Universidad Femenina del Sagrado Corazón

Facultad de Gestión Empresarial

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

LA CADENA LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE VIDRIO FLOTADO DESDE CHINA, AÑOS 2015 – 2019

Tesis presentada por:

FIAMA ABIUD FERNÁNDEZ SALDAMANDO

ESTHEFANIA HERMINIA MADUEÑO MADUEÑO

Para obtener el Título Profesional de:

Licenciada en Administración de Negocios Internacionales

Asesor:

MG. Jimmy Elías Sánchez Gómez

Cód. Orcid: 0000-0002-0425-6404

Lima – Perú

2020

Los miembros del jurado han aprobado el estilo y el contenido de la Tesis sustentada por:

NOMBRES Y APELLIDOS

Fernández Saldamando Fiama Abiud

Madueño Madueño Esthefania Herminia

Mg. Jimmy Elías Sánchez Gómez
Miembro del Jurado - Asesor

Dr. Juan Manuel Fernández Chavesta
Miembro del Jurado – Presidente

Mg. Santos David Vargas Guillén
Miembro del Jurado

UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN
FACULTAD DE GESTIÓN EMPRESARIAL
UNIFÉ
DECANATO

Dr. Juan Manuel Fernández Chavesta
Decano de la Facultad de
Gestión Empresarial

DEDICATORIA

A Dios por todas las oportunidades que nos presenta, a nuestras queridas familias, por acompañarnos, alentarnos y apoyarnos en la consecución de nuestras metas; por su tiempo, amor y sacrificios.

AGRADECIMIENTO

A nuestro asesor Jimmy Sánchez, por su apoyo constante y compartirnos sus conocimientos. A los señores Aldo Bravo Martínez y Juan Carlos León Siles, quienes participaron como expertos en el tema de la presente investigación y nos brindaron sus valiosos aportes para su realización.

IN VERITATIS LUMINE AD AMORIS VITAM
SC UNIFE

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación es determinar la influencia de la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China durante los años 2015 – 2019.

Cabe destacar que los importadores de vidrio pertenecen al sector construcción, actividad con gran proyección de crecimiento y una de las primordiales para el desarrollo económico de nuestro país, razón por la que resulta esencial identificar aquellas actividades logísticas que les permitirán optimizar sus resultados y lograr su permanencia y éxito en un mercado altamente competitivo.

Para analizar la influencia de las principales actividades logísticas en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, se ha realizado una investigación cuantitativa, utilizando el cuestionario como herramienta para la recolección de la información, dirigido a 27 personas pertenecientes a las áreas de logística, comercio exterior y otros, de las principales empresas del mercado, las cuales representan el 80% del total de importaciones en el periodo analizado.

Para realizar el análisis estadístico, se empleó el programa SPSS, con el fin de constatar las hipótesis planteadas.

De esta manera, se concluyó que la cadena logística ha influido positivamente en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio durante el periodo analizado, siendo la gestión de transporte y la gestión de inventarios, las actividades logísticas que más han aportado en su competitividad.

Palabras clave: Logística, cadena logística, competitividad, importaciones, vidrio.

ABSTRACT

The objective of this research work is to determine the influence of the logistics chain on the competitiveness of float glass importing companies from China during the years 2015-2019.

It should be noted that glass importers belong to the construction sector, an activity with great growth projection and one of the most important for the economic development of our country, which is why it is essential to identify the logistical activities that allow them to improve their results and achieve their permanence and success in a highly competitive market.

In order to analyze the influence of the main logistics activities on the competitiveness of the companies that import float glass, a quantitative investigation has been carried out, using the survey tool with the questionnaire instrument, aimed at 27 people from the areas of logistics, commerce and others, from the main companies in the market, which represent 80% of total imports in the period analyzed.

To perform the statistical analysis, the SPSS program has been used, to verify the hypotheses raised.

In this way, it was concluded that the logistics chain has had a positive influence on the competitiveness of glass importing companies during the period analyzed, with transport management and inventory management being the logistics activities that have contributed most to their competitiveness.

Key words: Logistics, logistics chain, competitiveness, imports, glass.

ÍNDICE

DEDICATORIA 3
AGRADECIMIENTO 4
RESUMEN 5
ABSTRACT 6
ÍNDICE 7
ÍNDICE DE TABLAS 9
ÍNDICE DE FIGURAS 10
INTRODUCCION 11
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 13
1.1. Planteamiento del problema 13
1.2. Formulación del problema 23
1.2.1. Problema general 23
1.2.2. Problemas específicos 23
1.3. Justificación de la investigación 23
1.4. Delimitación de la investigación 25
1.5. Objetivos de la investigación 25
1.5.1. Objetivo general 26
1.5.2. Objetivos específicos 26
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO 27
2.1. Antecedentes de la investigación 27
2.1.1. Antecedentes internacionales 27
2.1.2. Antecedentes nacionales 29
2.2 Bases teóricas 31
2.2.1 Bases teóricas sobre cadena logística 32
2.2.2 Definición o Teoría sobre Cadena logística utilizada: 40
2.2.3 Bases teóricas sobre competitividad 41
2.2.4 Definición o Teoría sobre competitividad utilizada: 46
2.3 Definición de términos 46
2.3.1 Definición de términos básicos de cadena logística 46
2.3.2 Definición de términos básicos de competitividad 47
2.4 Formulación de hipótesis 49
2.4.1 Hipótesis general 49
2.4.2 Hipótesis específicas 49
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO 50

3.1. Nivel, tipo y diseño de la investigación 50
3.1.1. Nivel de la investigación 50
3.1.2. Tipo de investigación 50
3.1.3. Diseño de investigación 51
3.2. Población y muestra 52
3.2.1. Población 53
3.2.2. Muestra 53
3.3. Operacionalización de las variables del estudio 54
3.3.1. Variables de estudio 54
3.3.2. Operacionalización de las variables 55
3.4. Técnicas de instrumento de recolección de información 56
3.5. Técnicas estadísticas para el procesamiento de información 58
3.6. Nivel de confiabilidad del instrumento 59
CAPÍTULO IV: RESULTADOS 60
4.1. Análisis descriptivo (Procesamiento de datos) 62
4.2. Análisis inferencial o estadístico 90
4.3.1 Prueba de Hipótesis General 92
4.3.2 Prueba de Hipótesis Específicas 93
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS 97
CAPÍTULO VI: CONLUSIONES Y RECOMENDACIONES 102
5.1 Conclusiones 102
5.2 Recomendaciones 103
5.3 Limitaciones de la investigación 105
REFERENCIAS (APA) 107
APÉNDICE A 114
APÉNDICE B 116
APÉNDICE C 120
Experto 1 120
Experto 2 124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Importaciones FOB del mundo de los 10 principales países de la SPN 7005.21.11.00 13

Tabla 2 Comparación de la variación del PBI nacional y el PBI de la construcción 2015-2019 14

Tabla 3 Principales empresas importadoras desde China de la SPN 7005.21.11.00 2015 – 2019 15

Tabla 4 Importaciones FOB de Perú de los 10 principales países de la SPN 7005.21.11.00 16

Tabla 5 Antecedentes Internacionales 28

Tabla 6 Antecedentes Nacionales 31

Tabla 7 Alfa de Cronbach 59

Tabla 8 Media de los ítems 60

Tabla 9 Resultados numéricos y porcentuales de la Dimensión Compras en la cadena Logística 62

Tabla 10 Comprobación de la correlación de las variables 92

Tabla 11 Comprobación de la relación entre la variable competitividad y la planificación de compras. 93

Tabla 12 Comprobación de la relación entre la variable competitividad y el transporte 94

Tabla 13 Comprobación de la relación entre la variable competitividad y la gestión de inventarios 95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Evolución de los conceptos de la logística.....34

Figura 2 Pregunta 1 64

Figura 3 Pregunta 2 65

Figura 4 Pregunta 3 66

Figura 5 Pregunta 4 67

Figura 6 Pregunta 5 69

Figura 7 Pregunta 6 70

Figura 8 Pregunta 7 71

Figura 9 Pregunta 8 73

Figura 10 Pregunta 9 74

Figura 11 Pregunta 10 75

Figura 12 Pregunta 11 76

Figura 13 Pregunta 13 78

Figura 14 Pregunta 14 79

Figura 15 Pregunta 15 80

Figura 16 Pregunta 16 82

Figura 17 Pregunta 17 83

Figura 18 Pregunta 18 84

Figura 19 Pregunta 19 85

Figura 20 Pregunta 20 86

Figura 21 Pregunta 21 88

Figura 22 Pregunta 22 89

Figura 23 Pregunta 23 90

INTRODUCCION

La construcción es un sector con gran expectativa de crecimiento, además una de las actividades que más aporta al incremento del PBI. El mercado de los vidrios es muy competitivo y muchas de las empresas importadoras cuentan con varios años de trayectoria; sin embargo, al no poder diferenciarse en los precios que pueden ofrecer a sus clientes, surge la necesidad de que estas desarrollen estrategias logísticas como una herramienta para ser competitivas internamente y logren así obtener los mejores resultados, tanto en términos económicos como de satisfacción del cliente, de manera que puedan mantenerse de forma sostenida en el tiempo y logren optimizar sus procesos y maximizar sus márgenes de ganancias.

En ese sentido, el objetivo de esta investigación es determinar la influencia de la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado durante los años 2015 – 2019, para que las empresas puedan diseñar una estrategia logística enfocada en aquellas actividades que tienen mayor influencia en el de desarrollo de competencias, que les permita liderar en una industria altamente exigente.

A continuación, detallamos la estructura del presente trabajo:

El capítulo I: Planteamiento del problema; se establece la situación problemática y se define el problema general y los problemas específicos. También en este acápite, se presenta la justificación, delimitación y los objetivos de esta investigación.

En el capítulo II: Marco teórico; se presentan los antecedentes nacionales e internacionales relacionados con el tema de investigación, así también, las distintas teorías, definiciones y posturas tomadas de la revisión literaria. También

se realiza la definición de términos básicos que serán empleados a lo largo del estudio y se establecen las hipótesis de la presente investigación.

En el capítulo III: Diseño metodológico; se establece el nivel, tipo y diseño de la investigación, se determina la población y muestra, y se definen las variables de estudio y su operacionalización (dimensiones e indicadores). Además, se detalla las técnicas e instrumentos de recolección de la información y las técnicas estadísticas para el correspondiente procesamiento y análisis de los datos.

En el capítulo IV: Resultados; se expone el nivel de confiablidad del instrumento y se muestran de manera ordenada los datos obtenidos a través de las encuestas. Se detalla las pruebas estadísticas de constatación de las hipótesis.

Capítulo V: Discusión de resultados; se realiza la interpretación de los resultados obtenidos a través del instrumento de recolección de la información; a la luz de las hipótesis planteadas, y de los antecedentes estudiados, mostrando los aspectos nuevos y relevantes de la investigación.

Finalmente incluimos las conclusiones a la que llegamos, sugerencias, bibliografía y algunos anexos sobre los datos trabajados en la presente investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se desarrolla la formulación y descripción del problema de la cadena logística y su influencia en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China, durante los años 2015-2019. Asimismo, se explica los síntomas, causas y el diagnóstico actual de la problemática presentada. Finalmente, se realiza un pronóstico y se justifica la importancia del estudio, analizando la practicidad e impacto que puede tener en las empresas involucradas en el rubro.

1.1. Planteamiento del problema

Las importaciones de vidrio flotado a nivel mundial durante los últimos cinco años han mantenido un promedio general, a excepción del último año en el que se presenta una caída de un 25% respecto al año anterior. Países como Alemania y Canadá han incrementado sus valores de importación en el último año considerablemente a diferencia del resto de países que han mantenido o disminuido sus niveles de compra, esto se puede deber a que muchos de ellos han visto la oportunidad de poder empezar a fabricar su proprio vidrio flotado. Cabe destacar que Perú ocupa el puesto número 16, dentro del total de países importadores de vidrio flotado del mundo. Claramente China no aparece en esta selección dado que es uno de los principales países exportadores. (Ver Tabla 1).

Tabla 1 *Importaciones FOB del mundo de los 10 principales países de la SPN 7005.21.11.00*

N	Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Mundo	1,087,439	1,118,984	1,213,440	1,204,567	907,958
1	Corea	68,191	63,244	64,033	68,009	61,760
2	Polonia	63,565	81,980	79,660	74,500	53,426
3	Alemania	34,807	33,344	34,281	37,809	41,803

4	México	23,560	19,877	27,914	63,084	40,699
5	Hungría	49,385	51,069	50,010	37,433	40,500
6	Canadá	40,072	41,093	34,333	36,554	40,263
7	España	36,968	33,747	35,342	34,382	34,392
8	Japón	6,082	12,287	19,258	23,268	33,216
9	Francia	28,529	30,626	29,496	29,510	29,647
10	Italia	33,825	35,323	31,994	29,153	24,696
16	Perú	20,060	20,239	14,810	25,139	18,430

Fuente: TRADEMAP
Unidad: FOB en miles de dólares
Elaboración propia

En los últimos años, Perú ha mantenido el mejor desempeño económico de la Región (INEI, 2019), a raíz de ello se ha posicionado como una de las economías de más rápido crecimiento. Así también, en términos cuantitativos, el PBI del Perú creció de 51,745 millones de dólares en el 2000 a 222,045 millones de dólares en 2018, según datos del Banco Mundial (BM) (Andina, 2020).

En esa misma línea, el PBI ha tenido una variación porcentual en promedio de casi 4% en los últimos cinco años, mientras que el sector construcción, ha tenido un promedio de crecimiento de casi 7% para el mismo periodo. (Ver Tabla 2)

Tabla 2 *Comparación de la variación del PBI nacional y el PBI de la construcción 2015-2019*

Año	PBI del Perú *Variación porcentual*	PBI de la Construcción *Variación porcentual*
2015	3.3	7.0
2016	4	6.6
2017	2.5	6.6
2018	4	6.8

2019	4.2	6.7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI
Elaboración: Propia

De acuerdo con la Cámara Peruana de la Construcción – Capeco, para el año 2016, el 78% del vidrio para la construcción provendría de China; debido a que es un país que lo ofrece a un precio competitivo. Asimismo, señalan que el total del vidrio para construcción que se utiliza en el Perú, proviene de países como China (78%), Chile (5%), México (5%), Brasil (4%) y otros.

Del total de las importaciones del producto, el 52% correspondería al vidrio flotado incoloro, bronce o negro, del cual el 23% sería vidrio de 6 milímetros de espesor, el 18% de 8 milímetros, y 16% de 10 milímetros. Por otro lado, un 25% de las importaciones correspondería a vidrio flotado coloro (La República, 2016).

En el mercado peruano, según la información obtenida del portal SUNAT de la Sub Partida Nacional (SPN) 7005.21.11.00, entre los años 2015 al 2019, aparecieron nuevos importadores de vidrio flotado del mercado chino. Dentro de las principales empresas importadoras instaladas en territorio nacional, destacan las siguientes:

Tabla 3 *Principales empresas importadoras desde China de la SPN 7005.21.11.00 2015 – 2019*

Importadores	FOB
Vidriería Limatambo S.A.C	22,246,826
Vidriería 28 de julio S.A.C.	15,630,454
Corporación Miyasato S.A.C.	14,866,962
Corp. de Vidrios y Aluminios Corrales S.A.C.	10,920,021
Triplex Inversiones SA.	9,794,796
Vidriería Sarita Colonia S.R.L.	9,104,544
Cristales y Vidrios del Perú S.A.C.	5,570,359

Corrales Center S.A.C.	3,278,175
Aliaga Hermanos S.A.	1,922,301
Corrales & Cía. S.A.C.	1,233,713
Otros	8,621,303
Total	103,189,454

Fuente: SUNAT
Unidad: FOB en miles de dólares
Elaboración: propia

A nivel mundial, el número de países exportadores (proveedores) de vidrio flotado incoloro de la Sub Partida Nacional 7005.21.11.00 también ha mostrado un creciente desarrollo, según data obtenida a través de la plataforma de SUNAT de los años 2015 – 2019. Asimismo, otros han incrementado considerablemente sus valores de exportación; como es el caso de Bélgica, país donde la exportación de este producto era insipiente. Sin embargo, el principal país proveedor a nivel mundial es China, país que además ha incrementado sus niveles de exportaciones durante los últimos cinco años a nivel mundial. De igual manera, a pesar de que China ha disminuido sus niveles de exportación a Perú desde el 2015, al aparecer nuevos proveedores, sigue siendo el principal país proveedor para Perú. (Ver tabla 3)

Tabla 4 *Importaciones FOB de Perú de los 10 principales países de la SPN 7005.21.11.00*

Países	2015	2016	2017	2018	2019
China	25,052,982	19,555,644	15,884,452	21,571,567	21,124,810
México	2,597,882	8,458,279	7,133,634	8,883,595	7,433,189
Brasil	436,684	1,072,385	851,470	1,148,624	423,852
Estados Unidos	1,212,579	895,509	295,928	523,886	387,179
Japón	-	652,106	-	-	-

Malasia	-	-	-	436,386	123,272
Chile	-	8,091	2,273	63,580	-
Venezuela	29,963	12,421	-	-	-
Turquía	-	-	27,563	-	-
Bélgica	-	-	-	10,451	5,667
Resto mundo	5,704	15,531	13,640	11,203	183
Mundo	29,335,794	30,669,965	24,208,959	32,649,291	29,498,152

Fuente: SUNAT
Unidad: FOB en miles de dólares
Elaboración: Propia

Como se aprecia en la tabla anterior, durante los años 2015 – 2019, el principal proveedor de vidrio flotado en Perú fue China (72%), seguido por México y Brasil. El valor de las importaciones de vidrio flotado en Perú se mantuvo constante durante dicho periodo, presentando una ligera caída en el 2017, para luego incrementarse en un 35% en el 2018.

Dentro de los principales países importadores de vidrio flotado desde China, el Perú ocupa el segundo lugar del promedio de los últimos cinco años, es decir, un mercado destino importante para este país.

Las empresas importadoras de vidrio flotado y demás materiales de construcción, están ligadas directamente a esta actividad y contribuyen al desarrollo económico del país; por lo tanto, éstas deben ser competitivas de modo que puedan tener un crecimiento sostenible en el mercado. Actualmente, las empresas importadoras de vidrio no logran diferenciarse entre ellas en cuanto al precio que pueden ofrecer a sus clientes, dada la alta competencia que existe en el mercado; por lo que una cadena logística deficiente, puede generarles sobrecostos y pérdidas de su rentabilidad. De acuerdo con la Capeco (2018), las

variables que pueden generar las variaciones de precios son: ingreso y/o salida de empresas procesadoras al mercado, demanda del vidrio en el mercado, el costo de importación, el valor del flete, nivel de stock de procesadores y los precios internacionales de las materias primas (en la actualidad, el precio FOB y los fletes han generado que el precio del vidrio disminuya) (Perú Construye, 2018).

La gestión de la cadena logística sería entonces una de las principales herramientas de competitividad que las empresas pueden potenciar, presentándose así una oportunidad de mejora para optimizar sus procesos, reducir sus costos, eliminar las demoras y poder así contar oportunamente con los productos para su venta, de modo que se eleve el nivel de satisfacción del cliente. La logística como uno de los principales instrumentos, les va a permitir mantener los estándares de calidad y de precios, para poder hacer frente a sus competidores; al tener como objetivo promover mayores niveles de competitividad en la empresa, resulta ser una herramienta imprescindible para que estas sean más competitivas. Desde esta perspectiva, la gestión logística es esencial para administrar la cadena de suministros en su totalidad, de manera tal que exista un equilibro entre las necesidades del cliente y los recursos que posee la empresa.

De acuerdo con Porter (1985) (como se citó en Labarca, 2007), la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales.

Por su parte, Rubio y Baz (2005) mencionan que la competitividad es la capacidad de una empresa para enfrentar exitosamente a sus contrapartes por

medio de sus productos o servicios, acceder al mercado, sostenerla e incrementarla (como se citó en Estupiñán, 2015).

También, Porter (2000) (como se citó en Inocente y Lara, 2019) menciona que la estrategia competitiva es la acción que lleva a la empresa a aplicar una diversidad de estrategias para poder competir.

Los sistemas de gestión logística en una organización incluyen siete procesos que son: Servicio al cliente, Planificación de la producción, Servicio de proveedores, Almacenamiento, Gestión de inventarios, Transporte y distribución.

Para ser competitivos en la nueva economía mundial, las organizaciones deben desarrollar y establecer estrategias logísticas que les permitan diferenciarse en el mercado; ya sea por sus bajos costos, el nivel de calidad de sus servicios o productos, su óptima cadena de distribución, la atención que brinda al cliente o una mezcla de todas estas.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el tercer trimestre del 2019, la formación bruta de capital fijo se incrementó en 5,2%, sustentada por el crecimiento de la Construcción en 2,9%, como resultado de la mayor ejecución de obras en viviendas multifamiliares, centros comerciales y mineros; así como, por la adquisición de maquinaria y equipo (8,6%) tanto de origen nacional (1,3%) como importado (12,1%) (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2019).

Durante el periodo 2015 - 2019, la construcción ha sido la quinta actividad económica que más contribuyó en la composición del PBI, convirtiéndose así, en una actividad relevante para el desarrollo económico del País.

En los últimos años, el sector de la construcción ha venido creciendo gracias a la demanda y a la competencia que está teniendo a nivel nacional. En esa

misma línea, se proyecta un crecimiento de 6.5% para el 2020. “Las proyecciones también dependerán del desempeño de la inversión privada que, junto con la inversión pública, está en función al ambiente político”, apuntó César Peñaranda, director ejecutivo del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial – IEDEP de la Cámara de Comercio de Lima – CCL, al diario Gestión. Asimismo, la Cámara de Comercio de Lima, señaló que, en los dos primeros trimestres de 2019, el PBI del sector creció en 2.2% y 7.5%, lo que revela una óptima recuperación. Además, es el quinto sector que más contribuye a la economía, pues representa el 5.1% del PBI total (Gestión, 2019).

