etiquetado diferente, otro tipo de marca, etc.)?	16	32.7%	7	14.3%	1	2.0%	9	18.4%	16	32.7%

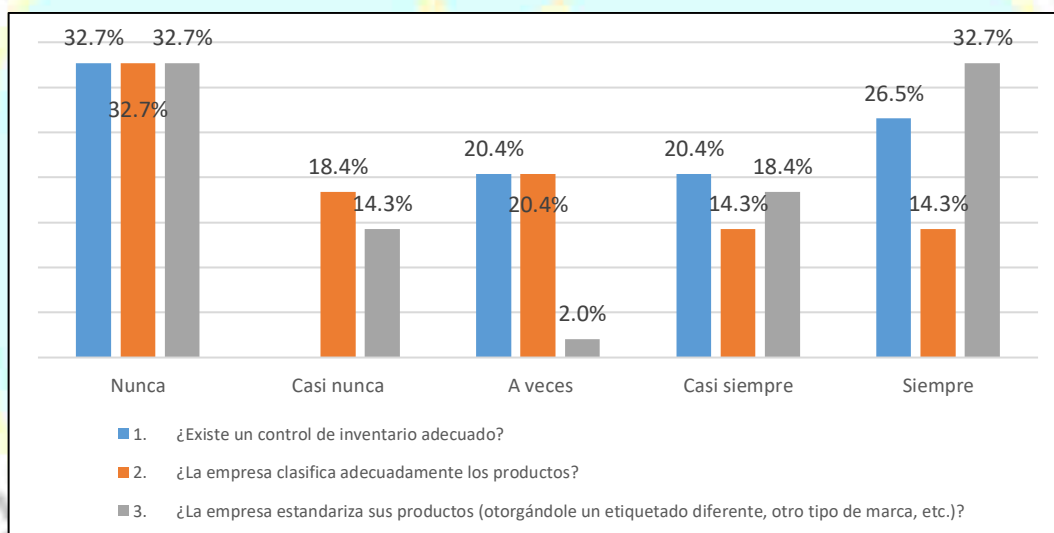


Fig. 2. Abastecimiento.

Tabla 2, el 32,7% manifestaron que nunca existe un control de inventario adecuado, el 51,1% mencionaron que la empresa no clasifica adecuadamente los productos. Finalmente, el 47% mencionaron que la empresa no estandariza sus productos (otorgándole un etiquetado diferente, otro tipo de marca, etc.).



Tabla 3  
Distribución

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
4. ¿La empresa cuenta con el transporte adecuado para el desplazamiento de la mercadería?	23	46.9%	0	0.0%	14	28.6%	7	14.3%	5	10.2%
5. ¿La empresa cuenta con canales de distribución que hacen llegar los productos al consumidor final de la manera más eficiente y completa posible?	23	46.9%	0	0.0%	10	20.4%	13	26.5%	3	6.1%
6. ¿Cada vez que la empresa ha trabajado con intermediarios, ha logrado los objetivos esperados?	16	32.7%	0	0.0%	9	18.4%	9	18.4%	15	30.6%