De otro lado, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), indicó que la inversión en el mercado inmobiliario en el 2020 estará impulsada por la expansión de créditos hipotecarios, principalmente por la continuidad del esquema de Bono Mivivienda Verde y la entrada del nuevo programa Bono Mi Alquiler, dado un contexto de condiciones financieras favorables. Señaló también que “En consecuencia, el mercado inmobiliario ha respondido con un mayor número de anuncios de inversión atractivos en el primer semestre del 2019 (1,035 millones de dólares), entre los que destacan proyectos residenciales, adquisición de terrenos, entre otros” (Andina, 2019).

La Cámara Peruana de la Construcción (2016), señala que el vidrio para construcción o también llamado arquitectónico, es uno de los tres submercados que componen la industria del vidrio en el mundo. Así también, por tipo de empresas, estas pueden ser clasificadas como: las productoras, las procesadoras y las distribuidoras. Estas últimas solamente entregan el vidrio al usuario final.

Indican que el vidrio que se encuentra en nuestro mercado es fabricado en el exterior (no hay producción nacional), dado que en nuestro país el 30% de las empresas que operan son procesadoras y el 70% son distribuidoras. “En ese sentido, nuestro mercado se considera menos desarrollado a comparación de otros países en donde la proporción mencionada es inversa” (Perú Construye, 2018).

Tal como se señala líneas arriba, las importaciones del vidrio flotado en Perú (2015 -2019) provienen principalmente de China (72%), debido a que es un país que lo ofrece a un precio bajo, y que resulta más eficiente importarlo, que producirlo en territorio nacional.

De acuerdo con Arbones (2010) La logística es “el conjunto de operaciones que habiliten poner a disposición de una empresa en el momento oportuno, en la cantidad y calidad deseada, al menor costo posible, todos los bienes y servicios necesarios para el cumplimiento de su objeto social”.

Una gestión logística estratégica tiene como objetivo maximizar los márgenes de ganancia, rentabilidad y competitividad siendo esta una herramienta que busca convertir a una empresa exitosa y que pueda ser competitiva ya sea ofreciendo un buen producto, a un precio coherente que sea deseado por los consumidores (Ygnacio, 2018).

Por tanto, la gestión de la cadena logística es una de las principales herramientas de competitividad que permite optimizar procesos, reducir costos, eliminar las demoras y poder contar oportunamente con los productos para su venta, de modo que se eleve el nivel de satisfacción del cliente.

Los principales objetivos de la logística son: Calidad, cantidad, precio y tiempo. (Arellano e Hinostroza, 2017).

Al haberse elevado los niveles de competitividad en todos los sectores, los consumidores finales son cada vez más exigentes respecto a la calidad, precio, servicio y variedad de un producto o prestación; es por ello que la empresa debe crear valor a través de su logística integral, a fin de obtener ventajas competitivas eficientes.

Las empresas importadoras de vidrio, en su mayoría tienen muchos años en el sector y han ido creciendo de la mano con la construcción, específicamente con el subsector inmobiliario, sin embargo, la diferencia entre ellas es mínima, en cuanto al precio que pueden ofrecer a sus clientes.

La demanda del mercado exige a las empresas ser más competitivas de modo que puedan tener un crecimiento sostenible. Es allí donde surge la necesidad de identificar aquellas actividades logísticas que les permitan diferenciarse en el mercado, tener un crecimiento sostenible en el tiempo y ser competitivas, para que logren obtener los mejores resultados, tanto en términos económicos como de satisfacción del cliente. Para ello sugerimos como principales actividades logísticas la planificación de compras, el transporte y la gestión de inventarios; como base para la presente investigación.

Hoy, ante un público altamente exigente, dónde las tecnologías han contribuido a la reducción de tiempos y costos de transacción, las empresas se ven obligadas a optimizar la gestión de su cadena logística, como herramienta para seguir siendo competitivas.

Por todo ello, en la presente investigación, se analizará la influencia de la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio florado desde China, a fin de que estas puedan identificar aquellas actividades que les permitan mantenerse y lograr un crecimiento sostenido en la industria,

sobre todo cuando se trata de un producto con expectativa de desarrollo en su sector y que, caso contrario, quedarían fuera del mercado.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo influye la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China durante los años 2015 - 2019?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera contribuye la planificación de compras en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado?
- ¿Cómo afecta el transporte en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado?
- ¿Cómo aporta la gestión de inventarios en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado?

1.3. Justificación de la investigación

Esta investigación tiene como objetivo evaluar la influencia de la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China, con el fin de identificar y mejorar nuevas prácticas en la organización.

a) Justificación teórica

A través de este estudio se podrá conocer en mayor medida el comportamiento de las variables cadena logística y competitividad, y la relación que existe entre ambas.

El aporte de la variable “cadena logística”, resulta esencial para la permanencia y crecimiento de las empresas, destacando cómo influyen las actividades de la cadena logística en su competitividad.

El Banco Mundial señala que la medición de la competitividad implica el determinar los componentes o factores que la generan y el grado de impacto de estos. Muchos investigadores señalan que el desempeño logístico es un indicador adecuado para evaluar la competitividad de un país o una empresa. Por otro lado, se ha demostrado que, muchas empresas exitosas alrededor del mundo ven la logística como una herramienta indispensable para hacerse más competitivas.

b) Justificación metodológica

De acuerdo con la investigación planteada, se podrá definir la relación que existe entre la cadena logística y la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, a fin de que puedan realizar mejoras en sus actividades y alcancen una mayor productividad, reduzcan sus costos, optimicen sus resultados, y se posicionen en el mercado manteniéndose a la vanguardia ante la creciente competencia local e internacional en el mercado de materiales de construcción.

c) Justificación práctica

A través de esta investigación se podrá identificar aquellas actividades de la cadena logística que tienen mayor influencia en la competitividad de una empresa, por lo que su aporte radica en evidenciar la existencia de una oportunidad de mejora que puede ser aplicada por todas las empresas del sector; que deseen elevar sus niveles de competitividad, mejorar su desempeño y mantenerse y destacar en un mercado en constante crecimiento. Esta investigación será de gran utilidad para las organizaciones que deseen tomar como referencia el presente estudio para mejorar su cadena logística de importación, con el propósito de

que puedan tomar decisiones que logren incrementar su competitividad. Asimismo, los clientes se verán beneficiados, al contar con un servicio más competitivo, y finalmente, el Estado se verá favorecido por un mayor aporte económico para el país, pues tal como lo señala la Cámara de Comercio de Lima, el sector construcción es el quinto sector que más contribuye a la economía (Gestión, 2019).

1.4. Delimitación de la investigación

1.4.1. Delimitación temporal

La presente investigación se situará en los años 2015 – 2019, años en los que el sector construcción ha presentado un crecimiento continuo.

1.4.2. Delimitación espacial

La investigación se llevará cabo a nivel nacional; considerando así a las principales empresas importadoras de vidrio flotado de la S.P.N. 7005.21.11.00. situadas en el país, las cuales en su mayoría se encuentran ubicadas en la capital.

1.4.3. Delimitación social

El instrumento de recolección de la información se dirigirá a un total de 27 personas, los cuales son colaboradores de las áreas de comercio exterior, importaciones, logística, operaciones y administración; de las empresas importadoras de vidrio con mayor participación en el mercado.

1.5. Objetivos de la investigación

Son los siguientes:

1.5.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China, durante los años 2015 – 2019.

1.5.2. Objetivos específicos

- Analizar de qué manera contribuye la planificación de compras en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.
- Evaluar la afectación del transporte en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.
- Analizar el aporte de la gestión de inventarios en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo, definiremos y describiremos nuestras dos variables; Cadena logística, que representa nuestra variable independiente, y Competitividad, que es nuestra variable dependiente, abarcando las distintas definiciones y teorías que la sustentan, tomadas de distintos autores, investigadores, estudios, entre otros.

2.1. Antecedentes de la investigación

A continuación, presentaremos como referencias, investigaciones relacionadas al tema de estudio.

2.1.1. Antecedentes internacionales

Carriel y Delgado (2017), en su proyecto de investigación titulado “La Competitividad en los operadores logísticos y su incidencia en la productividad del comercio exterior ecuatoriano. Caso: Torres & Torres”, cuyo objetivo fue identificar los factores que inciden en la competitividad de los operadores logísticos y la productividad de la empresa, concluyen entre otras cosas lo siguiente: (i) El 61% de empresas importadoras y exportadoras realizan sus actividades con una frecuencia mensual, lo que significa que sus gastos en logística son recurrentes, por lo que deben lograr que los costos generados sean los más bajos posibles y obtener las mayores ventajas que puedan para mantener precios competitivos en sus respectivos sectores. Esta investigación fue experimental y en ella se identificó el nivel de competitividad de uno de los operadores logísticos más prestigiosos de Ecuador; “Torres & Torres”. Como herramienta de recolección de datos, emplearon las entrevistas y encuestas.

Gallardo (2015) en su tesis “Diseño de una solución sistémica para la gestión logística de una empresa salmonera” que fue desarrollada en la empresa

Multiexport Foods, empresa exportadora chilena líder en su rubro, tuvo como objetivo principal elaborar propuestas de mejoras de aspectos logísticos para la Bodega BC-100 y su área de transporte, con el fin de mejorar la eficiencia y elevar los niveles de competitividad de la empresa. A través de este estudio, se identificó las principales dificultades de gestión, las mismas que consistían en el incumplimiento de los pedidos, quiebres de stock, duplicidad de tareas administrativas en bodega y eventualmente reprocesos en las cargas, debido a que la empresa carecía de estrategias de control en su gestión de la cadena logística, lo que hacía que las decisiones de la organización se basen en supuestos o intuiciones. Posteriormente, realizó una serie de propuestas de mejoras relacionadas a un mayor control de los procesos de las áreas que fueron objeto de estudio. Estas propuestas incluían un sistema de información que permitió darle seguimiento a los envíos y computar indicadores de gestión, con el fin de ayudar a la rápida toma de decisiones, y optimizar la gestión logística de la empresa Multiexport Foods. Finalmente, el autor estimó el impacto que alcanzarían a tener las propuestas ejecutadas, las cuales consistirían en beneficios económicos y de eficiencia en la gestión logística de la empresa. Dentro de ellas menciona: La sistematización de los procesos administrativos de la bodega BC-100, la reducción de tiempos muertos y de costos en recursos humanos; así también, disminución de costos generados por reprocesos en la distribución de cargas. Señaló que, considerando todas las propuestas de mejora presentadas, la empresa podía ahorrarse $ 11.100.000 al año, como resultado de la reducción en los costos operativos.

Tabla 5 *Antecedentes Internacionales*

Título	Variables	Tipo de documento	Autor	Universidad/ Entidad	Diseño	Fuente	Aporte de Tesis/Investigación científica

"La Competitividad en los operadores logísticos y su incidencia en la productividad del comercio exterior ecuatoriano. Caso: Torres & Torres"	Factores que inciden en la competitividad y productividad. Disminución de errores y optimización de tiempo.	Tesis de Titulación	Carriel Fernandez, Johanna Narcisa; Delgado Alvarado, María Elizabeth	Universidad de Guayaquil - Ecuador	Cuantitativa	Repositorio Universidad de Guayaquil	Los gastos logísticos al ser recurrentes, debe lograrse que sean los más bajos posibles para obtener las mayores ventajas que permitan mantener los precios competitivos.
"Diseño de una solución sistémica para la gestión logística de una empresa salmonera"	Cadena de abastecimiento y logística	Tesis de Titulación	Gallardo Vidal, Pablo Andrés	Universidad Austral de Chile – Chile	Cualitativa	Repositorio Universidad Austral de Chile	El transporte es una de las áreas responsables de los constantes incumplimientos de los pedidos, quiebres de stock, duplicidad de tareas administrativas y eventualmente reprocesos en las cargas, sobrecostos y tiempos muertos.

Fuente: Elaboración propia

2.1.2. Antecedentes nacionales

Urday y Cebreros (2017), en su tesis "La gestión logística y su influencia en la competitividad en las Pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra", cuyo objetivo fue determinar la influencia de los costos de los procesos logísticos en la competitividad de dichas empresas, concluyen que: La gestión logística efectivamente influye en la competitividad de las pymes importadoras del sector construcción del distrito de Puente Piedra, asimismo, que el abastecimiento óptimo, los costos de los procesos y la información integrada de las organizaciones influyen en su competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra, 2016. (p.98). Para esta investigación, consideraron una población conformada por 15 pymes, a las cuales se les aplicó una encuesta

dirigida a aquellas personas encargadas de la toma de decisiones; así también realizaron una entrevista a profundidad.

Ygnacio (2018), en su tesis “Estrategias logísticas para lograr la competitividad del operador logístico TYMSAC, Lambayeque 2017-2022”, cuyo objetivo era plantear estrategias logísticas para elevar el nivel de competitividad de la empresa, concluye lo siguiente: Los puntos críticos de la gestión logística se hallan en los inventarios, los cuales originan incumplimientos debido a la falta de planificación, asimismo, los problemas de abastecimiento son otro factor crítico que pudo identificar en el interior de la empresa. Por otro lado, señaló que el área de Recursos Humanos no estaba prestando el suficiente respaldo a los colaboradores, ocasionando que éstos no sean partícipes de las posibles soluciones que requería la organización. El diseño estratégico que propone en su estudio para mejorar la gestión logística de TYMSAC, consiste en brindar capacitaciones al personal para mejorar su desempeño en el centro de labores, sin embargo, hace hincapié en la integración que deberían tener las distintas áreas de la empresa y la plurifuncionalidad que deberían tener los colaboradores. Por otro lado, identificó que las instalaciones físicas de TYMSAC era la adecuada para las actividades que lleva a cabo, sin embargo, no estarían aprovechando dichas ventajas ya que los colaboradores estarían presentando una falta de motivación. Con respecto a las estrategias para mejorar la gestión logística, propuso mejorar el control en los niveles de stock, con una adecuada gestión de inventarios; evitando así pérdidas generadas por los sobre abastecimientos. El autor, considera también, que una mejor planificación de las compras permitiría a la empresa reducir sus gastos y hacerla más competitiva. En ese sentido, también propuso incluir el servicio postventa como herramienta para conocer el

nivel de satisfacción del cliente y propiciar un nivel de confianza entre la empresa y sus consumidores; ya que opina que es un buen instrumento para medir el desempeño de la empresa y los requerimientos futuros para que TYMSAC sea más competitivo en el mercado. Finalmente concluye que la actualización y las mejoras en los procesos logísticos permiten que las empresas puedan mejorar el servicio al cliente interno y externo.

Tabla 6 *Antecedentes Nacionales*

Título	Variables	Tipo de documento	Autor	Universidad/ Entidad	Diseño	Fuente	Aporte de Tesis/Investigación científica
"La gestión logística y su influencia en la competitividad en las Pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra"	Cadena logística y Competi-tividad	Tesis de Titulación	Urday Jauregui, Carlos Armando; Cebreros Gutierrez, Pamela	Universidad San Ignacio de Loyola	Mixta	Repositorio USIL	Las empresas deben mejorar su gestión logística para ser competitivas, y les permita dar una solidez al sector construcción. Un abastecimiento óptimo influye en la competitividad de las pymes del sector construcción.
"Estrategias logísticas para lograr la competitividad del operador logístico TYMSAC, Lambayeque 2017-2022"	Estrate-gias logísticas y Competi-tividad	Tesis de Titulación	Ygnacio Gutierrez, Michael Anderson	Universidad Señor de Sipán	Cuanti-tativo	Repositorio USS	La gestión logística influye en la competitividad de las empresas. Los factores críticos de la gestión logística se sitúan en los inventarios.

Fuente: Elaboración propia

2.2 Bases teóricas

A continuación, se presentará las distintas bases teóricas relacionadas al tema de investigación; con el fin de precisar la corriente de pensamiento en el que se inscribe la presente tesis.

2.2.1 Bases teóricas sobre cadena logística

2.2.1.1 Definición de logística

La definición del término logística ha ido evolucionando desde la logística militar hasta el concepto actual del arte y la técnica que se encarga de la organización de los flujos de mercancías, energía e información.

Para el profesor Ballou (1999) “La logística es todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, con el fin de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un costo razonable” (como se citó en Ygnacio, 2018).

Lambert, Stock, y Ellram (1998) la definen como la “parte de la gestión de la cadena de suministro (Supply Chain Management (SCM)) que planifica, implementa y controla el flujo eficiente y efectivo de materiales y el almacenamiento de productos, así como la información asociada desde el punto de origen hasta el de consumo con el objeto de satisfacer las necesidades de los consumidores”.

La logística es “el movimiento de los bienes correctos en la cantidad adecuada hacia el lugar correcto en el momento apropiado” (como se citó en Benjamín y Franklin, 2004)

La logística “es el conjunto de actividades interrelacionadas que a partir de los materiales entregados por el proveedor crean una utilidad en forma, tiempo y lugar para el comprador” (Prida y Gutiérrez, 1996).

Bautista y Companys (2000), señalan que la logística se ocupa de “la gestión global, eficacia y eficiencia de las actividades requeridas para crear, mantener y controlar los flujos de materiales desde el proveedor hasta el punto de consumo o utilización”.

Council Logístic Management (1985) (como se citó en Gutiérrez y Prida, 1998) define la logística como el proceso de: "…planificar, llevar a cabo y controlar, de manera eficiente, el flujo de materiales, inventarios en curso, productos terminados, servicios e información relacionada, desde el punto de origen al de consumo, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente". De tal modo, menciona que la función logística es el proceso de planificar, llevar a cabo y controlar, de una forma eficiente, el flujo de materias primas, inventarios en curso, productos terminados, servicios e información relacionada, desde el punto de origen al punto de consumo (incluyendo los movimientos internos y externos, y las operaciones de exportación e importación), con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

Cómo indica el Centro Español de Logística "la logística es percibida como una herramienta de obtención de competitividad, que realiza actividades de valor agregado o valor añadido que redundan en el incremento de la rentabilidad de las empresas".

European Logistics Association (EAL) (como se citó en Arbones, 2010) señala que "Es la organización, planificación, control y ejecución del flujo de materiales, desde el desarrollo y aprovisionamiento, pasando a través de la producción y hasta la distribución al cliente final, persiguiendo el objetivo de satisfacer los requerimientos del mercado al mínimo costo y con la mínima inversión de capital"

Según Arbones (2002) (Como se citó en Arellano e Hinostroza, 2017) la función logística puede definirse como: "El conjunto de operaciones que habiliten poner a disposición de una empresa en el momento oportuno, en la cantidad y calidad deseada, al menor costo posible, todos los bienes y servicios necesarios para el cumplimiento de su objeto social."

Mora (2010) señala que logística es una actividad interrelacionada que enlaza diversas áreas de la empresa, “desde la programación de compras hasta el servicio postventa; pasando por el aprovisionamiento de materias primas; la planificación y gestión de la producción; el almacenamiento, manipuleo y gestión de stock, empaques, embalajes, transporte, distribución física y los flujos de información” (Como se citó en Arellano e Hinostroza, 2017).

2.2.1.2 Evolución de la logística en el tiempo

El concepto de logística ha ido evolucionando a través de las siguientes fases que pueden ser visualizadas en la Figura 1.

Figura 1 Evolución de los conceptos de la logística. Adaptado de “Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma”, por Pinheiro, Breval, Rodríguez y Follmann, 2017.

Con el paso del tiempo, el concepto de logística ha ido variando, según Pinheiro, Breval, Rodríguez y Follmann (2017); desde un concepto estrecho de distribución física hasta el concepto más amplio de logística. A continuación, citamos las distintas definiciones compiladas por los autores.

En 1991, el Council of Logistics Management (CLM) formalmente estableció el concepto de logística, y la distribución física ya no se consideró más como logística totalmente sino como una parte de la logística (Gibson, Mentzer y Cook, 2005; como se citó en Pinheiro et al., 2017).

Por otra parte, la logística moderna es definida como: el proceso de planificación, implementación y control de la eficiencia, el flujo efectivo y

almacenaje de mercancías, servicios, e informaciones relacionadas desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de adecuarse a la exigencia del cliente (Jim Wu, 2007; como se citó en Pinheiro et al., 2017).

Sin embargo, Pinheiro et al. (2017) señalan que hoy en día existe una serie de definiciones comúnmente aceptadas. Una definición muy completa y simple es la de las “7 Cs de la Logística”, que define la logística como asegurar a disponibilidad del producto correcto, en la cantidad correcta y condición correcta, en el lugar correcto, a la hora correcta, para el consumidor correcto, al costo correcto.

Una segunda definición es aquella que fue adoptada por el Council of Logistics Management, que define la logística como: la parte del proceso de gestión de la cadena de suministros que se ocupa efectivamente de planear, implementar, y monitorear el almacenamiento y flujo directo y reverso de bienes, servicios y todas las informaciones relacionadas a ellos, entre el punto de origen y el punto de consumo, con el objetivo de satisfacer las expectativas del consumidor (Gibson et al., 2005; como se citó en Pinheiro et al., 2017).

Igualmente, en Christopher (2011) (como se citó en Pinheiro et al., 2017) se declara: Logística es el proceso de gestión estratégica de la adquisición, traslado y almacenaje de materiales, piezas y stocks finales (y los flujos de información relacionados) por medio de la organización y sus canales de marketing, de tal forma que la rentabilidad actual y futura sean maximizadas mediante el cumplimiento rentable de órdenes.

Finalmente, una definición mucho más simple de logística es la que ofrece Delaney (1991) que es la siguiente: Logística es la gestión de inventario en movimiento y en reposo y el objetivo del gerente de logística es lograr alcanzar

el menor nivel de inversión en inventario de modo de asegurar la atención al cliente y el mantenimiento de una producción eficiente (como se citó en Pinheiro et al., 2017).

2.2.1.3 Objetivos de la logística.

De acuerdo con Arellano e Hinostroza (2017) suelen existir demoras en la presentación de los requerimientos de producción; además, las especificaciones y cantidades que solicitan no son muy claras. Para evitar estas demoras, señalan que es preciso que el suministro de materiales sea oportuno y que el flujo de la información sea adecuado. Los principales objetivos de la logística según los autores son:

1. Calidad: Consiste en conocer las características y especificaciones tanto de las materias primas como de los productos que se adquiere, de modo que el área de producción cuente con el material conveniente, con las especificaciones solicitadas.
2. Cantidad: Consiste en ajustar de manera precisa las compras con la cantidad solicitada por producción; dado que los excedentes generan costos adicionales, y sobre todo si se trata de compras para actividades que no se repiten frecuentemente. El control de stocks es de mucha ayuda, ya que indicará los requerimientos conforme a los niveles de stocks, el tiempo de entrega y la demanda.
3. El precio más conveniente: Que no necesariamente es el más bajo. Juntamente con la calidad y la cantidad, el precio es un componente muy importante. En este punto se considera las condiciones de pago (descuentos por pronto pago), la liquidez de la organización (para

negociar un crédito de proveedores; plazos, tasas, entre otros), y los costos adicionales del producto (mantenimiento, embalaje, transporte).

4. El tiempo: implementando el sistema Justo a tiempo, sin descuidar los anteriores objetivos.

2.2.1.4 Actividades de la Logística

Según Ballou (2004), las actividades manejadas que se refieren a la administración logística (administración de la cadena de suministro) varían de una empresa a otra, dependiendo de la estructura organizacional y demás factores.

Según el CLM (Council of Logistics Management) (como se citó en Ballou, 2004) los componentes de un sistema típico de logística son: servicios al cliente, pronóstico de la demanda, comunicaciones de distribución, control de inventarios, manejo de materiales, procesamiento de pedidos, apoyo de partes y servicios, selección de la ubicación de fábricas y almacenamiento (análisis de localización), compras, embalaje, manejo de bienes devueltos, eliminación de mercaderías aseguradas rescatadas (desechos) y desperdicios, tráfico y transporte, almacenamiento y provisión.

Asimismo, en su libro “Logística administración de la cadena de suministro” (5ta edición), ofrece una lista de actividades clave y actividades de apoyo, junto con algunas decisiones asociadas con cada actividad, que mostramos a continuación:

Actividades Clave:

1. Los estándares de Servicio al Cliente
    a. Determinar las necesidades y requerimientos del cliente para la logística del servicio al cliente.

b. Determinar la respuesta del cliente al servicio.

c. Fijar los niveles del servicio al cliente.

2. Transporte

a. Selección del modo y servicio de transporte.

b. Consolidación del flete.

c. Rutas del transportador.

d. Programación de los vehículos.

e. Selección de equipo.

f. Procesamiento de quejas.

g. Auditorías de tarifas.

3. Manejo de inventarios

a. Políticas de almacenamiento de materias primas y bienes terminados.

b. Estimación de ventas a corto plazo.

c. Mezcla de producto en los centros de aprovisionamiento.

d. Número, tamaño y localización de los puntos de almacenamiento.

e. Estrategias a tiempo, de sistemas push y sistemas pull.

4. Flujos de información y procesamiento de pedidos

a. Procedimientos de la interfaz pedidos de venta-inventarios.

b. Métodos de transmisión de información de pedidos.

c. Reglas de pedido.

Actividades de apoyo

1. Almacenamiento

a. Determinación de espacios.

b. Distribución de las existencias y diseño de la dársena y punto de descarga.
c. Configuración del almacén.
d. Colocación de las existencias.

2. Manejo de materiales
   a. Selección del quipo.
   b. Políticas de reemplazo de equipos.
   c. Procedimientos de levantamiento de pedidos.
   d. Almacenamiento y recuperación de existencias.
3. Compras
   a. Selección de la fuente de suministros.
   b. Momento correcto para comprar.
   c. Cantidades a comprar.
4. Embalaje de protección diseñado para:
   a. Manejo
   b. Almacenamiento
   c. Protección por pérdida y daños.
5. Cooperación con productos y operaciones para:
   a. Especificar cantidades adicionales.
   b. Secuencia y rendimiento del tiempo de producción.
   c. Programación de suministros para producción y operaciones.
6. Mantenimiento de información
   a. Recopilación, almacenamiento y manipulación de la información.
   b. Análisis de datos.
   c. Procedimientos de control.

Las actividades clave y de apoyo están separadas dado que algunas en general tendrán lugar en todos los canales de la logística, mientras que otras ocurrirán dentro de una empresa en particular, dependiendo de las circunstancias (Ballou, 2004).

2.2.2 Definición o Teoría sobre Cadena logística utilizada:

Tras la revisión de las distintas definiciones, teorías y modelos sobre Cadena Logística, para efectos de este estudio, se ha empleado la definición del Consejo de Gestión Logística (1985) (CLM por sus siglas en inglés), el cual define la logística como el proceso de: "…planificar, llevar a cabo y controlar, de manera eficiente, el flujo de materiales, inventarios en curso, productos terminados, servicios e información relacionada, desde el punto de origen al de consumo, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente" (Gutiérrez y Prida, 1998).

Asimismo, sabemos que los componentes de un sistema típico de logística son: servicios al cliente, pronóstico de la demanda, comunicaciones de distribución, control de inventarios, manejo de materiales, procesamiento de pedidos, apoyo de partes y servicios, selección de la ubicación de fábricas y almacenamiento (análisis de localización), compras, embalaje, manejo de bienes devueltos, eliminación de mercaderías aseguradas rescatadas (desechos) y desperdicios, tráfico y transporte, almacenamiento y provisión (Ballou, 2004)

En esa misma línea, y de acuerdo con lo señalado por Ballou (2004), quien indica que las actividades que forman parte de la cadena de suministro varían de una empresa a otra, dependiendo de la estructura organizacional, las dimensiones de nuestra variable Cadena Logística, son: (i) Compras, (ii) Transporte, y (iii) Gestión de inventarios.

2.2.3 Bases teóricas sobre competitividad

2.2.3.1 Definición de competitividad

A lo largo de los años, se han ido desarrollando distintas definiciones sobre el término competitividad, de acuerdo con la unidad de análisis; ya sea a nivel país, de sector económico, de una rama de la industria, o de una empresa.

Pat, Caamal y Ávila (2009) compilaron las siguientes definiciones sobre competitividad:

a) A nivel país:

Para Porter (1990) (como se citó en Pat, Caamal y Ávila, 2009) señala que la competitividad se define por la productividad con la que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales (...) El nivel de vida de un país se determina por la productividad de su economía, que se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de sus recursos humanos, económicos y naturales.

Según la definición de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) (como se citó en Pat, Caamal y Ávila, 2009), la competitividad es “la capacidad de las empresas, las industrias, las regiones, las naciones o las regiones supranacionales para generar, con carácter sostenible, mientras están y permanecen expuestas a la competencia internacional, niveles relativamente altos de ingresos de los factores y de empleo de los factores”.

Para la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) la competitividad se define como el proceso de integración dinámica de países y productos a mercados internacionales ex post, dependiendo tanto de las condiciones de oferta como de las de demanda (Dussel, 2001, como se citó en Pat, Caamal y Ávila, 2009).

El Instituto Mexicano para la Competitividad - IMCO (2003) (como se citó en Pat, Caamal y Ávila, 2009) define la competitividad “como la capacidad de atraer y retener inversiones”. Para poder atraer y retener inversiones, es necesario que un país ofrezca las condiciones integrales aceptables en el ámbito internacional para maximizar el potencial socioeconómico de las empresas y personas que en él radican y, además, incrementar de forma sostenida su nivel de bienestar, más allá de las posibilidades intrínsecas que sus propios recursos, capacidad tecnológica y de innovación ofrezcan y, todo ello, con independencia de las fluctuaciones económicas normales por las que el país atraviese.

Así también, Fajnzylber (1998) (como se citó en Pat, Caamal y Ávila, 2009) define la competitividad como la capacidad de un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales, y elevar simultáneamente el nivel de vida de su población.

Por otro lado, Ivancevich y Lorenzi (1997) (como se citó en Labarca, 2007), la competitividad es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo, la renta real de sus ciudadanos.

b) A nivel de empresa:

La Real Academia Española (1992) (como se citó en Labarca, 2007) define competitividad como: competitivo, capaz de competir y, rivalidad para la consecución de un fin.

Porter (1985) (como se citó en Labarca, 2007) “señala que la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales”.

Asimismo, Enright, Francés y Scott (1994) señalan que la competitividad de una empresa es su capacidad para suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficiente que sus competidores (como se citó en Labarca, 2007).

El International Institute for Management Developmen (IMD), define la competitividad como “la habilidad de las naciones para crear y mantener un clima que permita competir a las empresas que radican en ellas” (México competitivo, 2017).

Romo y Abdel (2005) (como se citó en Estupiñán, 2015) consideran a la competitividad como “la capacidad para competir en los mercados de bienes y servicios”. La capacidad para competir se basa en una combinación de precio y calidad del bien o servicio proporcionado.

Rubio y Baz (2005) (como se citó en Estupiñán, 2015) mencionan que la competitividad es la capacidad de una empresa para enfrentar exitosamente a sus contrapartes por medio de sus productos o servicios, acceder al mercado, sostenerla e incrementarla.

Solleiro (1995) considera que una empresa es competitiva si es rentable. De acuerdo con el modelo de competencia perfecta, una empresa es competitiva cuando su costo promedio no excede el precio de mercado de su oferta de producto (como se citó en Estupiñán, 2015).

2.2.3.2 Teorías, modelos y enfoques sobre competitividad

Actualmente se observan diferentes enfoques y teorías sobre el tema de la competitividad, los cuales han ido evolucionando con el paso del tiempo. Inocente y Lara (2019) destacan entre otras, las siguientes teorías:

a) Ventaja absoluta

La teoría fue desarrollada por Smith (1776) quien establece que un país tiene una ventaja absoluta con relación a otro país cuando produce un bien o servicio utilizando para tal efecto, menor cantidad de recursos (de trabajo) que los que utiliza el otro país (como se citó en Inocente y Lara, 2019).

b) Ventaja comparativa

La teoría de la ventaja comparativa planteada por David Ricardo establece que cada país deberá especializarse en la producción y exportación de aquellos productos cuyos costos relativos, a los otros bienes, sean menores que en el resto de los países, a la cual se le considera como la Ley de las ventajas comparativas (Krugman, 2001, como se citó en Inocente y Lara, 2019).

c) Ventaja competitiva

En 1985, Michael Porter adopta el concepto de ventaja competitiva y lo aplica a industrias nacionales, dando apertura al concepto de ventaja competitiva aplicado a los países. En su modelo ofrece una alternativa a las explicaciones de la competitividad, específicamente centradas en los determinantes que vuelven más competitiva a una industria, es decir, la demanda, la estrategia, la rivalidad de las empresas, presiones y capacidades de la empresa (Labarca, 2007, p.168, como se citó en Inocente y Lara, 2019).

Por otro lado, Porter (2000) (como se citó en Inocente y Lara, 2019) menciona que la estrategia competitiva es la acción que lleva a la empresa a aplicar una diversidad de estrategias para poder competir (…) El autor propuso un axioma que señala que las empresas pueden llevar a cabo tres estrategias competitivas genéricas, las cuales se mencionan a continuación:

a) Diferenciación: consiste en crearle al producto o servicio algo que sea percibido en toda la industria como único, lo que generaría cierta lealtad a la marca y una ventaja frente a la competencia.

b) Liderazgo en costos: La empresa aplica estrategias para reducir los costos de fabricación y así convertirse en líderes en su industria. La producción a grandes volúmenes podría ser una de ellas.

c) Enfoque: La empresa debe seleccionar un segmento particular y aplicar estrategias diferenciadoras para captar dicho mercado. Al dirigir todos sus esfuerzos en dicho segmento, logra conseguir una ventaja competitiva.

2.2.3.3 Indicadores de competitividad

De acuerdo con Pat, Caamal y Ávila (2009) existen diferentes indicadores para medir la competitividad de acuerdo con el nivel de agregación:

McFetridge (1995) (como se citó en Pat, Caamal y Ávila, 2009) menciona que los costos, beneficios y productividad son algunos de los posibles indicadores de la competitividad a nivel de industria o empresa.

Por su parte, Hawkins (2006) (como se citó en Pat, Caamal y Ávila, 2009) señala que algunos de los posibles indicadores de competitividad en el mercado son el nivel de concentración en un mercado, el nivel de la competencia de las importaciones, los obstáculos a la entrada de los productos y el grado de poder.

Ibáñez y Troncoso (2001) (como se citó en Pat, Caamal y Ávila, 2009) reportan indicadores de competitividad a nivel empresa o unidad económica como el ingreso, el costo, la competitividad precio-costo y la competitividad tasa de

ganancia. La competitividad precio-costo, pretende resaltar la capacidad para obtener beneficios entre unidades económicas (países, regiones, empresas) vía la formación de precios de mercado y los costos de producción. Por su parte la competitividad tasa de ganancia o margen de beneficio, determina la eficiencia en función de los beneficios netos relativos. Se define como la diferencia entre las ventas y los costos totales.

2.2.4 Definición o Teoría sobre competitividad utilizada:

Tras la revisión de las distintas definiciones, teorías y modelos sobre competitividad, para efectos de este estudio, se ha empleado la definición de competitividad desarrollada por Porter (1985) la cual señala que la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales (como se citó en Labarca, 2007).

Es así que las dimensiones de nuestra variable competitividad, son: (i) Precio, (ii) Calidad, y (iii) Competencia.

2.3 Definición de términos

A continuación, presentaremos la definición o significado de los términos básicos que serán empleados en la investigación.

2.3.1 Definición de términos básicos de cadena logística

Almacenaje: Es la actividad de mantener un stock o inventario de materiales o productos terminados en un almacén o bodega. Esta gestión es muy importante en la logística porque determinará el nivel de flujo de mercancías y por lo tanto influirá en el costo total de cualquier operación (Ospina, 2015).

Cadena Logística: Es el proceso continuo de flujo de mercancías e información entre proveedores y clientes. En la cadena logística se establecen

las diferentes etapas y operadores que se requieren e intervienen para que los productos se entreguen en el momento y lugar indicado (Just in time). Esta requiere de planeación y debe ser monitoreada en términos de tiempo e información suministrada entre proveedor y cliente o cliente y proveedor (Ospina, 2015).

Compras: Es la gestión de aprovisionamiento de materiales y se puede definir como una primera etapa dentro de una cadena logística. incluye no solo las materias primas sino también otros recursos necesarios para la producción, como empaques, infraestructura y servicios, entre otros (Ospina, 2015).

Proceso: Un proceso es un conjunto de actividades de trabajo interrelacionadas, que se caracterizan por requerir ciertos insumos (inputs: productos o servicios obtenidos de otros proveedores) y actividades específicas que implican agregar valor, para obtener ciertos resultados (outputs) (Mallar, 2010).

Stock: También conocido como inventarios disponibles, es el nivel de existencias de materiales o productos terminados en una planta o almacén. Se asume que ese producto está totalmente disponible para su uso o despacho inmediato (Ospina, 2015).

Transporte: se refiere al movimiento de un producto de un lugar a otro en su recorrido desde el principio de la cadena de suministro hasta el cliente. (Chopra, como se citó en Calderón, 2011)

2.3.2 Definición de términos básicos de competitividad

Competencia: término empleado para indicar rivalidad entre un agente económico (productor, comerciante o comprador) contra los demás, donde cada

uno busca asegurar las condiciones más ventajosas para sí (Vidales, 2003, p. 122).

Competitividad: “la capacidad de las empresas, las industrias, las regiones, las naciones o las regiones supranacionales para generar, con carácter sostenible, mientras están y permanecen expuestas a la competencia internacional, niveles relativamente altos de ingresos de los factores y de empleo de los factores” (UNCTAD, 2002, como se citó en Estupiñán, 2015)

Competitividad empresarial: “La capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales” (Porter, 1985, como se citó en Labarca, 2007)

Ventaja competitiva: La ventaja competitiva se crea a partir de la diferenciación del producto y de la reducción de costos; la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son vitales. Los factores especializados son creados y se derivan del sistema educativo, tecnológico, de la infraestructura especializada, de la investigación y de la capacitación (Rojas y Sepúlveda, 1999, como se citó en Pat, Caamal y Ávila, 2009).

Indicadores de competitividad: En el sector transable incluyen la rentabilidad de la empresa, su cociente de exportación (exportaciones divididas entre la producción) y participación en el mercado regional (…) En el sector no transable, la competitividad de una empresa se refiere a su capacidad para alcanzar o superar a las mejores empresas del mundo, en costos y calidad de los bienes y servicios (…) Indicadores de competitividad en esta parte de la economía incluyen la rentabilidad y las medidas de costo y calidad de las empresas (Enright et al., 1994, como se citó en Labarca, 2007).

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

La cadena logística influye directamente en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, durante los años 2015 – 2019.

2.4.2 Hipótesis específicas

- La planificación de compras contribuye en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.
- El transporte afecta la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.
- La gestión de inventarios aporta positivamente a la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Nivel, tipo y diseño de la investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen la investigación como “Un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno” (p. XXV).

En este capítulo, se describe el conjunto de técnicas y métodos que se emplearon para llevar a cabo las tareas vinculadas a la investigación; de esta manera se determinó la manera en que se recabó, ordenó y analizó los datos obtenidos, otorgándole validez y rigor científico a los resultados que se obtuvieron en el proceso de estudio y análisis.

3.1.1. Nivel de la investigación

El tipo de investigación que se utilizó es correlacional predominando el tipo de análisis cuantitativo. Según Hernández et al. (2014) “Este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (p. 93).

Para valorar el grado de asociación entre dos o más variables, primero se miden cada una de éstas, luego se cuantifican, analizan y se establecen las vinculaciones. Las hipótesis que sustentan tales correlaciones son sometidas a la prueba estadística del coeficiente Rho Spearman, a fin de determinar la existencia de una relación lineal entre las variables (nivel ordinal).

3.1.2. Tipo de investigación

Según los propósitos de la investigación, esta es de tipo aplicada, dado que tiene como finalidad resolver problemas prácticos; en este caso, está orientada

a determinar la influencia de la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China.

Esta categorización es importante, ya que de esta dependía la estrategia de investigación que fue empleada y permitió que el trabajo realizado sea completo, tenga bases sólidas, confiables y estructuradas, de modo que la información obtenida sea clara.

Para Murillo (2008) (como se citó en Vargas, 2009) la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad.

Argentina, (como se citó en Hernández et al., 2014) opina que “ya sea en una investigación básica o aplicada, un buen trabajo es aquel en el cual el equipo especialista ha puesto todo su empeño en la búsqueda de conocimiento o soluciones, manteniendo siempre la objetividad y la mente abierta para tomar las decisiones adecuadas” (p. 125).

3.1.3. Diseño de investigación

El diseño de investigación es no experimental cuantitativa, la cual podría definirse como “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar de forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (Hernández et al., 2014). En la investigación no experimental se observan los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para luego analizarlos.

Asimismo, es transversal o transeccional, dado que se analizó el nivel o modalidad de una o diversas variables en un momento dado. Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004; como se citó en Hernández et al., 2014).

Por tanto, concluimos que el diseño de investigación que utilizado fue No Experimental transversal; debido a que no se manipularon las variables, sino que se visualizaron los fenómenos en su contexto natural para posteriormente estudiarlos.

3.2. Población y muestra

Lepkowski (2008b) (como se citó en Hernández et al., 2014) señala que “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 174).

Según Hernández et al. (2014), la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población; es decir, un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (p. 175). Señalan también que todas las muestras en el enfoque cuantitativo deben ser representativas.

Asimismo, las muestras pueden ser categorizadas en dos grandes ramas:

- Muestra probabilística: Subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos (Hernández et al., 2014).
- Muestra no probabilística o dirigida: Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación (Hernández et al., 2014).

3.2.1. Población

En la presente investigación se consideraron a todas las empresas ubicadas en Perú, importadoras de vidrio flotado incoloro de la Sub Partida Nacional 7005.21.11.00, desde China, durante los años 2015 – 2019. Dicha población está compuesta por un total de 31 empresas.

3.2.2. Muestra

Para determinar la muestra se realizó un muestreo no probabilístico intencional o dirigido, empleando el principio de Pareto.

Psicoactiva (s.f) señala que “El principio de Pareto, también conocido como la regla de 80/20, es una teoría que mantiene que el 80% de las consecuencias de una situación o sistema se determina por el 20% de las causas” (párr. 1).

Es así como se seleccionó a las principales empresas importadoras de vidrio flotado de la Sub Partida Nacional 7005.21.11.00, desde China, durante los años 2015 – 2019. A estas empresas, se les distribuyó un total de 27 cuestionarios, los mismas que estuvieron dirigidos a los colaboradores de las áreas de comercio exterior, importaciones, logística, operaciones y administración.

En la tabla a continuación se puede observar la muestra que está compuesta por las 6 principales empresas importadoras de vidrio flotado, a nivel nacional, las mismas que concentran el 80% del total de las importaciones desde China (2015-2019); de acuerdo con el principio de Pareto.