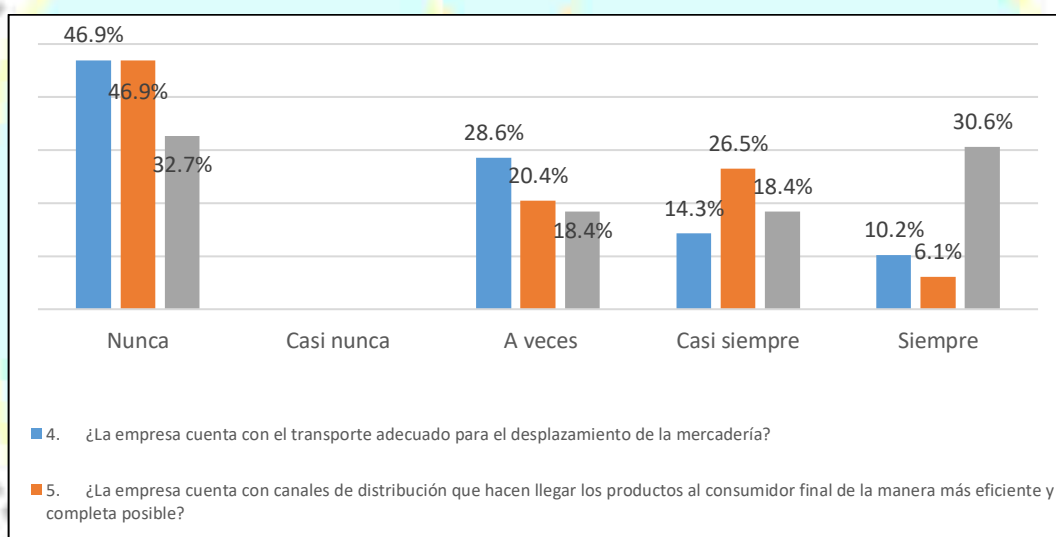


Fig. 3. Distribución.

Tabla 5, el 46,9% mencionaron que la empresa nunca cuenta con el transporte adecuado para el desplazamiento de la mercadería, el 46,9% mencionaron que la empresa nunca cuenta con canales de distribución que hacen llegar los productos al consumidor final de la manera más eficiente y completa posible. Finalmente, el 32,7% manifestaron que cada vez que la empresa ha trabajado con intermediarios, nunca ha logrado los objetivos esperados.

Tabla 4  
Calidad

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
7. ¿Los productos con los que cuenta la empresa, cuenta con las certificaciones correspondientes que garanticen su calidad?	8	16.3%	13	26.5%	15	30.6%	10	20.4%	3	6.1%
8. ¿La empresa realiza un exhaustivo control de calidad de sus productos?	30	61.2%	8	16.3%	6	12.2%	5	10.2%	0	0.0%

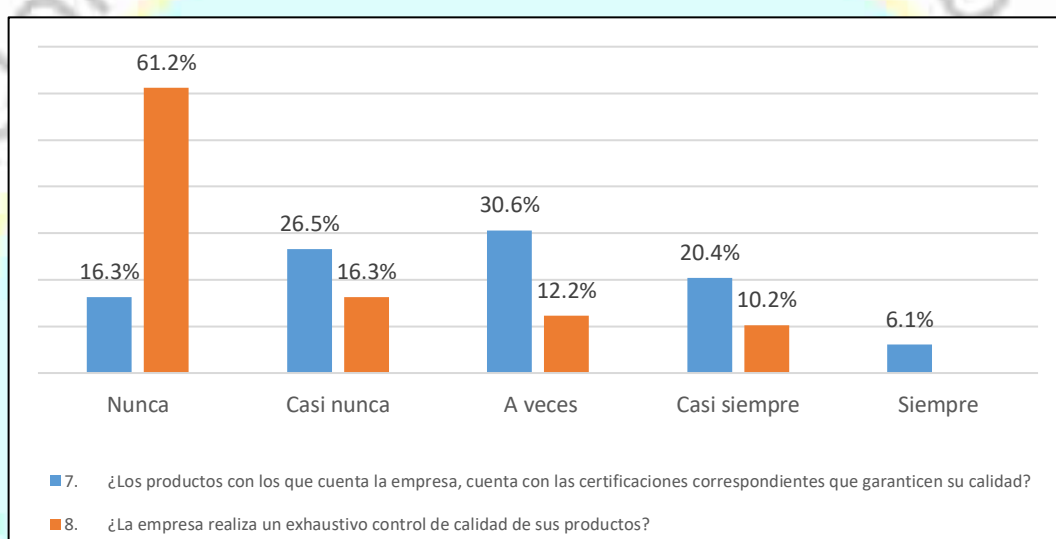


Fig. 4. Calidad.

Tabla 4, el 42,8% mencionaron que los productos con los que cuenta la empresa, no cuenta con las certificaciones correspondientes que garanticen su calidad y el 77,5% mencionaron que la empresa no realiza un exhaustivo control de calidad de sus productos.