Tabla 7 *Participación porcentual de las principales importadoras de China SPN 7005.21.11.00*

Importadores	FOB	% Participación	% Acumulado
Vidriería Limatambo S.A.C	22,246,826	21.56%	21.56%
Vidriería 28 de julio S.A.C.	15,630,454	15.15%	36.71%

Corporación Miyasato S.A.C.	14,866,962	14.41%	51.11%
Corp. de Vidrios y Aluminios Corrales S.A.C.	10,920,021	10.58%	61.70%
Triplex Inversiones SA.	9,794,796	9.49%	71.19%
Vidriería Sarita Colonia S.R.L.	9,104,544	8.82%	80.01%
Otros	20,625,850	8.35%	100.00%
Total	103,189,454	100.00%	-

Fuente: SUNAT
Unidad: FOB en miles de dólares
Elaboración: Propia

3.3. Operacionalización de las variables del estudio

Los indicadores fueron medidos estadísticamente sobre el análisis e interpretación de los datos obtenidos a través del instrumento de investigación (cuestionario), que fue aplicado a un total de 27 personas, las mismas que forman parte de la muestra representativa conformada por 6 empresas y que pertenecen a las áreas de comercio exterior, importaciones, logística, operaciones y administración.

Con estos datos se obtuvieron resultados del programa estadístico SPSS, con los cuales se pudo concluir y contrastar las hipótesis.

3.3.1. Variables de estudio

Hernández et al. (2014) indican que “una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (…) “Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría”. A continuación, definiremos a las dos variables del Estudio:

Variable Independiente (X): Cadena Logística

Proceso de: "…planificar, llevar a cabo y controlar, de manera eficiente, el flujo de materiales, inventarios en curso, productos terminados, servicios e información relacionada, desde el punto de origen al de consumo, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente" (Council Logístic Management [CLM], 1985, como se citó en Gutierrez y Prida,1998).

Variable Dependiente (Y): Competitividad

La competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales (Porter, 1985, como se citó en Labarca, 2007)

3.3.2. Operacionalización de las variables

A continuación, desagregaremos las Variables de estudio en dimensiones a fin de llegar a los indicadores e ítems correspondientes.

Tipo	Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem	
Independiente	Cadena Logística	proceso de: "…planificar, llevar a cabo y controlar, de manera eficiente, el flujo de materiales, inventarios en curso, productos terminados, servicios e información relacionada, desde el punto de origen al de consumo, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente" (Council Logistic Management [CLM], 1985)	Compras	Planificación	1	12
				Negociación con proveedores	2, 3	
				Control de Pedidos	4	
			Transporte	Importación	5, 6	
				Distribución	7	
			Gestión de Inventarios	Nivel de Stock	8,9	
				Sobrecostos	10	
				Almacenes	11	
Dependiente	Competitividad	"La capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad	Precio	Margen de utilidad	13	24
				Rentabilidad	14	
				Equiparación de precios frente a la competencia	15	

	que sus rivales". Porter (1985)		Certificaciones	16
		Calidad	Nivel de Servicio al Cliente	17, 18, 19
			Calidad del producto	20
		Competencia	Cuota de participación en el mercado	21
			Posicionamiento en el mercado	22
			Capacidad de respuesta frente a cambios	23

3.4. Técnicas de instrumento de recolección de información

Según Hernández et al. (2014), el instrumento de medición debe cumplir con tres requisitos esenciales:

- Confiabilidad: Grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes.
- Validez: Grado en que un instrumento mide la variable que pretende medir.
- Objetividad: Grado en que el instrumento es permeable a los sesgos y tendencias del investigador que lo administra, califica e interpreta (Mertens, 2010).

Los Tipos de instrumentos pueden ser:

- Cuestionarios: Conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir (Chasteauneuf, 2009, como se citó en Hernández et al., 2014). Están compuestos por preguntas cerradas y/o abiertas y pueden ser aplicadas por entrevista personal o telefónica, vía internet o incluso, pueden ser autoadministrados.
- Escalas de medición de actitudes: Se puede mencionar el método de escalamiento tipo Likert, el diferencial semántico y el escalograma de Guttman (Hernández et al., 2014).

- Otros métodos cuantitativos: Están los análisis de contenido cuantitativo, la observación, las pruebas estandarizadas e inventarios, los datos secundarios o los recolectados por otros investigadores, los instrumentos mecánicos o electrónicos, y otros instrumentos propios de cada disciplina (Hernández et al., 2014).

El instrumento metodológico para la recolección de datos de la presente investigación consistió en un cuestionario de 22 preguntas cerradas y 2 preguntas abiertas. Las preguntas cerradas miden actitudes del individuo hacia un determinado hecho, presentado en escala de 5 puntos de Likert con alternativas de:

Totalmente de acuerdo……..... (5)

De acuerdo……..... (4)

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo…… (3)

En desacuerdo…… (2)

Totalmente en desacuerdo..…… (1)

El escalamiento de Likert consiste en un “conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (Hernández et al., 2014).

El instrumento es propio y fue desarrollado basado en las teorías, modelos y definiciones estudiadas. Además, fue sido validado por el juicio de dos (02) expertos, los cuales poseen estudios superiores y amplia experiencia en el sector logístico (Ver apéndice C).

Finalmente, el nivel de confiabilidad del instrumento de medición se calculó mediante el Coeficiente alfa de Cronbach, el cual se aplicó sobre la muestra y sobre la base de los resultados.

Para la elaboración de las preguntas del cuestionario, se consideraron dos temas de acuerdo con las variables del estudio, siendo la primera variable la Cadena Logística y la segunda la Competitividad. (Ver Apéndice B)

Asimismo, los cuestionarios fueron entregados a cada persona, con una declaración jurada de confidencialidad adjunta, debido a que la información recabada será de absoluta discreción y únicamente para fines académicos.

“Las escalas tipo Likert son las de uso más frecuente cuando se desea medir actitudes y opiniones, debido a que se construyen de un modo relativamente sencillo y demandan poco tiempo”. (Arbaiza, 2014, como se citó en Aliaga y Ramírez, 2019)

3.5. Técnicas estadísticas para el procesamiento de información

En la presente investigación se utilizó el modelo estadístico de Coeficiente de correlación de Spearman; como es recomendado para demostrar la correlación de dos variables ordinales, que según Hernández et al. (2014), pertenece a los métodos o pruebas estadísticas No Paramétricas.

El coeficiente de correlación de Spearman pertenece a los métodos o pruebas estadísticas No Paramétricas. Los coeficientes rho de Spearman, son coeficientes utilizados para relacionar estadísticamente escalas tipo Likert por aquellos investigadores que las consideran ordinales (Hernández et al., 2014, p. 323).

Los valores registrados a través del instrumento aplicado fueron codificados en un archivo Excel, luego transferidos a la matriz del programa computarizado de análisis estadístico IBM SPSS®; Statistical Package for the Social Sciences.

3.6. Nivel de confiabilidad del instrumento

Se analizó la confiabilidad del instrumento de investigación, empleando el estadístico Alfa de Cronbach, obteniéndose el valor de 0.796 que se muestra en la tabla a continuación.

Tabla 7 *Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	
Instrumento Completo	0.796

Fuente: SPSS
Elaboración: Propia

Según Nunnally, el valor obtenido se encuentra en el límite del valor considerado como aceptable para la confiabilidad del instrumento (Nunnally, 1994).

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

En este capítulo, se presentan los resultados de las 27 encuestas realizadas a las empresas importadoras de vidrio flotado desde China, durante los años 2015 - 2019. Los colaboradores de las áreas de comercio exterior, importaciones, logística, operaciones y administración, contestaron las preguntas del cuestionario en escala de 5 puntos de Likert; por lo que los datos de las variables son considerados ordinales.

Los estadísticos descriptivos como resultado de las encuestas muestran en la mayoría de los ítems, medias mayores a 3; que en la escala de Likert es el nivel “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que indica que la percepción de los encuestados en términos generales se ubica entre “de acuerdo” y “muy de acuerdo”. (Ver Tabla 8).

Tabla 8 *Media de los ítems*

ITEMS	MEDIA
Considera que planificación de pedidos se debe trabajar juntamente con el área de ventas. Usted está…	4.03
Para poder empezar a trabajar con un nuevo proveedor, siempre solicita que envíen muestras de sus productos para ver la calidad. Usted está…	4.51
Aunque la calidad del vidrio sea regular, de todas maneras, sigue trabajando con el proveedor porque le ofrece precios bajos. Usted está…	2.75
Considera que se debe solicitar un registro fotográfico y fílmico del carguío de los vidrios. Usted está…	4.37
Existen factores externos que cambian drásticamente los tiempos de importación. Usted está…	3.92

Considera que a mayor número de puertos por los que pasa la nave, la carga corre mayor riesgo de sufrir daños durante el transporte internacional. Usted está…	3.60
Cuenta con una adecuada cadena de distribución que le permite abarcar gran parte del mercado. Usted está…	3.68
Los niveles de stock de los almacenes le permiten cubrir los niveles de ventas. Usted está…	3.81
Considera que no es necesario elaborar una proyección de ventas a corto plazo para el manejo de stock. Usted está…	3.84
Los desmedros son causados generalmente por la mala manipulación en el carguío y transporte marítimo, que hace que se generen sobrecostos. Usted está…	3.74
Considera que la óptima distribución de los almacenes permite un mejor almacenamiento. Usted está…	4.62
Considera que las utilidades de la empresa se han visto incrementadas en los últimos cinco años. Usted está…	2.64
Considera que la relación Costo/Precio del vidrio genera buenos rendimientos. Usted está…	3.25
Considera que los precios de su producto (vidrio) esta equiparado con los precios que se ofrecen en el mercado. Usted está…	3.66
Considera que las certificaciones nacionales o internacionales elevan el nivel de competitividad de la empresa. Usted está...	3.69
Cree usted que el nivel de satisfacción del cliente es importante para elevar el nivel de competitividad de la empresa. Usted está…	3.94

Considera que los índices de quejas y reclamos son importantes para medir la competitividad de una empresa Usted está…	3.85
Considera que el servicio post venta lo diferencia frente a sus competidores. Usted está…	3.93
Considera que la calidad del producto no influye en su competitividad. Usted está…	2.85
Considera que la participación de su empresa en el mercado es satisfactoria. Usted está…	3.90
Considera que la empresa se encuentra posicionada en el mercado. Usted está…	3.97
Considera que la empresa tiene la capacidad para mantenerse de manera sostenible en el tiempo. Usted está…	3.51

Elaboración: Propia

4.1. Análisis descriptivo (Procesamiento de datos)

El análisis cuantitativo, como se mencionó en capítulos anteriores, se basó en las respuestas obtenidas de los cuestionarios distribuidos a la muestra conformada por las principales empresas importadoras de vidrio flotado desde China.

En los siguientes puntos se muestra los resultados obtenidos mediante el software SPSS®; Statistical Package for the Social Sciences, y se hará uso de la estadística descriptiva para analizarlos y poder observar las puntuaciones obtenidas en cada una de las variables de estudio.

Variable X: Cadena logística

Dimensión: Compras

Tabla 9 *Resultados numéricos y porcentuales de la Dimensión Compras en la cadena Logística*

Preguntas	TD		ED		NDNA		DA		TA		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Considera que planificación de pedidos se debe trabajar juntamente con el área de ventas. Usted está…	1	3.7	-	-	-	-	10	37.0	16	59.3	27	100
Para poder empezar a trabajar con un nuevo proveedor, siempre solicita que envíen muestras de sus productos para ver la calidad. Usted está…	-	-	-	-	1	3.7	9	33.3	17	63.0	27	100
Aunque la calidad del vidrio sea regular, de todas maneras, sigue trabajando con el proveedor porque le ofrece precios bajos. Usted está…	-	-	10	37.0	7	25.9	10	37.0	-	-	27	100
Considera que se debe solicitar un registro fotográfico y fílmico del carguío de los vidrios. Usted está…	-	-	-	-	1	3.7	13	48.1	13	48.1	27	100
Total	1		10		9		42		46		108	
%		0.9		9.3		8.3		38.9		42.6		100

Nota: Resultado de las preguntas de la dimensión Compras
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa en la tabla 9 que el 42.6% de las respuestas se ubicaron en la categoría totalmente de acuerdo, el 38.9% señaló estar de acuerdo, mientras solo el 9.3% está en desacuerdo y el 0.9 % está en total desacuerdo. Por otro lado, sólo el 8.3% se mostró indiferente.

Se puede deducir que el 81.5% de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con la dimensión compras en la cadena logística, mientras que tan solo sólo el 10.2% está en desacuerdo o en total descuerdo.

Este resultado nos permite sostener la solidez que presenta la dimensión de compras dentro de la cadena logística y su influencia en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde china.

A continuación, se presenta los resultados de las preguntas correspondientes a la dimensión Compras.

- Pregunta 1: Considera que planificación de pedidos se debe trabajar juntamente con el área de ventas. Usted está…

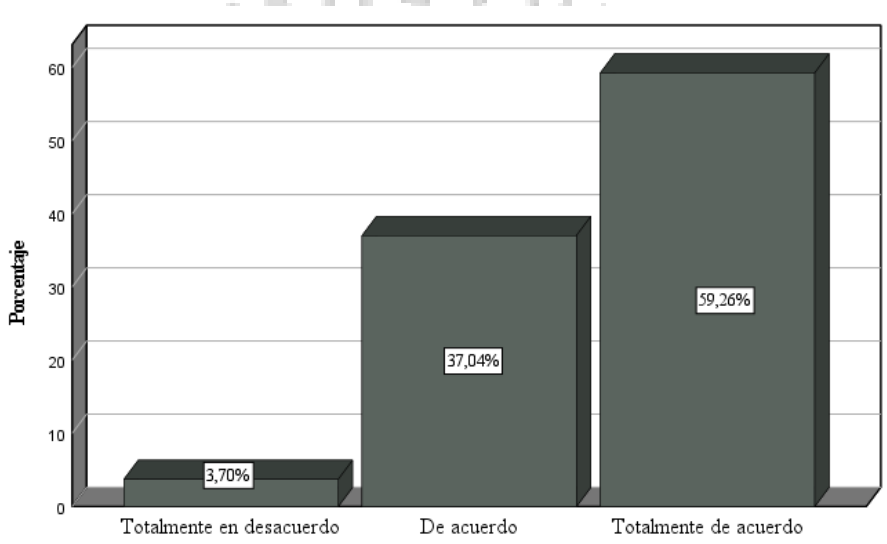

Figura 2 Pregunta 1
Considera que planificación de pedidos se debe trabajar juntamente con el área de ventas. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que el 59.26% del total de encuestados, afirma estar totalmente de acuerdo con que la planificación de compras se debe trabajar juntamente con el área de ventas. En esa misma línea, el 37.04% indica estar de acuerdo; es decir que, la gran mayoría de los importadores (96.30%) respondió positivamente a dicha pregunta.

- Pregunta 2: Para poder empezar a trabajar con un nuevo proveedor, siempre solicita que envíen muestras de sus productos para ver la calidad. Usted está…

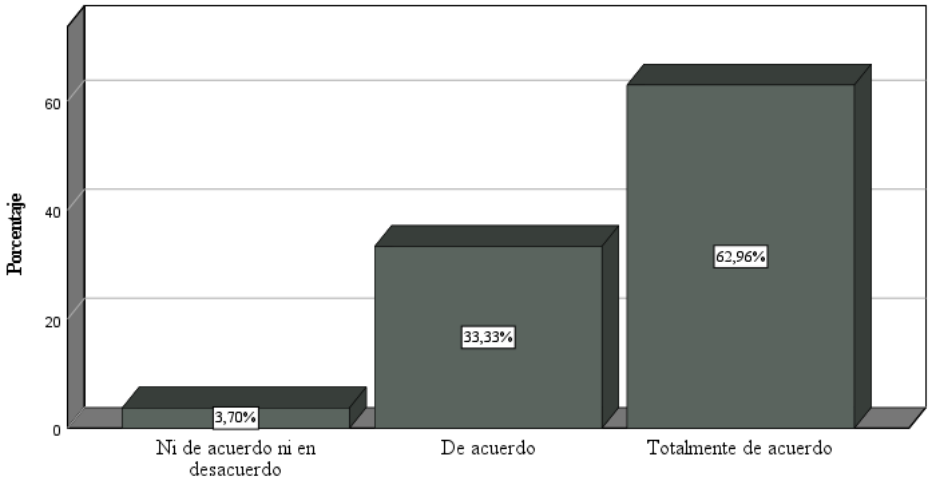

Figura 3 Pregunta 2
Para poder empezar a trabajar con un nuevo proveedor, siempre solicita que envíen muestras de sus productos para ver la calidad. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que el 63% de los importadores indican estar totalmente de acuerdo con solicitar muestras a sus proveedores para poder conocer la calidad de los productos y el 33% está de acuerdo; es decir, más del 96% respondió afirmativamente.

- Pregunta 3: Aunque la calidad del vidrio sea regular, de todas maneras sigue trabajando con el proveedor porque le ofrece precios bajos. Usted está…

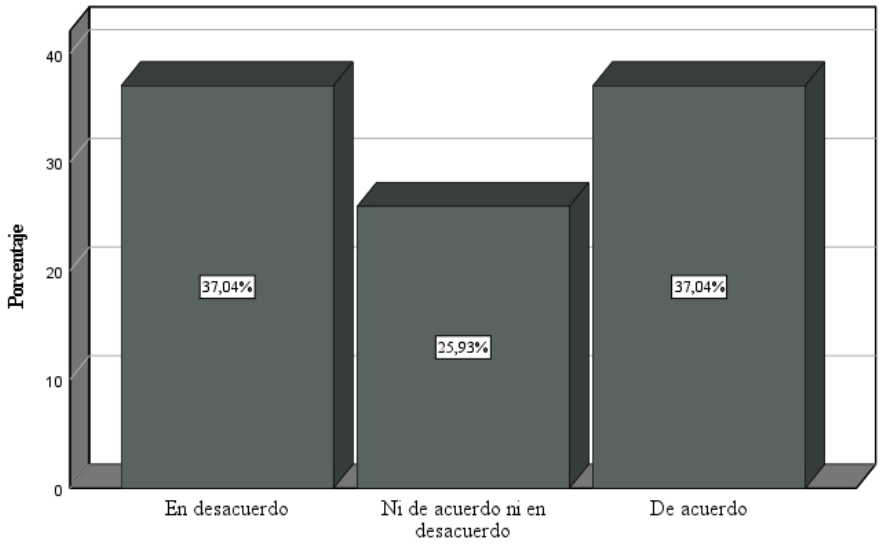

Figura 4 Pregunta 3
Aunque la calidad del vidrio sea regular, de todas maneras, sigue trabajando con el proveedor porque me ofrece precios bajos. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que, del total de encuestados, el 37% indica estar en desacuerdo con seguir trabajando con el mismo proveedor sólo por los precios bajos, sin embargo, la misma proporción de encuestados (37%) señala estar de acuerdo con seguir trabajando con el mismo proveedor. Por otro lado, un 26% indica se muestra indiferente-.

- Pregunta 4: Considera que se debe solicitar un registro fotográfico y fílmico del carguío de los vidrios. Usted está…

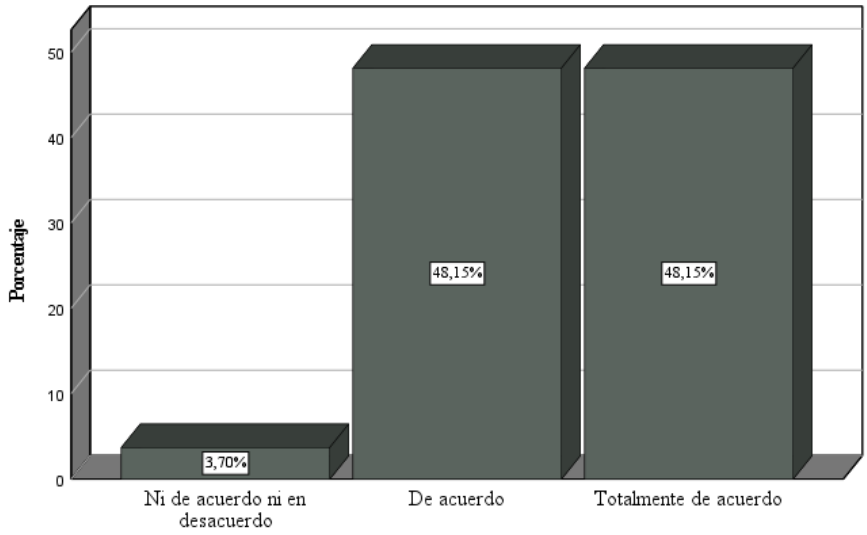

Figura 5 Pregunta 4
Considera que se debe solicitar un registro fotográfico y fílmico del carguío de los vidrios. Usted está……
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que más del 96% de los encuestados considera necesario solicitar registros fílmicos y fotográficos del carguío de los vidrios. Por el contrario, sólo el 3.7% se muestra indiferente.

Dimensión: Transporte

Tabla 10 *Resultados numéricos y porcentuales de la Dimensión Transporte en la cadena Logística*

Preguntas	TD		ED		NDNA		DA		TA		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Existen factores externos que cambian drásticamente los tiempos de importación. Usted está…	1	3.7	-	-	1	3.7	11	40.7	14	51.9	27	100
Considera que a mayor número de puertos por los que pasa la nave, la carga corre mayor riesgo de sufrir daños durante el transporte internacional. Usted está…	1	3.7	1	3.7	3	11.1	12	44.4	10	37.0	27	100
Cuenta con una adecuada cadena de distribución que le permite abarcar gran parte del mercado. Usted está…	-	-	1	3.7	4	14.8	22	81.5	-	-	27	100

Total	2	2	8	45	24	81
%	2.5	2.5	9.9	55.6	29.6	100

Nota: Resultado de las preguntas de la dimensión Transporte
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa en la tabla 10 que el 29.6% de las respuestas, se ubicaron en la categoría totalmente de acuerdo y el 55.5% en la posición de acuerdo. Un 10% se mostró indiferente y sólo el 2.5% mostró estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente.