### C. Análisis descriptivo de la variable exportación

Tabla 5

*Exportación indirecta*

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
9. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con un comprador extranjero?	17	34.7%	0	0.0%	18	36.7%	7	14.3%	7	14.3%
10. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con algún comerciante?	18	36.7%	2	4.1%	23	46.9%	5	10.2%	1	2.0%
11. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con un bróker?	15	30.6%	3	6.1%	8	16.3%	18	36.7%	5	10.2%
12. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con un agente?	11	22.4%	14	28.6%	20	40.8%	3	6.1%	1	2.0%
13. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con alguna casa exportadora?	8	16.3%	3	6.1%	24	49.0%	13	26.5%	1	2.0%
14. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con alguna sociedad exportadora?	21	42.9%	11	22.4%	12	24.5%	5	10.2%	0	0.0%



Fig. 5. Exportación indirecta.

Tabla 5, el 34,7% mencionó que nunca se trabaja con un comprador extranjero, el 40,8% mencionaron que la empresa para sus actividades de exportación no trabaja con algún comerciante, el 36,7% mencionaron que no trabaja con un bróker, el 51% mencionaron que no trabaja con un agente, el 22,4% mencionaron que no trabaja con alguna casa exportadora. Finalmente, el 65,3% manifestaron que no trabaja con alguna sociedad exportadora.

Tabla 6

*Exportación directa*

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
15. ¿La empresa para sus actividades de exportación realiza una venta directa?	12	24.5%	0	0.0%	25	51.0%	7	14.3%	5	10.2%
16. ¿La empresa para sus actividades de exportación utiliza un agente o distribuidor?	17	34.7%	4	8.2%	24	49.0%	3	6.1%	1	2.0%
17. ¿La empresa para sus actividades de exportación establece una subsidiaria comercial?	8	16.3%	12	24.5%	9	18.4%	18	36.7%	2	4.1%

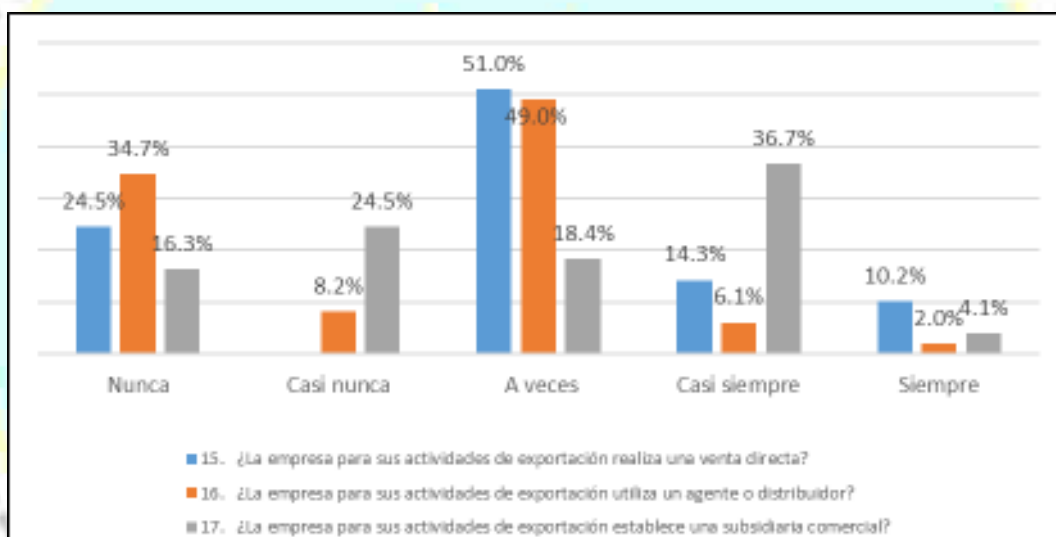


Fig. 6. Exportación directa.