Se puede deducir que el 85.2% de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con la dimensión transporte dentro de la variable cadena logística, mientras que tan solo sólo el 5% está en desacuerdo o en total descuerdo.

Este resultado nos permite sostener la solidez que presenta la dimensión del transporte dentro de la cadena logística y su influencia en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde china.

A continuación, se presenta los resultados de las preguntas correspondientes a la dimensión Transporte.

- Pregunta 5: Existen factores externos que cambian drásticamente los tiempos de importación. Usted está…

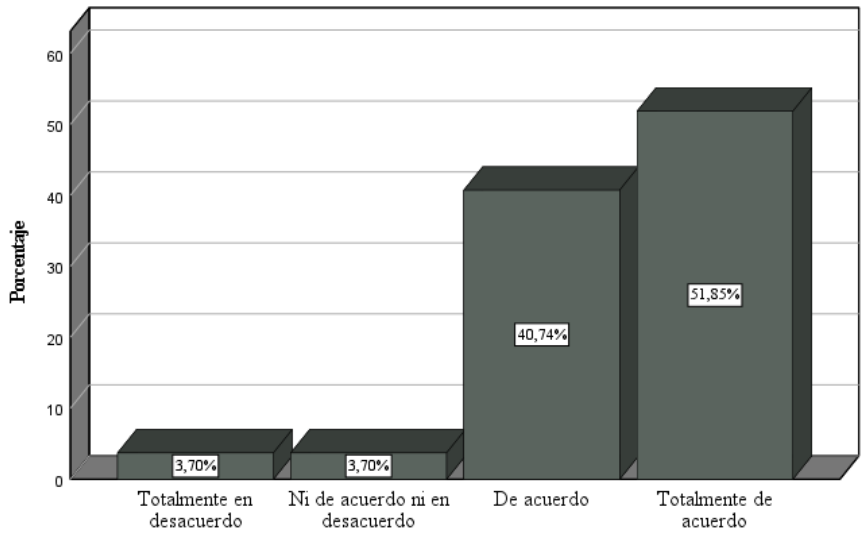

Figura 6 Pregunta 5
Existen factores externos que cambian drásticamente los tiempos de importación. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que, del total de los encuestados, un porcentaje significativo (93%) afirma que hay factores externos que cambian los tiempos de importación. Mientras que el otro 7% se divide entre los que están totalmente en desacuerdo o indiferente.

- Pregunta 6: Considera que a mayor número de puertos por los que pasa la nave, la carga corre mayor riesgo de sufrir daños durante el transporte internacional. Usted está…

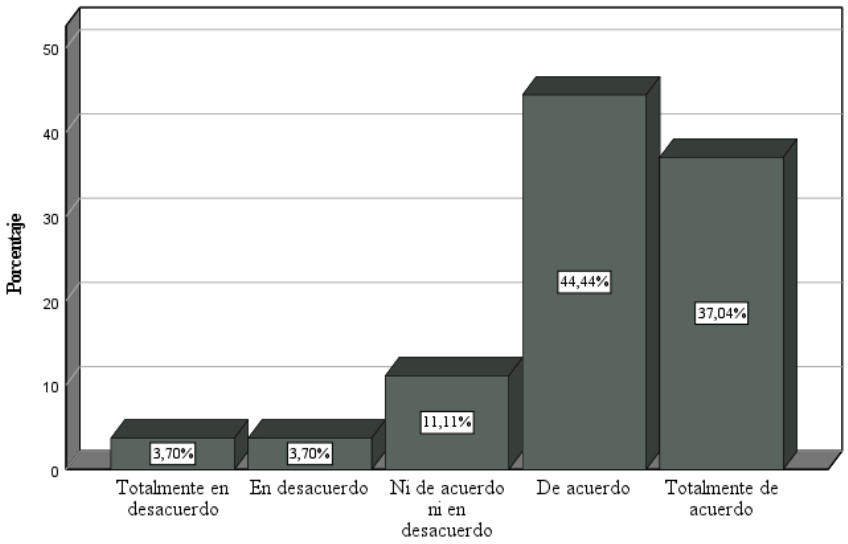

Figura 7 Pregunta 6
Considera que a mayor número de puertos por los que pasa la nave, la carga corre mayor riesgo de sufrir daños durante el transporte internacional. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que el 37% está totalmente de acuerdo con que a mayor número de puertos por los que pase la nave, aumenta el riesgo de daños de su carga; debido al incremento del manipuleo de los contenedores. Un 44% están de acuerdo con esta afirmación, los que, sumados al anterior resultado, alcanzan al 81% del total de encuestados. Por otro lado, un 11% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo.

- Pregunta 7: Cuenta con una adecuada cadena de distribución que le permite abarcar gran parte del mercado. Usted está…

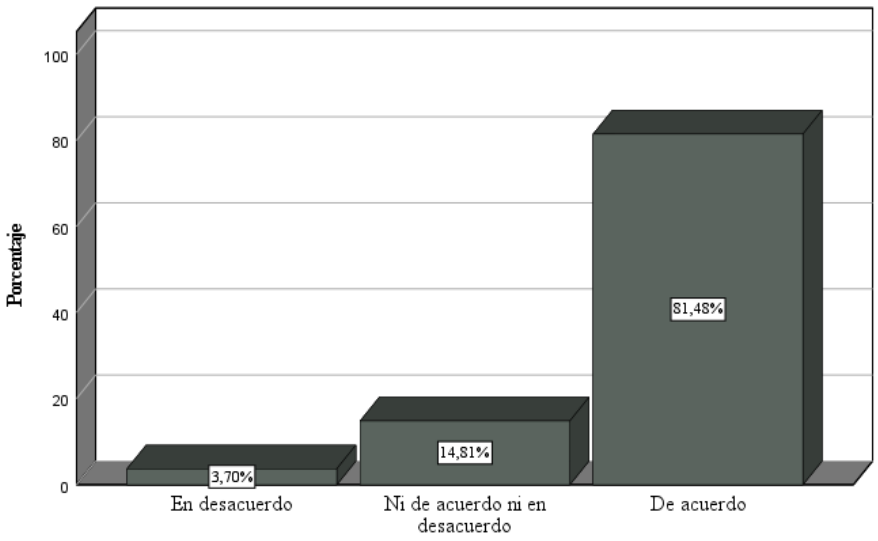

Figura 8 Pregunta 7
Cuenta con una adecuada cadena de distribución que le permite abarcar gran parte del mercado. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que la gran mayoría (81%) de los importadores están de acuerdo con que contar con una adecuada distribución les permite abarcar gran parte del mercado. El otro 18% se divide entre personas que indican estar en desacuerdo o indiferentes.

Dimensión: Gestión de Inventarios

Tabla 11 *Resultados numéricos y porcentuales de la Dimensión Gestión de inventarios en la cadena Logística*

Preguntas	TD		ED		NDNA		DA		TA		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Los niveles de stock de los almacenes le permiten cubrir los niveles de ventas. Usted está…	-	-	1	3.7	4	14.8	17	63.0	5	18.5	27	100
Considera que no es necesario elaborar una proyección de ventas a corto plazo para el	6	22.2	18	66.7	1	3.7	2	7.4	-	-	27	100

manejo de stock. Usted está…												
Los desmedros son causados generalmente por la mala manipulación en el carguío y transporte marítimo, que hace que se generen sobrecostos. Usted está…	-	-	2	7.4	2	7.4	19	70.4	4	14.8	27	100
Considera que la óptima distribución de los almacenes permite un mejor almacenamiento. Usted está…	-	-	-	-	-	-	9	33.3	18	66.7	27	100
Total	6		21		7		47		27		108	
%		5.6		19.4		6.5		43.5		25.00		100

Nota: Resultado de las preguntas de la dimensión Gestión de Inventarios
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa en la tabla 11 que los resultados se ubicaron un 25% en la categoría totalmente de acuerdo, el 43.5% de acuerdo y 5.6% totalmente en desacuerdo. Un 19.4% en desacuerdo y sólo un 6.5% mostró indiferencia.

Se puede deducir que el 68.5% de los encuestados respondió entre la categoría totalmente de acuerdo o de acuerdo con la gestión de inventarios en la cadena logística, mientras que tan solo sólo el 25% está en desacuerdo o en total descuerdo. Por otro lado, sólo el 5.6% se mostró indiferente.

Este resultado nos permite sostener la solidez que presenta la dimensión gestión de inventarios dentro de la cadena logística y su influencia en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde china.

A continuación, se presenta los resultados de las preguntas correspondientes a la dimensión Gestión de Inventarios.

- Pregunta 8: Los niveles de stock de los almacenes le permite cubrir los niveles de ventas. Usted está…

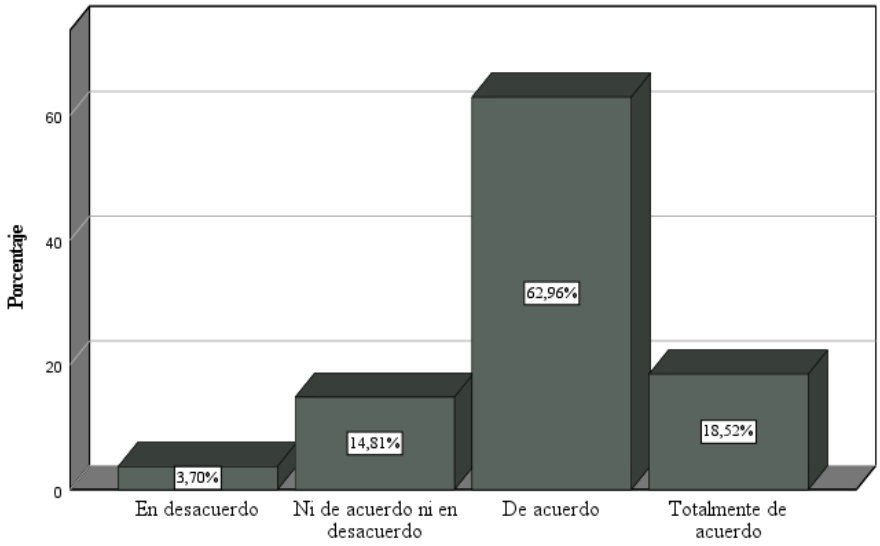

Figura 9 Pregunta 8
Los niveles de stock de los almacenes le permiten cubrir los niveles de ventas Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que el 63% de los encuestados indica estar de acuerdo con que los niveles de stock en los almacenes les permiten cubrir sus ventas, y el 18.52 % totalmente de acuerdo, mientras que un 14.81% afirma no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación.

- Pregunta 9: Considera que no es necesario elaborar una proyección de ventas a corto plazo para el manejo de stock. Usted está…

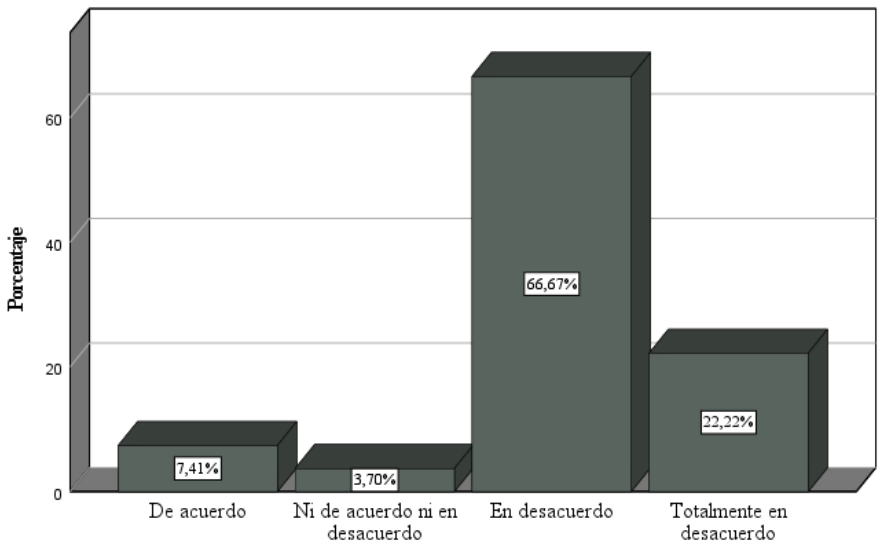

Figura 10 Pregunta 9
Considera que no es necesario elaborar una proyección de ventas a corto plazo para el manejo de stock. Usted está….
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que el 67% del total de encuestados está en desacuerdo y el 22% en total desacuerdo; por lo que se entiende que la gran mayoría (89%) considera que sí es necesario elaborar una proyección de ventas a corto plazo para el correcto control de su stock.

- Pregunta 10: Los desmedros son causados generalmente por la mala manipulación en el carguío y transporte marítimo, que hace que se generen sobrecostos. Usted está…

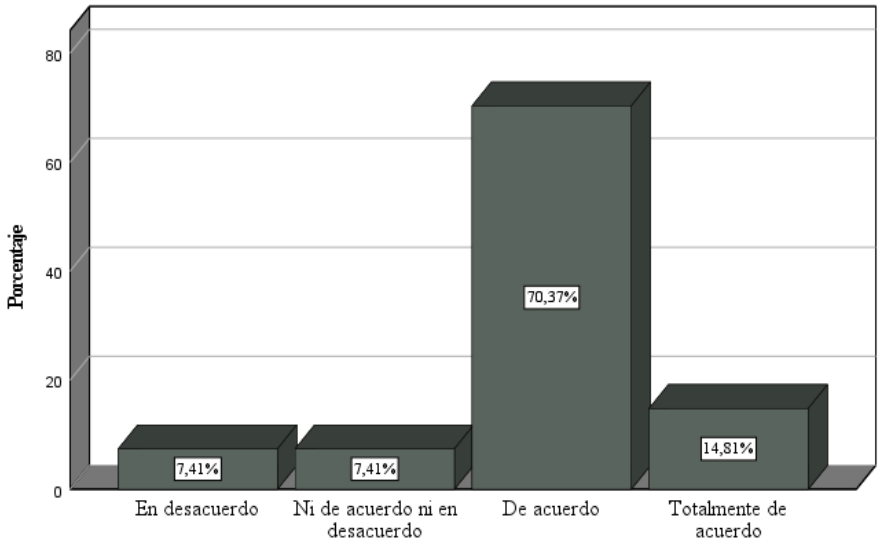

Figura 11 Pregunta 10
Los desmedros son causados generalmente por la mala manipulación en el carguío y transporte marítimo, que hace que se generen sobrecostos. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que el 70.4% de los encuestados indican estar de acuerdo con que los desmedros se generan por la mala manipulación durante el transporte internacional, y en esa misma línea, el casi 15% indica estar totalmente de acuerdo. De forma contraria, sólo el 7% señala estar en desacuerdo y esa misma proporción se muestra indiferente.

- Pregunta 11: Considera que la óptima distribución de los almacenes permite un mejor almacenamiento. Usted está…

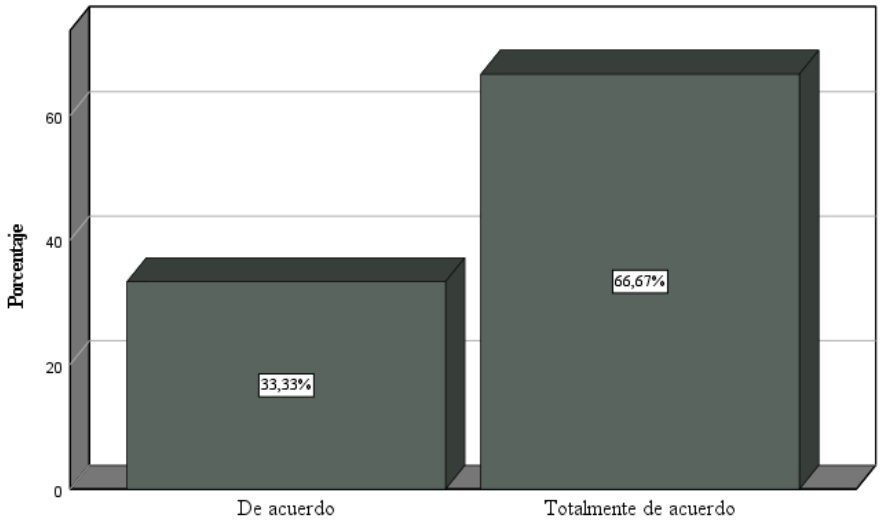

Figura 12 Pregunta 11
Considera que la óptima distribución de los almacenes permite un mejor almacenamiento. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que el 67% se encuentra totalmente de acuerdo en considerar que la óptima distribución permite tener un mejor almacenamiento. En esa misma línea, el tercio de los encuestados (33%) indica estar de acuerdo. Es decir, todas las respuestas fueron afirmativas para esta pregunta.

Variable Y: Competitividad

Dimensión: Rentabilidad

Tabla 12 *Resultados numéricos y porcentuales de la Dimensión Rentabilidad en Competitividad*

Preguntas	TD		ED		NDNA		DA		TA		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Considera que las utilidades de la empresa se han visto incrementadas en los últimos cinco años. Usted está…	2	7.4	5	18.5	10	37.0	8	29.6	2	7.4	27	100
Considera que la relación Costo/Precio del vidrio	-	-	5	18.5	6	22.2	12	44.4	4	14.8	27	100

genera buenos rendimientos. Usted está…												
Considera que los precios de su producto (vidrio) esta equiparado con los precios que se ofrecen en el mercado. Usted está…	-	-	2	7.4	4	14.8	17	63.0	4	14.8	27	100
Total	2		12		20		37		10		81	
%		2.5		14.8		24.7		45.7		12.3		100

Nota: Resultado de las preguntas de la dimensión Rentabilidad
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa en la tabla 12 que el 12.3% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con la rentabilidad de la empresa dentro de la competitividad. El 45.7% manifiesta estar de acuerdo; mientras solo el 14.8% está en desacuerdo con la rentabilidad de la empresa dentro de la competitividad y el 2.5% está en total desacuerdo.

Se puede deducir que el 58.1% de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con la rentabilidad de la empresa en la competitividad, mientras que tan solo sólo el 17.3% está en desacuerdo o en total descuerdo.

Este resultado nos permite sostener la solidez que presenta la dimensión de rentabilidad dentro de la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde china.

A continuación, se presenta los resultados de las preguntas correspondientes a la dimensión Rentabilidad.

- Pregunta 13: Considera que las utilidades de la empresa se han visto incrementadas en los últimos cinco años. Usted está…

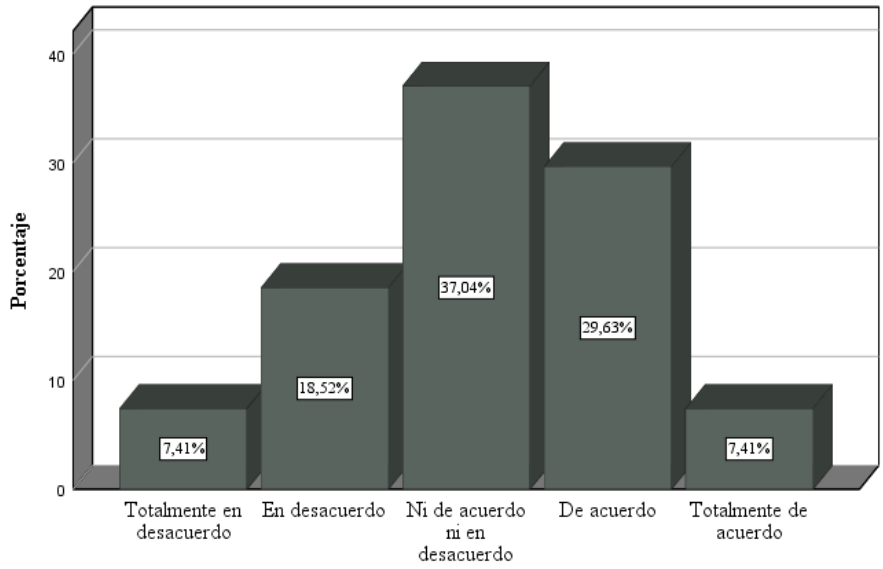

Figura 13 Pregunta 13
Considera que las utilidades de la empresa se han visto incrementadas en los últimos cinco años. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que la mayoría del total de encuestados (37.04%) no están de acuerdo ni en desacuerdo con que las utilidades de la empresa han incrementado en los últimos cinco años. Mientras que un 29.63% señalan que están de acuerdo; y con un porcentaje de 18.52% indican que están en desacuerdo.

- Pregunta 14: Considera que la relación Costo/Precio del vidrio genera buenos rendimientos. Usted está…

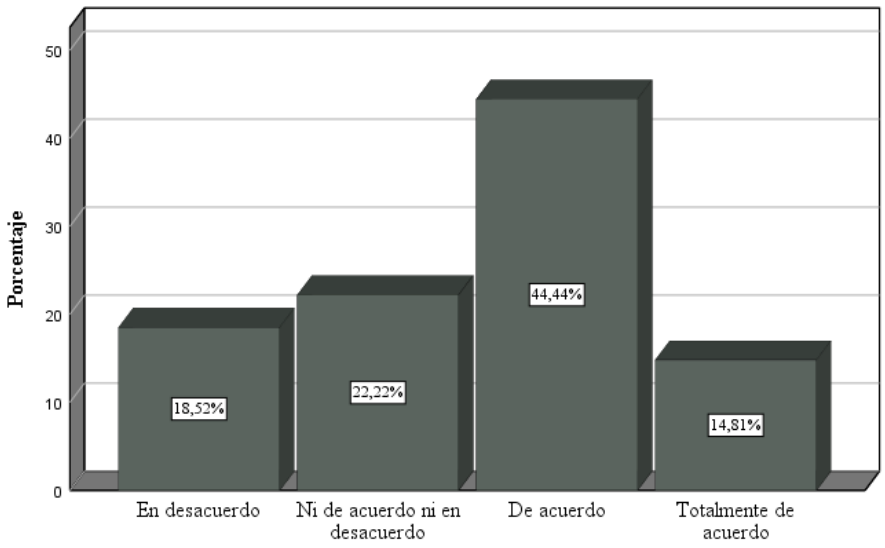

Figura 14 Pregunta 14
Considera que la relación Costo/Precio del vidrio genera buenos rendimientos. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que la mayoría del total de encuestados (44.44%) están de acuerdo con que la relación Costo/Precio del vidrio genera buenos rendimientos. Mientras que un 14.81% señalan que están totalmente de acuerdo; y con un porcentaje de 18.52% indican que están en desacuerdo. Finalmente, el 22.22% se muestra indiferente.