Tabla 6, el 24,5% mencionaron que no realiza una venta directa, el 42,9% mencionaron que no utiliza un agente o distribuidor y el 40,8% mencionaron que no establece con una subsidiaria comercial.



Tabla 7

*Exportación concertada*

	N		CN		AV		CS		S	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
18. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con piggy – back?	8	16.3%	3	6.1%	24	49.0%	13	26.5%	1	2.0%
19. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con un consorcio de exportación?	21	42.9%	11	22.4%	12	24.5%	5	10.2%	0	0.0%
20. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con join – venture internacional?	12	24.5%	0	0.0%	25	51.0%	7	14.3%	5	10.2%
21. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con franquicias internacionales?	17	34.7%	4	8.2%	24	49.0%	3	6.1%	1	2.0%
22. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con alianzas estratégicas?	8	16.3%	12	24.5%	9	18.4%	18	36.7%	2	4.1%



Fig. 7. Exportación concertada.

Tabla 7, el 22,4% mencionó que no trabaja con piggy – back, el 65,3% mencionó que no trabaja con un consorcio de exportación, el 24,5% mencionaron que nunca trabaja con join – venture internacional, el 42,4% mencionó que no trabaja con franquicias internacionales. Finalmente, el 40,8% mencionaron que no trabaja con alianzas estratégicas.

#### D. Prueba de normalidad

Prueba de normalidad: Shapiro Wilk.

Por lo observado en la Tabla 8, corresponde la estadística no paramétrica, es decir, la prueba de Rho Spearman.

Tabla 8

*Pruebas de normalidad*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Control de la cadena de suministro	0,831	49	0,000
dimensión: abastecimiento	0,835	49	0,000
dimensión: distribución	0,831	49	0,000
dimensión: calidad	0,900	49	0,001
Exportación	0,918	49	0,002

a. Corrección de significación de Lilliefors

## 4.2. Contrastación de hipótesis

### Hipótesis general

Ho: El control de la cadena de suministro no influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

Ha: El control de la cadena de suministro influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

Tabla 9

*Correlación de Rho de Spearman entre el control de la cadena de suministro y la exportación*

		Control de la cadena de suministro		
		Exportación		
Rho de Spearman	Control de la cadena de suministro	Coefficiente de correlación	1,000	,775**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	49	49
	Exportación	Coefficiente de correlación	,775**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	49	49

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 9, el control de la cadena de suministro influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Asimismo, se obtuvo un Rho de 0,775 siendo una correlación positiva alta y muy significativa  $p = 0,00 < 0,05$ .

### Hipótesis específica 1

Ho: El control del abastecimiento no influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

Ha: El control del abastecimiento influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

Tabla 10

*Correlación de Rho de Spearman entre el control del abastecimiento y la exportación*

		Dimensión:		
			abastecimiento	Exportación
Rho de Spearman	Dimensión: abastecimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,743**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	49	49
	Exportación	Coefficiente de correlación	,743**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	49	49

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 10, el control del abastecimiento influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Asimismo, se obtuvo un Rho de 0,743 siendo una correlación positiva alta y muy significativa  $p = 0,00 < 0,05$ .



### Hipótesis específica 2

Ho: El control de la distribución no influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

Ha: El control de la distribución influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

Tabla 11

*Correlación de Rho de Spearman entre el control de la distribución y la exportación*

			Dimensión: distribución	Exportación
Rho de Spearman	Dimensión: distribución	Coeficiente de correlación	1,000	,745**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	49	49
	Exportación	Coeficiente de correlación	,745**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	49	49

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 11, el control de la distribución influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Asimismo, se obtuvo un Rho de 0,745 siendo una correlación positiva alta y muy significativa  $p = 0,00 < 0,05$ .

### Hipótesis específica 3

Ho: El control de la distribución calidad no influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

Ha: El control de la calidad influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020.