- Pregunta 15: Considera que los precios de su producto (vidrio) esta equiparado con los precios que se ofrecen en el mercado. Usted está…

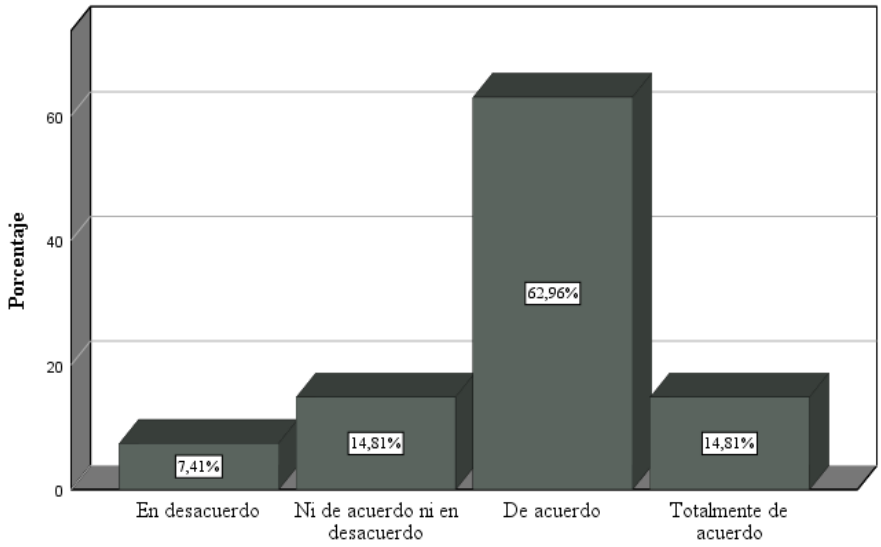

Figura 15 Pregunta 15
Considera que los precios de su producto (vidrio) esta equiparado con los precios que se ofrecen en el mercado. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que con un porcentaje significativo (62.96%), la mayoría de encuestados están de acuerdo con que los precios de su producto esta equiparado con los precios que se ofrecen en el mercado. Por otro lado, el 14.81% señalan que están totalmente de acuerdo; y el 7.41% indican no estar de acuerdo. Finalmente, el 14.81% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Dimensión: Calidad

Tabla 13 *Resultados numéricos y porcentuales de la Dimensión Calidad en Competitividad*

Preguntas	TD		ED		NDNA		DA		TA		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Considera que las certificaciones nacionales o internacionales elevan el nivel de competitividad de la empresa. Usted está…	1	3.7	1	3.7	2	7.4	11	40.7	12	44.4	27	100
Cree usted que el nivel de satisfacción del cliente es importante para elevar el nivel de	1	3.7	-	-	-	-	13	48.1	13	48.1	27	100

competitividad de la empresa. Usted está…												
Considera que los índices de quejas y reclamos son importantes para medir la competitividad de una empresa. Usted está…	-	-	2	7.4	2	7.4	15	55.6	8	29.6	27	100
Considera que el servicio post venta lo diferencia frente a sus competidores. Usted está…	-	-	1	3.7	2	7.4	18	66.7	6	22.2	27	100
Considera que la calidad del producto no influye en su competitividad. Usted está…	4	14.8	14	51.9	2	7.4	5	18.5	2	7.4	27	100
Total	6		18		8		62		41		135	
%		4.4		13.3		5.9		45.9		30.4		100

Nota: Resultado de las preguntas de la dimensión Calidad
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa en la tabla 13 que el 30.4% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con la calidad en la empresa como componente de la competitividad. El 45.9% manifiesta estar de acuerdo; mientras solo el 13.3% está en desacuerdo y el 4.4% está en total desacuerdo.

Se puede deducir que el 76.3% de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con la calidad como componente de la competitividad, mientras que tan solo sólo el 17.7% está en desacuerdo o en total descuerdo.

Este resultado nos permite sostener la solidez que presenta la dimensión de calidad dentro de la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde china.

A continuación, se presenta los resultados de las preguntas correspondientes a la dimensión Calidad.

- Pregunta 16: Considera que las certificaciones nacionales o internacionales elevan el nivel de competitividad de la empresa. Usted está…

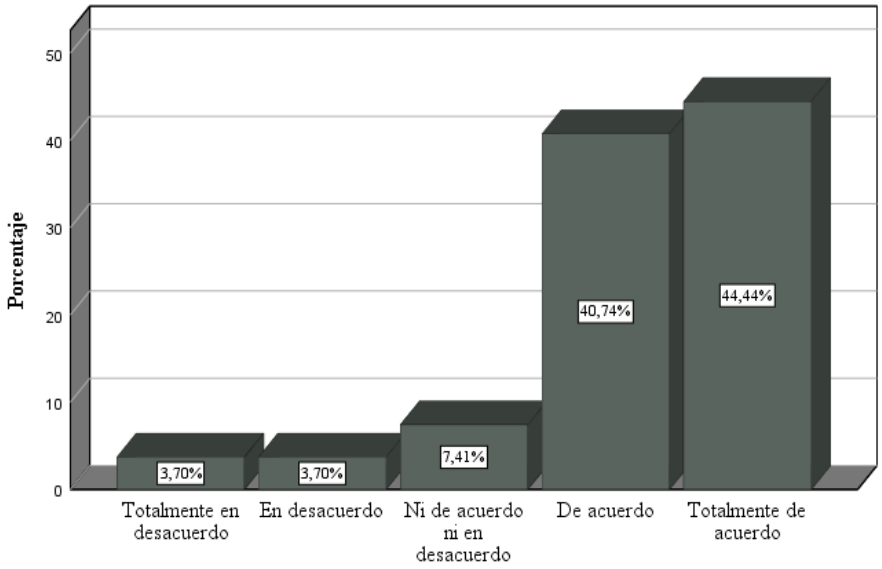

Figura 16 Pregunta 16
Considera que las certificaciones nacionales o internacionales elevan el nivel de competitividad de la empresa. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que con un porcentaje significativo (44.44%), la mayoría de encuestados están totalmente de acuerdo con que las certificaciones nacionales o internacionales elevan el nivel de competitividad de la empresa. En esa misma línea, el 40.74% señalan que están de acuerdo; y el 7.41% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

- Pregunta 17: Cree usted que el nivel de satisfacción del cliente es importante para elevar el nivel de competitividad de la empresa. Usted está…

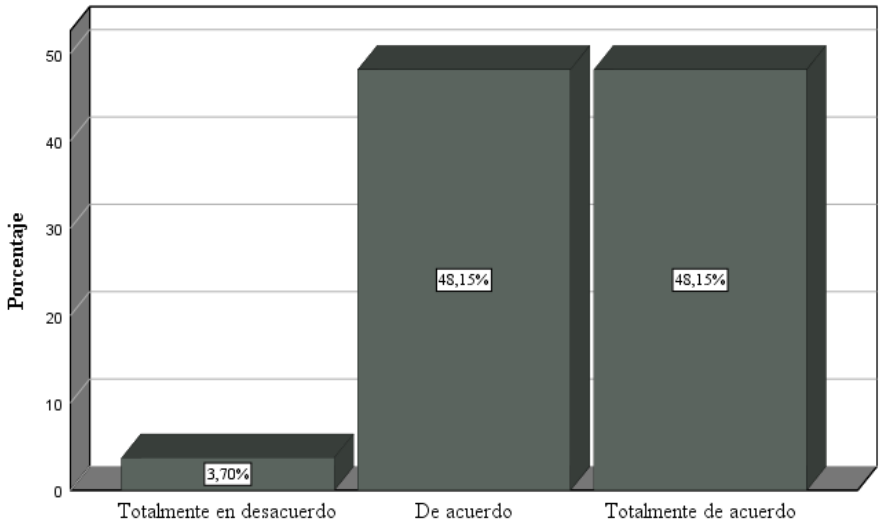

Figura 17 Pregunta 17
Cree usted que el nivel de satisfacción del cliente es importante para elevar el nivel de competitividad de la empresa. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que, con un porcentaje significativo, la mayoría de encuestados están totalmente de acuerdo y de acuerdo (48.15% respectivamente) con que el nivel de satisfacción del cliente es importante para elevar el nivel de competitividad de la empresa. Por otro lado, sólo el 3.70% indica estar en total desacuerdo.

- Pregunta 18: Considera que los índices de quejas y reclamos son importantes para medir la competitividad de una empresa. Usted está…

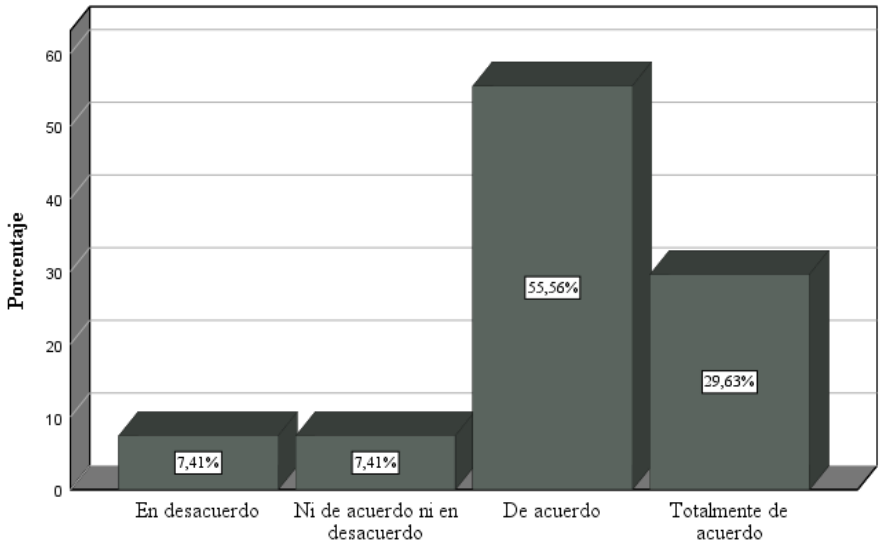

Figura 18 Pregunta 18
Considera que los índices de quejas y reclamos son importantes para medir la competitividad de una empresa. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que, del total de encuestados, el 55.56% indican estar de acuerdo con que los índices de quejas y reclamos son importantes para medir la competitividad de una empresa. El 29.63% están de acuerdo. El 7.41% están en total desacuerdo y en la misma proporción se muestran indiferentes.

- Pregunta 19: Considera que el servicio post venta lo diferencia frente a sus competidores. Usted está…

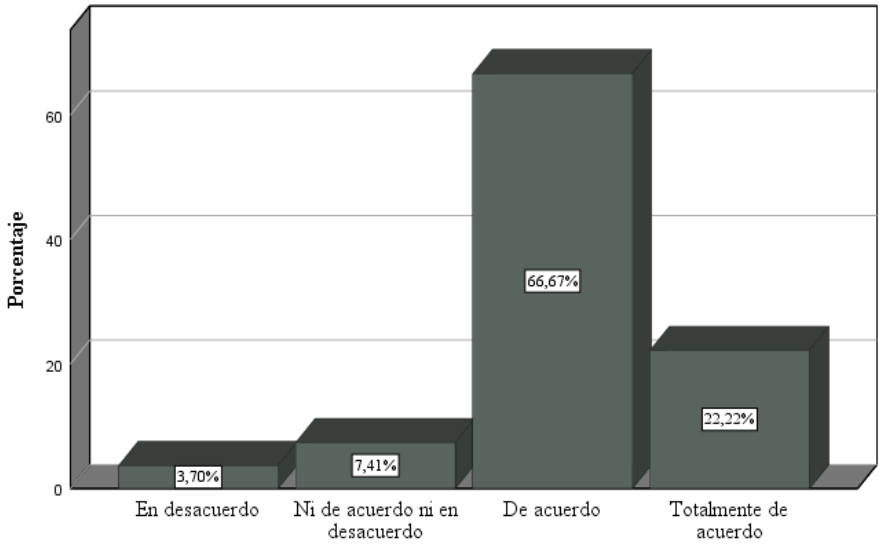

Figura 19 Pregunta 19
Considera que el servicio post venta lo diferencia frente a sus competidores. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que, del total de los encuestados, de manera significativa (66.67%) la mayoría indican estar de acuerdo con que el servicio post venta la diferencia de sus competidores. El 22.22% están totalmente de acuerdo y el 7.41% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

- Pregunta 20: Considera que la calidad del producto no influye en su competitividad. Usted está…

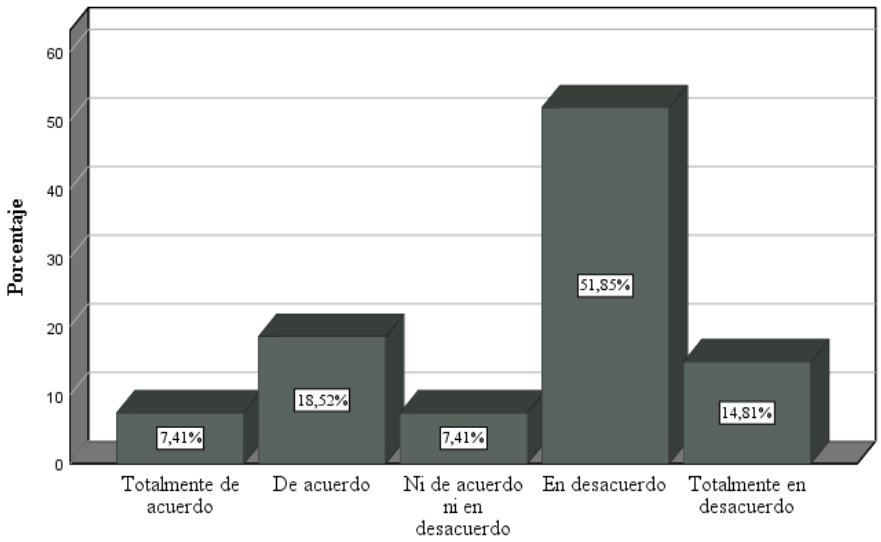

Figura 20 Pregunta 20
Considera que la calidad del producto no influye en su competitividad. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que el 51.85% de los encuestados indican estar en desacuerdo con que la calidad del producto no influye en su competitividad. El 14.81% están totalmente en desacuerdo. Por otro lado, el 18.52% indica estar de acuerdo y el 7.41% totalmente de acuerdo. Finalmente, el 7.41% se muestra indiferente.

Dimensión: Competencia

Tabla 14 *Resultados numéricos y porcentuales de la Dimensión Competencia en Competitividad*

Preguntas	TD		ED		NDNA		DA		TA		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Considera que la participación de su empresa en el mercado es satisfactoria. Usted está…	-	-	1	3.7	2	7.4	19	70.4	5	18.5	27	100
Considera que la empresa se encuentra posicionada en el mercado. Usted está…	-	-	1	3.7	3	11.1	14	51.9	9	33.3	27	100
Considera que la empresa tiene la capacidad para mantenerse de manera sostenible en el tiempo. Usted está…	1	3.7	-	-	6	22.2	14	51.9	6	22.2	27	100

Total	1	2	11	47	20	81
%	1.2	2.5	13.6	58.0	24.7	100

Nota: Resultado de las preguntas de la dimensión Competencia
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa en la tabla 14 que el 24.7% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con la competencia que presenta la empresa. Y el 58% manifiesta estar de acuerdo; mientras solo el 2.5% está en desacuerdo con la competencia de la empresa como componente de su competitividad y el 1.2% está en total desacuerdo.

Se puede deducir que el 82.7% de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con la competencia dentro de la competitividad, mientras que tan solo sólo el 3.7% está en desacuerdo o en total descuerdo.

Este resultado nos permite sostener la solidez que presenta la dimensión de competencia dentro de la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde china.

A continuación, se presenta los resultados de las preguntas correspondientes a la dimensión Competencia.

- Pregunta 21: Considera que la participación de su empresa en el mercado es satisfactoria. Usted está…

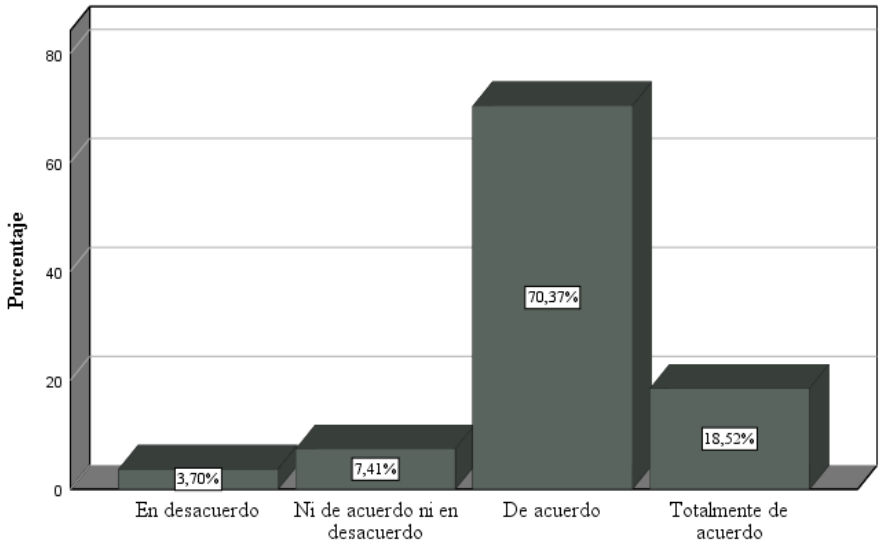

Figura 21 Pregunta 21
Considera que la participación de su empresa en el mercado es satisfactoria. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que con un porcentaje significativo (70.37%) la mayoría de los encuestados indican estar en desacuerdo con la participación de su empresa en el mercado. El 18.52% están totalmente de acuerdo y sólo el 3.70% indica estar en desacuerdo. Finalmente, el 7.41% se muestra indiferente.

- Pregunta 22: Considera que la empresa se encuentra posicionada en el mercado. Usted está…

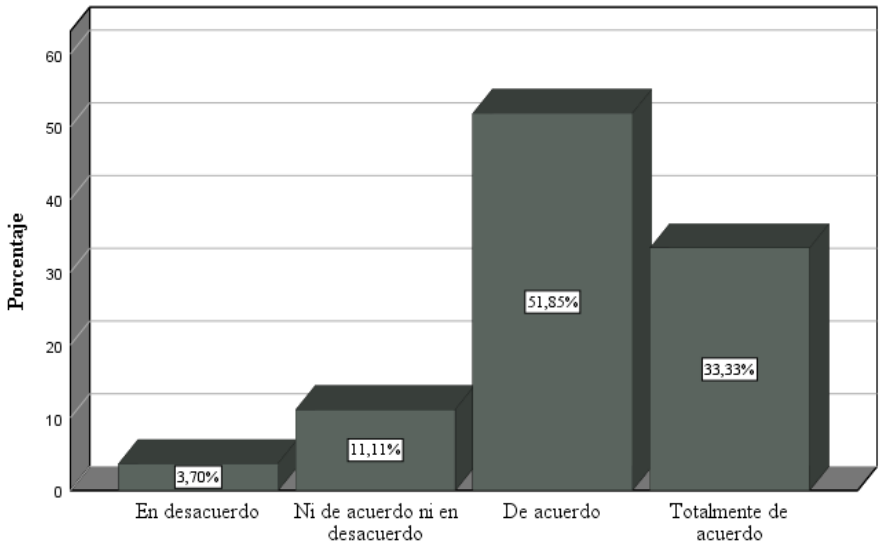

Figura 22 Pregunta 22
Considera que la empresa se encuentra posicionada en el mercado. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que, del total de los encuestados, el 51.85% se muestra de acuerdo con que la empresa se encuentra posicionada en el mercado. El 33.33% indican estar totalmente de acuerdo y sólo el 3.70% indica estar en desacuerdo. Finalmente, el 11.11% se muestra indiferente.

- Pregunta 23: Considera que la empresa tiene la capacidad para mantenerse de manera sostenible en el tiempo. Usted está…

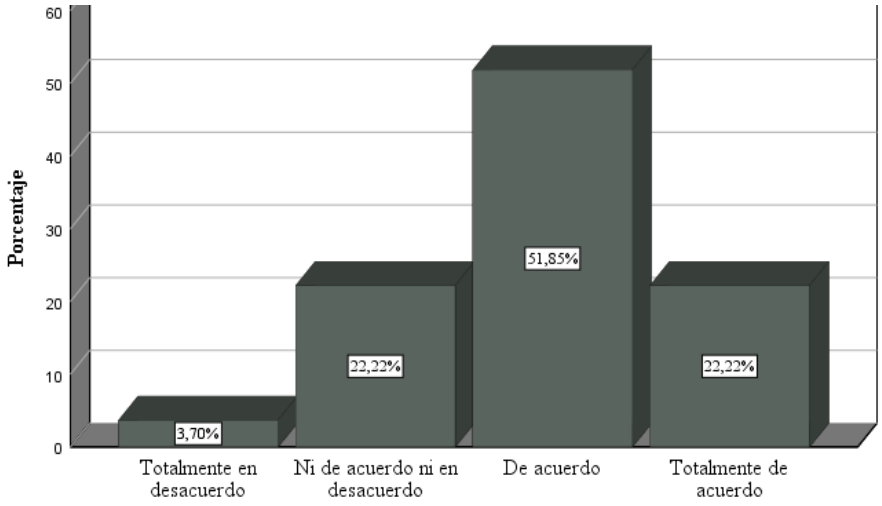

Figura 23 Pregunta 23
Considera que la empresa tiene la capacidad para mantenerse de manera sostenible en el tiempo. Usted está…
Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

Se observa que, del total de los encuestados, el 51.85% se muestra de acuerdo con que la empresa tiene la capacidad para mantenerse de manera sostenible en el tiempo. El 22.22% indican estar totalmente de acuerdo y con la misma proporción, los encuestados se muestran indiferentes. Finalmente, sólo el 3.70% indica estar totalmente en desacuerdo.

4.2. Análisis inferencial o estadístico

De acuerdo con Díaz, García, León, Ruiz y Torres (2014) la contrastación de las Hipótesis se efectúa empleando el análisis no paramétrico de correlación de Spearman al tratarse de variables ordinales.

A través de la técnica estadística Rho de Spearman, se pudo identificar el grado de asociación entre la variables dependiente e independiente y la relación de dependencia que estas poseen entre sí.

De acuerdo con Hernández et al. (2014) los coeficientes de correlación pueden variar de –1.00 y 1.00, donde:

- 1.00 = Correlación negativa perfecta (“A mayor X, menor Y”, de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante). Esto también se aplica “a menor X, mayor Y”.

- 0.90 = Correlación negativa muy fuerte.

- 0.75 = Correlación negativa considerable.

- 0.50 = Correlación negativa media.

- 0.25 = Correlación negativa débil.

- 0.10 = Correlación negativa muy débil.

0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.

0.10 = Correlación positiva muy débil.

0.25 = Correlación positiva débil.

0.50 = Correlación positiva media.

0.75 = Correlación positiva considerable.

0.90 = Correlación positiva muy fuerte.

1.00 = Correlación positiva perfecta (“A mayor X, mayor Y”, o “a menor X, menor Y”, de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante, igual cuando X disminuye).

En cuanto a la relación de la dependencia de variables, Díaz et al. (2014) comentan que considerando un nivel de significancia de 0.05, si el p-valor es menor a 0.05, la hipótesis nula se rechaza y en caso contrario, si la significancia es mayor a 0.05, se acepta.

Cabe resaltar, que de acuerdo con Hernández et al. (2014), para probar hipótesis inferenciales respecto a la media, el investigador debe evaluar si es alta o baja la probabilidad de que la media de la muestra esté cerca de la media

de la distribución muestral. Un nivel de significancia de 0.05, implica que el investigador tiene 95% de seguridad para generalizar sin equivocarse y sólo 5% en contra. Este nivel es el más común en ciencias sociales.

A continuación, presentaremos los resultados de las pruebas estadísticas a las que fueron sometidas las Hipótesis planteadas.

4.3.1 Prueba de Hipótesis General

H_0: La cadena logística no influye directamente en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, durante los años 2015 – 2019

H_1: La cadena logística influye directamente en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, durante los años 2015 – 2019

Tabla 10 *Comprobación de la correlación de las variables*

			Cadena Logística	Competitividad
Rho de Spearman	Cadena Logística	Coeficiente de correlación	1,000	,549**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	27	27
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,549**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	27	27

Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

En la tabla Nro. 31, se puede afirmar que el coeficiente de correlación de Rho Spearman, referente a la cadena logística y la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado de China, durante los años 2015 - 2019, posee un valor de 0,549, lo cual quiere decir que la asociación de estas dos variables es

positiva media. Por su parte, al tener un nivel de significancia de 0,003 y siendo esta menor a 0.05, se puede rechazar la hipótesis nula (Ho); es decir, la cadena logística influye directamente en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, durante los años 2015 – 2019.

4.3.2 Prueba de Hipótesis Específicas

- Hipótesis específica 1

$H_{0:}$ La planificación de compras no contribuye en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.

H_1: La planificación de compras contribuye en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.

Tabla 11 *Comprobación de la relación entre la variable competitividad y la planificación de compras.*

			Compras	Competitividad
Rho de Spearman	Compras	Coeficiente de correlación	1,000	,196
		Sig. (bilateral)	.	,328
		N	27	27
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,196	1,000
		Sig. (bilateral)	,328	.
		N	27	27

Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

En la tabla Nro. 32, se puede afirmar que el coeficiente de correlación de Rho Spearman, referente a la dimensión compras y la competitividad de las empresas

importadoras de vidrio flotado, posee un valor de 0,196, lo cual refiere que la correlación entre las dos variables es positiva muy débil. En esa misma línea, al tener un nivel de significancia de 0,328 y siendo esta superior a 0.05, se acepta la hipótesis nula (Ho); es decir, la planificación de compras no contribuye en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado de China, durante los años 2015 – 2019.

- Hipótesis específica 2

  $H_{0:}$ El transporte no afecta la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, durante los años 2015 - 2019.

  H_1: El transporte afecta la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, durante los años 2015 - 2019.

Tabla 12 *Comprobación de la relación entre la variable competitividad y el transporte*

			Transporte	Competitividad
Rho de Spearman	Transporte	Coeficiente de correlación	1,000	,505**
		Sig. (bilateral)	.	,007
		N	27	27
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,505**	1,000
		Sig. (bilateral)	,007	.
		N	27	27

Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

En la tabla Nro. 33, se puede afirmar que el coeficiente de correlación de Rho Spearman, referente a la dimensión Transporte y la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, posee un valor de 0,505, lo cual refiere que la correlación entre las dos variables es positiva media. Asimismo, al tener un nivel de significancia de 0,007 y siendo esta menor a 0.05, se puede rechazar la hipótesis nula (Ho); es decir, el transporte afecta la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado de China, durante los años 2015 – 2019.

- Hipótesis específica 3

  H_0: La gestión de inventarios no aporta positivamente a la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado

  H_1: La gestión de inventarios aporta positivamente a la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado

Tabla 13 *Comprobación de la relación entre la variable competitividad y la gestión de inventarios*

			Gestión de Inventarios	Competitividad
Rho de Spearman	Gestión de Inventarios	Coeficiente de correlación	1,000	,578**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	27	27
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,578**	1,000

	Sig. (bilateral)	,002	.
	N	27	27

Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación:

En la tabla Nro. 34, se puede aseverar que el coeficiente de correlación de Rho Spearman, referente a la dimensión Gestión de inventarios y la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, posee un valor de 0,578, lo cual refiere que la correlación entre las dos variables es positiva media, y al tener un nivel de significancia de 0,002 y siendo esta menor a 0.05, se procede a rechazar la hipótesis nula (Ho); es decir, la gestión de inventarios aporta positivamente a la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado de China, durante los años 2015 – 2019.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la presente Tesis se investigó la influencia de la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China durante los años 2015 – 2019. Para ello, se encuestó a los colaboradores de las áreas de comercio exterior, importaciones, logística, operaciones y administración de las principales empresas importadoras a nivel nacional. Asimismo, se consideró como dimensiones de ambas variables, las más empleadas en el sector, a fin de identificar aquellas actividades de la cadena logística que más contribuyen en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, dado que las actividades logísticas varían en cualquier organización, según las teorías y definiciones de los autores estudiados.

De acuerdo con los resultados, se puede concluir que la cadena logística de una empresa influye directamente en su competitividad, existiendo así una correlación positiva media, donde a medida que mejora la cadena logística, se eleva los niveles de competitividad de la empresa, dando razón así a las distintas teorías que señalan que la logística es una de las principales herramientas para mejorar los niveles de competitividad de una organización; tal como lo señala el Centro Español de Logística (CEL), que “la logística es percibida como una herramienta de obtención de competitividad, que realiza actividades de valor agregado o valor añadido que redundan en el incremento de la rentabilidad de las empresas”. Este hallazgo, coincide también con los encontrados por Carriel y Delgado (2017), en su trabajo de investigación titulado “La Competitividad en los operadores logísticos y su incidencia en la productividad del comercio exterior ecuatoriano. Caso: Torres & Torres”, quienes concluyeron que los gastos logísticos de las empresas importadoras y exportadoras en logística son

recurrentes, por lo que debían lograr que los costos generados sean los más bajos posibles y obtener así las mayores ventajas que puedan para mantener precios competitivos en sus respectivos sectores.

Sin embargo, al analizar de qué manera contribuye la planificación de compras en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, se demostró la débil correlación que existe entre esta actividad logística y la competitividad, aceptando así la hipótesis nula, la cual señala que la planificación de compras no contribuye en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado. Esto indica que la planificación de compras no influye o incide directamente en la competitividad de las empresas de este sector. Esto se debería a que cada importador desarrolla y ejecuta de forma diferente la planificación de compras como también la selección del proveedor y, sobre todo, el poder de negociación que tiene el comprador frente a este no es significativo, tomando en cuenta que todos los encuestados se refirieron al mismo país de origen del producto (China), y que, según lo indicado en las respuestas de las preguntas abiertas, los precios de compra suelen ser los mismos. Este resultado, no coincide con lo señalado por Ygnacio (2018), quién a través de su investigación, señaló que una mejor planificación de las compras permitiría a la empresa reducir sus gastos y ser más competitiva. Por otro lado, cabe resaltar que Ballou (2004), clasifica las compras como una actividad de apoyo y no como una actividad clave dentro de la cadena logística. Sin embargo, de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, los importadores consideran importante solicitar muestras a su proveedor, para comprobar la calidad del producto; lo que nos indica que la mayoría de ellos prioriza la calidad frente al precio; lo cual concuerda con dos de los cuatro objetivos que tiene la logística según Arellano

e Hinostroza (2017); la calidad, entendiéndose como la necesidad de que el comprador o cliente conozca las características y descripciones tanto de los productos que adquiere, como de las materias primas que lo conforman; y el precio, el cual deberá ser el más conveniente y que no necesariamente tiene que ser el más bajo. También consideran esencial planificar las compras según las proyecciones de ventas, lo cual concuerda con la definición de Prida y Gutiérrez (1996) quienes señalan que la logística "es el conjunto de actividades interrelacionadas que a partir de los materiales entregados por el proveedor crean una utilidad en forma, tiempo y lugar para el comprador". Así mismo, creen necesario pedir registros fotográficos o fílmicos a su proveedor para comprobar el correcto estado del producto con el que es embarcado en el punto de origen.

Por otro lado, el transporte sí afectaría los niveles de competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, y de acuerdo con los resultados, la correlación existente entre ambas variables es positiva media. Es decir, el transporte influye en su competitividad; resultado semejante al obtenido en la tesis desarrollada por Gallardo (2015) "Diseño de una solución sistémica para la gestión logística de una empresa salmonera" desarrollada en la empresa Multiexport Foods, en la que señalan que el transporte es una de las áreas responsables de los constantes incumplimientos de los pedidos, quiebres de stock, duplicidad de tareas administrativas y eventualmente reprocesos en las cargas, sobrecostos y tiempos muertos. Esta actividad logística es la responsable de la selección del modo y servicio de transporte, así como de la consolidación del flete, y la distribución en el mercado nacional; actividades que forman gran parte de los costos finales del producto. De igual manera, según lo señalado por la mayoría de los encuestados, el impacto del flete en el costo final

del vidrio es grande, y repercute en el margen de maniobra de los precios del mercado. Por ello, una adecuada selección del transporte redundará en los costos y, por tanto, en los resultados de rentabilidad. Asimismo, al ser un producto de importación y de naturaleza frágil, la carga está en riesgo de sufrir daños y pérdidas durante su trayecto desde el punto de origen hasta el punto de destino, y a mayor número de puertos por los que pasa el buque, aumentan estos riesgos debido al incremento del manipuleo. Por ello, cualquier eventualidad se vería reflejado en un sobrecosto, repercutiendo así en la pérdida de competitividad para la empresa tanto en ventas como en su inventario. Por otro lado, gran parte de los encuestados señala que también existen factores externos que cambian sus tiempos de importación, y que perjudican el cumplimiento de entregas con sus clientes, estos estarían relacionados con las sobrestadías en otros puertos, y los trámites de desaduanaje.

Respecto al aporte de la gestión de inventarios a la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, éste es de suma importancia, lo cual coincide con las conclusiones de Urday y Cebreros, quienes señalan que la gestión logística influye en la competitividad de las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra, 2016 (Urday y Cebrero, 2017), así como el abastecimiento óptimo, los costos de los procesos y la información integrada de las organizaciones. También, coincide con lo señalado por Ygnacio (2018), en su tesis “Estrategias logísticas para lograr la competitividad del operador logístico TYMSAC, Lambayeque 2017-2022”, quien identificó que uno de los factores críticos de la gestión logística de la empresa TYMSAC se situaba en los inventarios, ya que estos no cumplían con las expectativas debido a la falta de planificación, lo cual

generaba un descontrol en los niveles de abastecimiento y problemas en la rotación de ciertas existencias que resultaban en pérdidas económicas por los sobre stocks. Una correcta gestión de inventarios va a permitir a la empresa disponer de los materiales o bienes que necesita para satisfacer la demanda en el momento preciso, evitando así perder la oportunidad de venta, realizando una correcta estimación de las ventas a corto, mediano y largo plazo. Así también, las políticas y localización de los puntos de almacenamiento van a permitir aplicar las correctas estrategias de sistemas push y sistemas pull, evitando los sobre stocks o desabastecimientos.

CAPÍTULO VI: CONLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo presentaremos las conclusiones, recomendaciones y limitaciones de la investigación realizada.

5.1 Conclusiones

1. Teniendo como objetivo general determinar la influencia de la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China, durante los años 2015 – 2019, se concluye que la gestión de la cadena logística de una empresa influye directamente en su nivel de competitividad. En esa misma línea, y de acuerdo con el nivel de significancia, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis general, la cual señala que la cadena logística influye directamente en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, durante los años 2015 – 2019.
2. Teniendo como primer objetivo específico analizar de qué manera contribuye la planificación de compras en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, se concluye que la planificación de compras no contribuye a la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, es decir, se acepta la hipótesis nula según los resultados de correlación de rho Spearman y el nivel de significancia.
3. Teniendo como segundo objetivo específico evaluar la afectación del transporte en la competitividad de las empresas importadoras, y de acuerdo con los resultados, se valida la segunda hipótesis específica, y se concluye que el transporte afecta la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, por lo que podemos concluir que a medida

que mejora la gestión del transporte, mejora la competitividad de las empresas.

4. Teniendo como tercer objetivo específico analizar el aporte de la gestión de inventarios en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, se concluye que ésta aporta positivamente a la competitividad de las empresas, por lo que se acepta la tercera hipótesis específica, la cual señala que la gestión de inventarios aporta positivamente a la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.

5.2 Recomendaciones

Los hallazgos del presente estudio sirven de referencia para que la empresa tome decisiones que la lleve a mejorar su cadena logística y logre así incrementar su competitividad. A partir de los resultados obtenidos, la empresa podrá establecer una estrategia que le permita lograr sus objetivos de crecimiento y desarrollo, a través de la generación de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, que le permita diferenciarse en un mercado altamente competitivo. Si la empresa enfoca sus esfuerzos en la creación de valor mediante su cadena logística, podrá lograr ventajas competitivas eficientes, teniendo como meta alcanzar la satisfacción del cliente al más bajo costo, sin sacrificar la calidad y el servicio.

Muchas veces, la falta de un plan estratégico en las organizaciones genera deficiencias en las operaciones logísticas, falta de coordinación e información; lo que resulta creando costos innecesarios y, por lo tanto, pérdida de la rentabilidad para la empresa. Sin embargo, estableciendo una estrategia logística, se lograrán elevar los márgenes de ganancia, rentabilidad y competitividad.

Es por ello que, dentro de las capacidades que debería desarrollar una empresa están las estrategias logísticas. En ese sentido, se recomienda lo siguiente:

1. La gestión de la cadena logística influye directamente en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado. En esa misma línea, se recomienda optimizar la gestión de la cadena logística como una herramienta para que las empresas sean exitosas y logren ser competitivas en el mercado. Las empresas importadoras de vidrio pueden identificar una oportunidad de mejora en su gestión logística, que puede ser aplicada para elevar sus niveles de competitividad, mejorar su desempeño y mantenerse y destacar en el mercado de construcción que se encuentra en constante crecimiento.
2. Si bien se concluye que la planificación de compras no contribuye directamente a la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, se recomienda que no dejen de atender esta área, pues siendo parte de una cadena y una actividad de apoyo, no deja de ser importante para el correcto desempeño logístico de una empresa. La elección del proveedor, la calidad del producto, el correcto envase y embalaje, y la estimación de las ventas, contribuirán a una buena planificación de las compras. Asimismo, se recomienda a los futuros investigadores, corroborar la no correlación hallada entre estas dos variables.
3. Al concluir que el transporte afecta la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, se recomienda reforzar las decisiones y las gestiones relacionadas con esta actividad logística, lo que permitirá que las empresas puedan disponer del producto en el momento preciso,

evitando costos innecesarios y mejorando los resultados de rentabilidad. Contar con el producto a tiempo, al menor costo, y con el menor riesgo de daños, contribuirá a obtener mejores resultados económicos. De la misma manera, tener una adecuada cadena de distribución, les permitirá abarcar mayor parte del mercado.

4. Al concluir que el aporte de la gestión de inventarios en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado es positiva, se recomienda desarrollar estrategias logísticas dirigidas a esta área, como elaborar una proyección de las ventas para poder contar con el stock necesario para atender la demanda, establecer políticas y localización de los puntos de almacenamiento para emplear correctamente los sistemas push y sistemas pull, para evitar los sobre stocks o por el contrario los desabastecimientos.

Finalmente, para futuras investigaciones se recomienda incluir el servicio al cliente como una dimensión de la variable cadena logística, dado que, en los resultados de las encuestas, los ítems relacionados a esta área han indicado ser significativamente importantes para la competitividad de la empresa, siendo estos los niveles de satisfacción al cliente, el servicio post venta y la calidad del producto.

5.3 Limitaciones de la investigación

Las limitaciones que tuvo la presente investigación se presentaron en la recolección de datos, debido a la poca accesibilidad que tuvimos para contactar a las empresas seleccionadas como parte de la muestra, dada la situación del estado de emergencia, y la paralización de las operaciones de este sector, como de muchos otros que se vieron afectados por la cuarentena. Asimismo, la poca

utilización de herramientas digitales por parte de las empresas y los colaboradores pertenecientes a esta industria, quienes en su mayoría no cuentan con una página web, o un perfil empresarial en redes, lo que dificultó el contacto con las personas de las áreas a las que dirigimos el instrumento de recolección de información.

IN VERITATIS LUMINE AD AMORIS VITAM
SC UNIFE

REFERENCIAS (APA)

Aliaga, G. y Ramírez, P. (2019). *Evaluación del incremento de las exportaciones de café peruano a Alemania debido a la certificación orgánica (2007 – 2017)*. (Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626015/Aliaga_rg.pdf?s= [Consulta: 01 de febrero de 2020]

Arbones, E. (2010). *Logística Empresarial*. p.p. 11-15. Barcelona, España: ALFAOMEGA, 1ra Edición, 2000. (6)

Arellano, H. & Hinostroza, F. (2017). *Incidencia de la gestión logística integral en la competitividad de las pymes caso: sector agregados y materiales de construcción en Tarma - periodo 2014.* (Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Tarma, Perú). Recuperado de http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4757/Arellano%20Huaman%20-%20Hinostroza%20Terrel.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 01 de febrero de 2020]

Ballou, R. (1999). *Business Logistics Management: Planning, Organizing and Controlling the Supply Chain*. New Jersey: Prentice Hall.

Ballou, R. (2004). *Logística Administración de la cadena de suministro.* Recuperado de https://www.academia.edu/36823832/LOG%C3%8DSTICA_ADMINISTRACI%C3%93N_DE_LA_CADENA_DE_SUMINISTRO_5_Edici%C3%B3n_Richard_H_Ballou [Consulta: 01 de febrero de 2020]

Bautista, J., Companys, R. (2000), Logística y Dirección de Operaciones: Una visión sobre su evolución convergente, *Tecnipublicaciones, 347*, 60-70.

Benjamín, E., Franklin, F. (2004) Organización de Empresas. México D.F., México: McGraw Hill.

Calderón, J. H. (26 de octubre de 2011). Logística de transporte [Entrada en blog]. Recuperado de https://logistweb.wordpress.com/tag/definicion-transporte/ [Consulta: 01 de febrero de 2020]

Cámara Peruana de la Construcción (2016). El precio del vidrio en el Perú es el más bajo en la región. *Revista Construcción e Industria.* Recuperado de https://issuu.com/capeco.org/docs/revista_capeco_octubre [Consulta: 25 de enero de 2020]

Carriel, J. y Delgado, M. (2017). *La competitividad de los operadores logísticos y su incidencia en la productividad del comercio exterior ecuatoriano. Caso: Torres & Torres*. (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Colombia). Recuperado de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16863/1/TESIS%20FINAL%20CARRIEL%20DELGADO%20%286%20FEB%202017%29.pdf [Consulta: 01 de febrero de 2020]

De la vega, M. (01 de enero de 2020). Economía peruana logra 21 años de crecimiento continuo al cierre del 2019. *Andina*. Recuperado de https://andina.pe/agencia/noticia-economia-peruana-logra-21-anos-crecimiento-continuo-al-cierre-del-2019-780027.aspx [Consulta: 24 de enero de 2020].