Tabla 12

*Correlación de Rho de Spearman entre el control de la calidad y la exportación*

			Dimensión: calidad	Exportación
Rho de Spearman	Dimensión: calidad	Coefficiente de correlación	1,000	,783**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	49	49
	Exportación	Coefficiente de correlación	,783**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	49	49

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 12, el control de la calidad influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Asimismo, se obtuvo un Rho de 0,783 siendo una correlación positiva alta y muy significativa  $p = 0,00 < 0,05$ .

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1. Discusión de resultados

Respecto a la comprobación a la hipótesis general: El control de la cadena de suministro influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020; valor del coeficiente Spearman de (0.775) representa una correlación positiva alta, por ende, se acepta la hipótesis alterna. Coincidiendo con García (2016), quien concluyó que “según el análisis inferencial en el software estadístico SPSS21 que existe relación significativa entre la cadena de suministros y exportación” (p.35).

Respecto a la comprobación a la hipótesis específica 1: El control del abastecimiento influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020; valor del coeficiente Spearman de (0,743) representa una correlación positiva alta, por ende, se acepta la hipótesis alterna. Coincidiendo con Barrantes (2017), quien concluyó que la empresa de tecnología, “necesita actualizar su sistema de gestión en base a su cadena de suministro que le permita tener una visión más amplia de los procesos y así efectuar una mejor comunicación dentro de las distintas áreas de la empresa” (p.58), ayudando a que “los datos que se manejan estén en los momentos indicados y con información real y exacta, reduciendo tiempos muertos y procesos innecesarios, es decir eliminando cuellos de botella en la cadena de suministro” (p.58).

Respecto a la comprobación a la hipótesis específica 2: El control de la distribución influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020; valor del coeficiente Spearman de (0,745) representa una correlación positiva alta, por ende, se acepta la hipótesis alterna. Coincidiendo con Barrantes (2017), quien concluyó que “para la mejora continua de los procesos en la cadena de suministros es necesaria la capacitación del personal, instruyéndolos en los temas de distribución, negociación y otros que conformen parte de los eslabones de la cadena de suministro” (p.59), favoreciendo así en la exportación.

Respecto a la comprobación a la hipótesis específica 3: El control de la calidad influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020; valor del coeficiente Spearman de (0.783) representa una correlación positiva alta, por ende, se acepta la hipótesis alterna. Coincidiendo con Castro (2017), quien concluyó que la materia prima seleccionada para la presente cadena de suministro “es altamente llamativa por los rendimientos generados en la producción de alcohol carburante, especialmente los tallos que representan un rendimiento comparativamente alto con los subproductos del café” (p.100), además de requerir de “un menor cuidado durante su proceso de producción al no generarse con este residuo el riesgo de fermentación por vía natural; por tanto, no requerir temperaturas de refrigeración, siendo a su vez el tratamiento de este menos costoso” (p.100).





## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

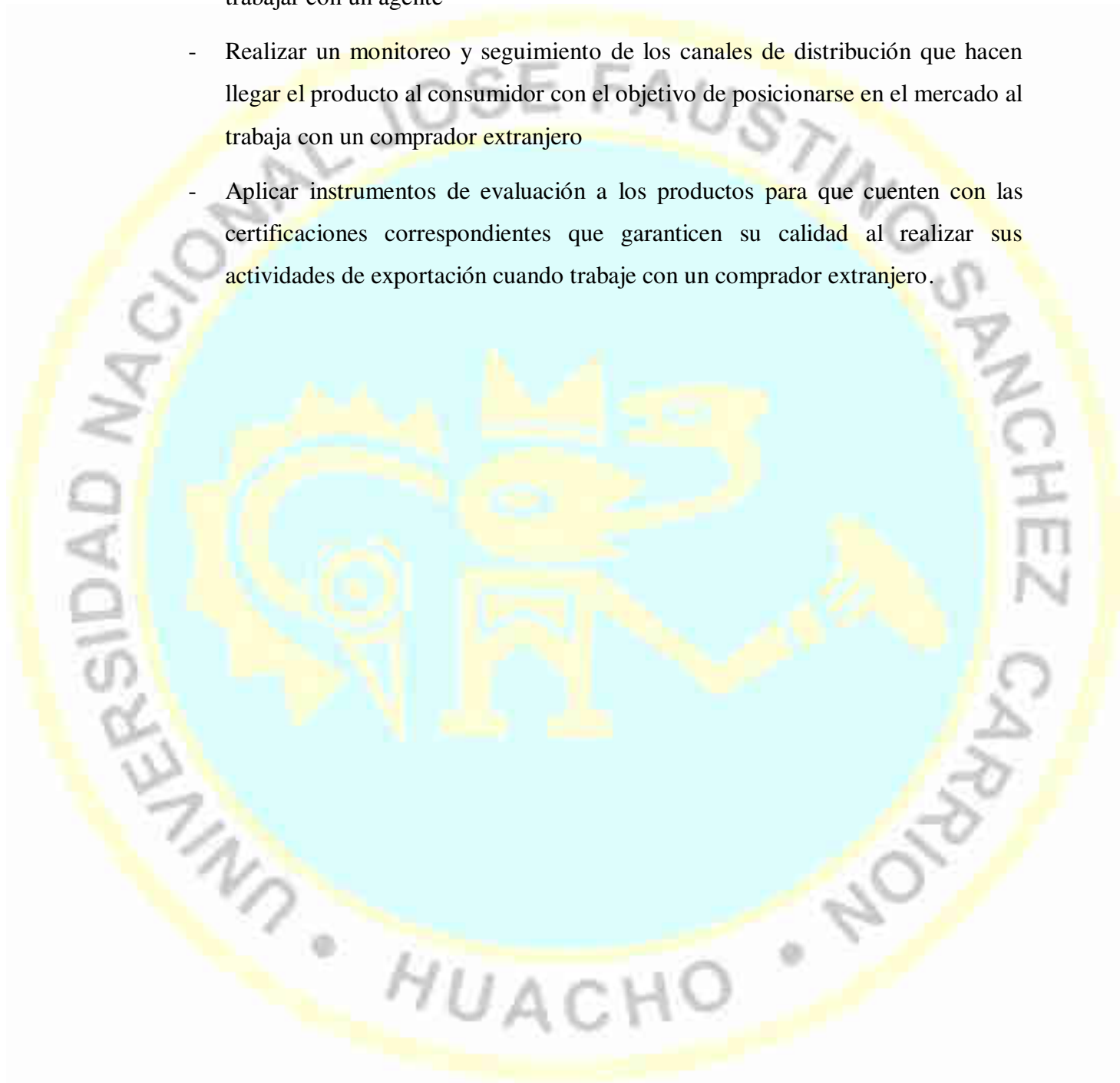
- Se concluye que el control del abastecimiento influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Asimismo, se obtuvo un Rho de 0,743 siendo una correlación positiva alta y muy significativa  $p = 0,00 < 0,05$ . Es decir, a medida que exista un control de inventario adecuado mejorara la empresa en sus actividades de exportación al trabajar con un agente
- Se concluye que el control de la distribución influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Asimismo, se obtuvo un Rho de 0,745 siendo una correlación positiva alta y muy significativa  $p = 0,00 < 0,05$ . Es decir, a medida que la empresa cuente con canales de distribución que hacen llegar los productos al consumidor final de la manera más eficiente y completa posible mejorara la empresa en sus actividades de exportación al trabaja con un comprador extranjero
- Se concluye que el control de la calidad influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Asimismo, se obtuvo un Rho de 0,783 siendo una correlación positiva alta y muy significativa  $p = 0,00 < 0,05$ . Es decir, a medida que los productos con los que cuenta la empresa, cuenten con las certificaciones correspondientes que garanticen su calidad mejorara la empresa en sus actividades de exportación cuando trabaje con un comprador extranjero

Por lo tanto:

- Se concluye que el control de la cadena de suministro influye significativamente en la exportación de la agroexportadora Sol de Olmos S.A.C., Barranca, 2020. Asimismo, se obtuvo un Rho de 0,775 siendo una correlación positiva alta y muy significativa  $p = 0,00 < 0,05$ .