Díaz, I., García, C., León, M., Ruiz, F. & Torres, F. (2014). Guía de asociación entre variables (Pearson y Spearman en SPPSS). Recuperado de https://www.ucursos.cl/facso/2014/2/SO01007/1/material_docente/bajar?id_material=994690 [Consulta: 01 de julio de 2020]

El mercado del vidrio para la construcción. (16 de noviembre de 2018). *Perú Construye*. Recuperado de https://peruconstruye.net/2018/11/16/el-mercado-del-vidrio-para-la-construccion/ [Consulta: 28 de enero de 2020].

El 78% de vidrio para la construcción proviene de China. (28 de setiembre de 2016). *La República.* Recuperado de https://larepublica.pe/economia/807187-el-78-de-vidrio-para-la-construccion-proviene-de-china/ [Consulta: 31 de enero 2020].

Estiman que el sector construcción se expandirá 6% en 2020. (25 de agosto de 2019). *Andina.* Recuperado de https://andina.pe/agencia/noticia-estiman-que-sector-construccion-se-expandira-6-2020-764621.aspx [Consulta: 31 de enero de 2020].

Estupiñán, M. P. (2015). *Exploración para el desarrollo de competencias institucionales en negocios internacionales para impulsar la competitividad del sector industrial en el Departamento del Meta - Caso Universidad de los Llanos.* (Tesis de grado, Universidad Nacional de Colombia, Villavicencio, Colombia). Recuperado de http://www.bdigital.unal.edu.co/51223/1/1121822030.2015.pdf [Consulta: 31 de enero de 2020].

Gallardo, P. (2015). *Diseño de una solución sistémica para la gestión logística de una empresa salmonera*. (Tesis de pregrado, Universidad Austral de Chile, Puerto Montt, Chile). Recuperado de http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2015/bp3.mfcig163d/doc/bpmfcig163d.pdf [Consulta: 31 de enero de 2020].

Gutiérrez, G., Prida, B. (1998) Logística y distribución física. McGraw Hill

Halten, J. (1987). Estrategias de Negocios. New York.

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. 6ª. ed. México: McGraw-Hill.

Inocente, D. y Lara, F. (2019). *Análisis de la cadena de valor de las empresas exportadoras de quinua orgánica de Puno a fin de aumentar su competitividad al mercado alemán del 2012 al 2017.* (Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625714/InocenteV_D.pdf?seq= [Consulta: 31 de enero de 2020].

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2019). Informe Técnico No 04 – noviembre 2019. Comportamiento de la Economía Peruana en el Tercer Trimestre de 2019. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/pbit_2019_iiit.PDF [Consulta: 28 de enero de 2020]

Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Revista Omnia*, 13(2),158-184. Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208 [Consulta 31 de enero de 2020].

Lambert, D., Stock, J. y Ellram, L., (1998). *Fundamentals of Logistics Management*. Ediciones Irwin McGraw Hill.

Mallar, M. A. (2010). La gestión por procesos: Un enfoque de gestión eficiente. *Revista Científica "Visión de Futuro", 13*(1). Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3579/357935475004 [Consulta: 29 de enero de 2020].

México Competitivo. (10 de febrero de 2017). Índice de Competitividad Mundial del Instituto para el Desarrollo Gerencial (IMD). *Gobierno de México.*

Recuperado de https://www.gob.mx/se%7Cmexicocompetitivo/acciones-y-programas/indice-de-competitividad-mundial-instituto-para-el-desarrollo-gerencial-imd [Consulta: 01 de febrero 2020]

Nunnally, J. C. (1994). *Psychometric theory 3E*. Tata McGraw-Hill Education

Ospina, J. J. (26 de agosto de 2015). 12 conceptos básicos de logística que no se deben olvidar. [Entrada en blog]. Recuperado de https://medium.com/@jjospina/12-conceptos-b%C3%A1sicos-de-log%C3%ADstica-que-no-se-deben-olvidar-f13d525e27f2 [Consulta: 01 de febrero 2020]

Pat, V.G., Caamal, I., y Ávila, J.A. (2009). Análisis de los niveles y enfoques de la competitividad. *Revista Textual (Chapingo), (53), 63-76.* Recuperado de https://docplayer.es/27299975-Analisis-de-los-niveles-y-enfoques-de-la-competitividad-1.html [Consulta: 01 de febrero 2020]

Pinheiro, O., Breval, S., Rodríguez, C.L. & Follmann, N. (2017) Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *Revista Ingeniare*. *Revista chilena de ingeniería*, *25* (2), 264-276. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v25n2/0718-3305-ingeniare-25-02-00264.pdf [Consulta: 03 de marzo de 2020]

Prida, B., Gutiérrez, G. (1996): Logística de aprovisionamientos. McGraw Hill

Psicoactiva. (s. f.). Principio de Pareto, la regla del 80/20. Recuperado de https://www.psicoactiva.com/blog/principio-pareto-la-regla-del-8020/ [Consulta: 31 de enero de 2019].

Sector construcción crecería 4.1% en 2019 y 6.5% en 2020, según la CCL. (21 de octubre de 2019). *Gestión.* Recuperado de https://gestion.pe/economia/construccion-sector-construccion-creceria-

41-en-2019-y-65-en-2020-segun-la-ccl-noticia/ [Consulta: 16 de enero 2020].

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (SUNAT). (2020). Resumen partida/país. Recuperado de http://www.sunat.gob.pe/ [Consulta: 22 de enero de 2020].

Trademap. (sin fecha). Consulta de partida arancelaria vidrios. Recuperado de https://www.trademap.org/ [Consulta: 22 de enero de 2020].

Urday, C. y Cebreros, P. (2017). *La gestión logística y su influencia en la competitividad en las Pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra.* (Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú). Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2683/1/2017_Urday_La-gestion-logistica-y-su-influencia-en-la-competitividad.pdf [Consulta: 31 de enero de 2020]

Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, *33* (1),155-165. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf [Consulta: 13 de junio de 2020].

Vidales, L. (2003). *Glosario de términos financieros*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=Z_Eyqx6XPqYC&pg=PA122&lpg=PA122&dq=Competencia:+t%C3%A9rmino+empleado+para+indicar+rivalidad+entre+un+agente+econ%C3%B3mico+(productor,+comerciante+o+comprador)+contra+los+dem%C3%A1s,+donde+cada+uno+busca+asegurar+las+condiciones+m%C3%A1s+ventajosas+para+s%C3%AD&s

ource=bl&ots=o3A6tJK4E4&sig=ACfU3U1MMhg9ifI_U1IVrYmk_f2NVe6S6A&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjXz8Hen7LsAhVOnlkKHVlGCGQQ6AEwA3oECAkQAg#v=onepage&q&f=false [Consulta: 29 de enero de 2020].

Ygnacio, M. (2018). *Estrategias logísticas para lograr la competitividad del operador logístico TYMSAC, Lambayeque 2017-2022*. (Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, Lambayeque, Perú) Recuperado de http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/6108 [Consulta: 31 de enero de 2020]

APÉNDICE A

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema General ¿Cómo influye la cadena logística en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China durante los años 2015 - 2019? Problemas específicos ¿De qué manera contribuye planificación de compras en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado? ¿Cómo afecta el transporte en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado?	Objetivo General Determinar cómo la cadena logística influye en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, durante los años 2015 – 2019 Objetivos específicos Analizar de qué manera contribuye la planificación de compras en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado. Evaluar la afectación del transporte en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.	Hipótesis General La cadena logística influye directamente en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado, durante los años 2015 – 2019 Hipótesis específicas La planificación de compras contribuye en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado. El transporte afecta la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.	Independiente (X): Cadena logística X1: Compras X2: Transporte X3: Gestión de Inventarios Dependiente (Y): Competitividad Y1: Precio Y2: Calidad Y3: Competencia	1. Tipo y diseño de la Investigación El tipo de Investigación es no experimental, cuantitativa. La técnica a emplear es de muestreo no probabilístico El nivel de investigación es transversal correlacional. 2. Unidad de análisis Colaboradores de las áreas de comercio exterior, importaciones, logística, operaciones y administración. 3. Población Todas las empresas ubicadas en Perú, importadoras de vidrio flotado incoloro de la Sub Partida Nacional 7005.21.11.00, desde China, durante los años 2015 – 2019, las cuales suman

				un total de 31 empresas. 4. Muestra Las seis principales empresas importadoras de vidrio flotado incoloro de la Sub Partida Nacional 7005.21.11.00, que concentran el 80% del total de las importaciones desde China (2015-2019) 5. Técnicas de recolección de datos La técnica a emplear será un cuestionario de preguntas cerradas y abiertas que medirán actitudes del individuo hacia un determinado tema en una escala de 5 puntos de Likert.
¿Cómo aporta la gestión de inventarios en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado?	Analizar el aporte de la gestión de inventarios en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado.	La gestión de inventarios aporta positivamente a la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado		

APÉNDICE B

INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS IMPORTADORAS DE VIDRIO FLOTADO DESDE CHINA

Estimado(a): La información que proporcione a través del siguiente cuestionario, será utilizada de manera confidencial y con fines estrictamente científico-académicos, los cuales serán procesados y presentados de forma general en una tesis. Agradecemos de ante mano su tiempo y atención en el llenado de la presente encuesta.

INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA:

Nombre: _____

Cargo que ocupa: _____

Empresa: _____

CUESTIONARIO: Lea cuidadosamente todo el documento y elija la opción que se ajuste más a su respuesta.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	De desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Cadena Logística: Compras					
1. Considera que planificación de pedidos se debe trabajar juntamente con el área de ventas. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
2. Para poder empezar a trabajar con un nuevo proveedor, siempre solicita que envíen sus muestras de sus productos para ver la calidad. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
3. Aunque la calidad del vidrio sea	( )	( )	( )	( )	( )

regular, de todas maneras, se sigue trabajando con el proveedor porque le ofrece precios bajos. Usted está…					
4. Considera que se debe solicitar un registro fotográfico y fílmico del carguío de los vidrios. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
Cadena Logística: Transporte					
5. Existen factores externos que cambian drásticamente los tiempos de importación. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
6. Considera que a mayor número de puertos por los que pasa la nave, la carga corre mayor riesgo de sufrir daños durante el transporte internacional. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
7. Cuenta con una adecuada cadena de distribución que le permite abarcar gran parte del mercado. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
Cadena Logística: Gestión de Inventarios					
8. Los niveles de stock de los almacenes le permiten cubrir sus niveles de ventas. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
9. Considera que no es necesario elaborar una proyección de ventas a corto plazo para el manejo de stock. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
10. Los desmedros son causados generalmente por	( )	( )	( )	( )	( )

la mala manipulación en el carguío y transporte marítimo, que hace que se genere sobrecostos. Usted está...					
11. Considera que la óptima distribución de los almacenes permite un mejor almacenamiento. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
Pregunta Abierta					
12. ¿Qué otras actividades logísticas considera críticas o relevantes dentro de su proceso de importación de vidrios?					
Competitividad: Precio					
13. Considera que las utilidades de la empresa se han visto incrementadas en los últimos cinco años. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
14. Considera que la relación Costo/Precio del vidrio le genera buenos rendimientos. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
15. Considera que los precios de su producto esta equiparado con los precios que se ofrecen en el mercado. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
Competitividad: Calidad					
16. Considera que las certificaciones nacionales o internacionales elevan el nivel de competitividad de la empresa. Usted está...	( )	( )	( )	( )	( )
17. Cree usted que el nivel de satisfacción del	( )	( )	( )	( )	( )

cliente es importante para elevar su nivel de competitividad. Usted está…					
18. Considera que los índices de quejas y reclamos son importantes para medir la competitividad de una empresa Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
19. Considera que el servicio post venta lo diferencia frente a sus competidores. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
20. Considera que la calidad del producto no influye en su competitividad. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
Competitividad: Competencia					
21. Considera que la participación de su empresa en el mercado es satisfactoria. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
22. Considera que su empresa se encuentra posicionada en el mercado. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
23. Considera que su empresa tiene la capacidad para mantenerse de manera sostenible en el tiempo. Usted está…	( )	( )	( )	( )	( )
Pregunta Abierta					
24. ¿Qué características considera usted que debe tener una empresa para poder diferenciarse de sus competidores? (sector de vidrios)					

APÉNDICE C

JUICIO DE EXPERTOS

Experto 1

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario de la tesis titulada: "La cadena logística y su influencia en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China, años 2015 – 2019".
El mismo será aplicado en un diseño cuantitativo no probabilístico. La cual será aplicada a la muestra en estudio para la validación del instrumento a utilizar titulado: **Formulario de Validación de Instrumento de Tesis.**

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez Nº: 01

Fecha actual: 06 MARZO 2020

Nombres y Apellidos de Juez: ALDO OBISPO BRAVO MARTINEZ

Institución donde labora: UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL SUR

Años de experiencia profesional o científica: 35 años

Firma y/o Sello

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DICTAMINADO POR EL JUEZ

1) Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

SI (X) NO ( )

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X) NO ( )

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

3) Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (X)

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (X)

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem (cada pregunta) o reactivo del INSTRUMENTO?

SI (X) NO ( )

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

6) ¿Los ítems o reactivos del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI (X) NO ( )

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

FORMULARIO PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE TESIS
INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO)

Nº	Ítems (PREGUNTAS)	Claridad[1]		Congruencia[2]		Contexto[3]		Dominio del Constructo[4]		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Considera que planificación de pedidos se debe trabajar conjuntamente con el área de ventas. Usted está…	X		X		X		X		
2	Para poder empezar a trabajar con un nuevo proveedor, siempre solicito que envíen sus muestras de sus productos para ver la calidad. Usted está…	X		X		X	X	X		Redactar 2ª persona
3	Aunque la calidad del vidrio sea regular, de todas maneras, se sigue trabajando con el proveedor porque me ofrece precios bajos. Usted está…	X		X		X		X		
4	Considera que se debe solicitar un registro fotográfico y fílmico del carguío de los vidrios. Usted está…	X		X		X		X		
	Cadena Logística: Transporte	X		X		X		X		
5	Existen factores externos que cambian drásticamente los tiempos de importación. Usted está…	X		X		X		X		
6	Considera que los procesos de importación le permiten contar con el producto a tiempo para ofrecer a sus clientes. Usted está…	X		X		X		X		
7	Cuento con una adecuada cadena de distribución que me permite abarcar gran parte del mercado. Usted está…						X	X		Redactar en 2a persona
	Cadena Logística: Gestión de Inventarios	X		X		X		X		
8	Los niveles de stock de los almacenes le permiten cubrir sus niveles de ventas. Usted está…	X		X		X		X		
9	Considero que no es necesario elaborar una proyección de ventas a corto plazo para el manejo de stock. Usted está…						X	X		Redactar en 2a persona
10	Los desmedros son causados generalmente por la mala manipulación y carguío en origen, que hace que durante el transporte marítimo se genere sobrecostos. Usted está….	X		X		X		X		
11	Considero que la distribución de los almacenes permite un mejor almacenamiento. Usted está…	X		X		X	X	X		Redactar 2a persona
	Pregunta Abierta									
12	¿Qué aspectos en la cadena logística cree que debe mejorar para ser más eficiente?	X		X		X		X		
	Competitividad: Precio									
13	Considera que sus utilidades se han visto incrementadas en los últimos cinco años. Usted está…	X		X		X		X		
14	Considera que la relación Costo/Precio le genera buenos rendimientos. Usted está…	X		X		X		X		
15	Considera que los precios de su producto esta equiparado con los precios que se ofrecen en el mercado. Usted está…	X		X		X		X		
	Competitividad: Calidad									
16	Considera que las certificaciones nacionales o internacionales son importantes para su proceso de calidad. Usted está…	X		X		X		X		
17	Cree usted que el nivel de satisfacción del cliente es importante para elevar su nivel de competitividad. Usted está…	X		X		X		X		
18	Considera que los índices de quejas y reclamos son importantes para medir la competitividad de una empresa Usted está…	X		X		X		X		
19	Considera que el servicio post venta lo diferencia frente a sus competidores. Usted está…	X		X		X		X		
20	Considera que la calidad del producto no influye en su competitividad. Usted está…	X		X		X		X		

	Competitividad: Competencia									
21	Considera que su empresa se encuentra posicionada en el mercado. Usted está…	X		X		X		X		
22	Considera que la participación de su empresa en el mercado es significativa. Usted está…	X		X		X		X		
23	Considera que su empresa tiene la capacidad para mantenerse de manera sostenible en el tiempo. Usted está…	X		X		X		X		
	Pregunta Abierta									
24	¿Qué características considera usted que debe tener una empresa competitiva? (sector de vidrios)	X		X		X		X		

[1] Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.
[2] El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)
[3] En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto
[4] El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques).

SC UNIFE MORIS VITAM

Experto 2

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario de la tesis titulada: "La cadena logística y su influencia en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde China, años 2015 – 2019".

El mismo será aplicado en un diseño cuantitativo no probabilístico. La cual será aplicada a la muestra en estudio para la validación del instrumento a utilizar titulado: **Formulario de Validación de Instrumento de Tesis.**

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: 2

Fecha actual: 09 MARZO 2020

Nombres y Apellidos de Juez: JUAN CARLOS LEON SILES

Institución donde labora: ADEX

Años de experiencia profesional o científica: 30

Grado Académico: SUPERIOR

Firma y/o Sello

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DICTAMINADO POR EL JUEZ

1) Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

SI (X) NO ( )

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X) NO ( )

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

3) Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (X)

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (X)

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem (cada pregunta) o reactivo del INSTRUMENTO?

SI (X) NO ( )

Observaciones :.....
.....
Sugerencias : La 12 y 24 desagregarlas.....
.....

6) ¿Los ítems o reactivos del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI (X) NO ( )

Observaciones :.....
.....
Sugerencias :.....
.....

FORMULARIO PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE TESIS
INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO)

Nº	Ítems (PREGUNTAS)	Claridad[1]		Congruencia[2]		Contexto[3]		Dominio del Constructo[4]		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Considera que planificación de pedidos se debe trabajar conjuntamente con el área de ventas. Usted está…	X		X		X		X		
2	Para poder empezar a trabajar con un nuevo proveedor, siempre solicito que envíen sus muestras de sus productos para ver la calidad. Usted está…	X		X		X		X		
3	Aunque la calidad del vidrio sea regular, de todas maneras, se sigue trabajando con el proveedor porque me ofrece precios bajos. Usted está…	X		X		X		X		
4	Considera que se debe solicitar un registro fotográfico y fílmico del carguío de los vidrios. Usted está…	X		X		X		X		
	Cadena Logística: Transporte									
5	Existen factores externos que cambian drásticamente los tiempos de importación. Usted está…	X		X		X		X		VERIFICAR MENOR # MANIPULACIÓN.
6	Considera que los procesos de importación le permiten contar con el producto a tiempo para ofrecer a sus clientes. Usted está…	X		X		X		X		
7	Cuento con una adecuada cadena de distribución que me permite abarcar gran parte del mercado. Usted está…	X		X		X		X		
	Cadena Logística: Gestión de Inventarios									
8	Los niveles de stock de los almacenes le permiten cubrir sus niveles de ventas. Usted está…	X		X		X		X		
9	Considero que no es necesario elaborar una proyección de ventas a corto plazo para el manejo de stock. Usted está…	X		X		X		X		

Nº	Ítems (PREGUNTAS)	Claridad[1]		Congruencia[2]		Contexto[3]		Dominio del Constructo[4]		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
10	Los desmedros son causados generalmente por la mala manipulación y carguío en origen, que hace que durante el transporte marítimo se genere sobrecostos. Usted está….	X		X		X		X		
11	Considero que la distribución de los almacenes permite un mejor almacenamiento. Usted está…	X		X		X		X		
	Pregunta Abierta									
12	¿Qué aspectos en la cadena logística cree que debe mejorar para ser más eficiente?	-	-	-	-	-	-	-	-	ABRIR PREGUNTA.
	Competitividad: Precio									
13	Considera que sus utilidades se han visto incrementadas en los últimos cinco años. Usted está…	X		X		X		X		
14	Considera que la relación Costo/Precio le genera buenos rendimientos. Usted está…	X		X		X		X		
15	Considera que los precios de su producto esta equiparado con los precios que se ofrecen en el mercado. Usted está…	X		X		X		X		
	Competitividad: Calidad									
16	Considera que las certificaciones nacionales o internacionales son importantes para su proceso de calidad. Usted está…	X		X		X		X		
17	Cree usted que el nivel de satisfacción del cliente es importante para elevar su nivel de competitividad. Usted está…	X		X		X		X		
18	Considera que los índices de quejas y reclamos son importantes para medir la competitividad de una empresa Usted está…	X		X		X		X		

Nº	Ítems (PREGUNTAS)	Claridad[1]		Congruencia[2]		Contexto[3]		Dominio del Constructo[4]		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
19	Considera que el servicio post venta lo diferencia frente a sus competidores. Usted está…	X		X		X		X		
20	Considera que la calidad del producto no influye en su competitividad. Usted está…	X		X		X		X		
	Competitividad: Competencia									
21	Considera que su empresa se encuentra posicionada en el mercado. Usted está…	X		X		X		X		
22	Considera que la participación de su empresa en el mercado es significativa. Usted está…		X	X		X		X		SATISFACTORIA EN VEZ DE SIGNIFIC
23	Considera que su empresa tiene la capacidad para mantenerse de manera sostenible en el tiempo. Usted está…	X		X		X		X		
	Pregunta Abierta									
24	¿Qué características considera usted que debe tener una empresa competitiva? (sector de vidrios)	-	-	-	-	-	-	-		ABRIR PREGONTA

[1] Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.
[2] El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)
[3] En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto
[4] El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques).

SC UNIFE MORIS VITAM