## 6.2. Recomendaciones

- Implementar estrategias mediante un software adecuado para llevar un control de inventario adecuado con el fin de optimizar sus actividades de exportación al trabajar con un agente
- Realizar un monitoreo y seguimiento de los canales de distribución que hacen llegar el producto al consumidor con el objetivo de posicionarse en el mercado al trabajar con un comprador extranjero
- Aplicar instrumentos de evaluación a los productos para que cuenten con las certificaciones correspondientes que garanticen su calidad al realizar sus actividades de exportación cuando trabaje con un comprador extranjero.



## REFERENCIAS

### 7.1. Fuentes bibliográficas

- Anaya, J. (2011). *Logística integral. La gestión operativa de la empresa* (4 ed.). Madrid, España: Esic.
- Araujo, C. (2009). *Ingeniería de la exportación un medios internacionales de pago*. Perú : Instituto Pacifico.
- Baca, G., Rodríguez, A., Pacheco, A., Reyes, J., Alcántar, M., Prieto, A., . . . Rivera, G. (2010). *Administración Integral. Hacia un enfoque de procesos* (1 ed.). México D.F.: Patria.
- Carreño, A. (2017). *Cadena de suministro y logístico*. Lima: Fondo.
- Cornejo, E. (2009). *Comercio internacional. Hacia una gestión competitiva* (3 ed.). Perú: San Marcos.
- Daniels, J., Redebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales. Ambientes y operaciones* (14 ed.). Naucalpan de Juarez, Mexico: Pearson.
- Fernie, J. y Leigh, S. (2001). *Logística y gestión de ventas*. España: Lifusa.
- Ferrel, O. y Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing* (5 ed.). México D.F.: Cengage Learning.
- Hill, C., Jones, G. y Schilling, M. (2015). *Administración estratégica: Teorías y casos. Un enfoque integral* (11 ed.). México: Cengage Learning.
- Hitt, M., Ireland, R. y Hoskisson, R. (2015). *Administración estratégica. Competitividad y globalización: conceptos y casos* (11 ed.). México: Cengage Learning.
- Kerin, R., Hartley, S. y Rudelius, W. (2014). *Marketing* (11 ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Luna, M. (2012). *Marketing estratégico*. Perú: Lunagraf E.I.R.L.
- Martin, M. y Martinez, R. (2012). *Manual practico de comercio exterior. Para saber como vender en el exterior* (4 ed.). Madrid, España: Fc Editorial.

Patroni, M. y Patroni, F. (2018). *Administración de operaciones* (1 ed.). Huacho: Rimey.

Perez, M. (2017). *Almacenamiento de materiales*. Colombia: Alfaomega.

Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing* (14 ed.). Mexico D.F., Mexico: Mc Graw Hill.

Wheelen, T. y Hunger, J. (2013). *Administración estratégica y política de negocios. Hacia la sostenibilidad global* (13 ed.). Colombia: Pearson.

## 7.2. Fuentes electrónicas

Almeida, É. (2018). *Plan de Marketing Internacional para la Exportación de servicios de diseño gráfico*. Tesis de maestría, Universidad Nacional de la Plata, La Plata. Recuperado el 10 de enero de 2020, de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/85275/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/85275/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Barrantes, G. (2017). *Cadena de suministro en una empresa de tecnología, Lima 2017*. Tesis de maestría, César Vallejo, Lima. Recuperado el 10 de enero de 2020, de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21941/Barrantes\\_MGI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21941/Barrantes_MGI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Castro, M. (2017). *Diseño de una cadena de suministro de biocombustible a partir de residuos de café considerando*. Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira. Recuperado el 10 de enero de 2020, de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/8319/66288C355.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chávez, L. y Tello, A. (2018). *La cadena de suministro y el mercado de los medicamentos antirretrovirales en la red de Essalud, Lima-2018*. Tesis, Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado el 05 de enero de 2020, de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/36119/Tello\\_CA%2c%20Chavez\\_ALY..pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/36119/Tello_CA%2c%20Chavez_ALY..pdf?sequence=1&isAllowed=y)



Choque, C. (2016). *Dependencia de la exportación de aceituna peruana al mercado de Brasil. Adaptación al nuevo escenario comercial 2025*. Tesis de Maestría, Universidad de Buenos Aires., Buenos Aires. Recuperado el 10 de Enero de 2020, de <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/maestria/2016choqueyarascachristellucero2.pdf>

Gracia, I. (2016). *Cadena de suministros y exportación de jengibre orgánico de una empresa privada de lima 2016*. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado el 10 de enero de 2020, de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1635/Garc%c3%ada\\_NIT.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1635/Garc%c3%ada_NIT.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Inter-American Development Bank (2019). Cadena de suministro 4.0. Disponible en: [https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Cadena\\_de\\_suministro\\_4.0\\_Mejores\\_pr%C3%A1cticas\\_internacionales\\_y\\_hoja\\_de\\_ruta\\_para\\_Am%C3%A9rica\\_Latina\\_es.pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Cadena_de_suministro_4.0_Mejores_pr%C3%A1cticas_internacionales_y_hoja_de_ruta_para_Am%C3%A9rica_Latina_es.pdf)

Ramos, K. (2018). *Producción de espárragos y las exportaciones en el periodo 2010-2017*. Tesis de Licenciatura., Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado el 10 de Enero de 2020, de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/31165/Ramos\\_AKL.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/31165/Ramos_AKL.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

## ANEXOS

### CUESTIONARIO

El cuestionario busca conocer la situación del control de la cadena de suministro y la exportación de la empresa. Gracias por su colaboración.

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

a. Género

Masculino	
Femenino	

#### II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis “X” según corresponda.

ITEM	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
<b>CONTROL DE LA CADENA DE SUMINISTRO</b>					
<b>DIMENSIÓN: ABASTECIMIENTO</b>					
1. ¿Existe un control de inventario adecuado?					
2. ¿La empresa clasifica adecuadamente los productos?					
3. ¿La empresa estandariza sus productos (otorgándole un etiquetado diferente, otro tipo de marca, etc.)?					
<b>DIMENSIÓN: DISTRIBUCIÓN</b>					
4. ¿La empresa cuenta con el transporte adecuado para el desplazamiento de la mercadería?					
5. ¿La empresa cuenta con canales de distribución que hacen llegar los productos al consumidor final de la manera más eficiente y completa posible?					
6. ¿Cada vez que la empresa ha trabajado con intermediarios, ha logrado los objetivos esperados?					
<b>DIMENSIÓN: CALIDAD</b>					
7. ¿Los productos con los que cuenta la empresa, cuenta con las certificaciones correspondientes que garanticen su calidad?					

8. ¿La empresa realiza un exhaustivo control de calidad de sus productos?					
<b>EXPORTACIÓN</b>					
<b>DIMENSIÓN: EXPORTACIÓN INDIRECTA</b>					
9. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con un comprador extranjero?					
10. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con algún comerciante?					
11. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con un bróker?					
12. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con un agente?					
13. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con alguna casa exportadora?					
14. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con alguna sociedad exportadora?					
<b>DIMENSIÓN: EXPORTACIÓN DIRECTA</b>					
15. ¿La empresa para sus actividades de exportación realiza una venta directa?					
16. ¿La empresa para sus actividades de exportación utiliza un agente o distribuidor?					
17. ¿La empresa para sus actividades de exportación establece una subsidiaria comercial?					
<b>DIMENSIÓN: EXPORTACIÓN CONCERTADA</b>					
18. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con piggy – back?					
19. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con un consorcio de exportación?					
20. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con join – venture internacional?					
21. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con franquicias internacionales?					
22. ¿La empresa para sus actividades de exportación trabaja con alianzas estratégicas?					