

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ADMINISTRACION.



TITULO

**“EL SISTEMA LOGISTICO Y SU IMPLICANCIA EN EL CRECIMIENTO DE
LAS EMPRESAS INDUSTRIALIZADORAS DE LA PROVINCIA DE
PASCO”**

T E S I S

PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION

PRESENTADO POR:

Bach. Sarita Domitila CONDEZO LUNA.

Bach. Jhon Dehivis FLORES PIÑAN.

PASCO - PERÚ - 2015.

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES



TITULO

**“EL SISTEMA LOGISTICO Y SU IMPLICANCIA EN EL CRECIMIENTO DE
LAS EMPRESAS INDUSTRIALIZADORAS DE LA PROVINCIA DE
PASCO”**

Bach. Sarita Domitila CONDEZO LUNA.

Bach. Jhon Dehivis FLORES PIÑAN.

SUSTENTADO Y APROBADO ANTE LOS JURADOS

Mg. Cornelio ORELLANA BENDEZU
PRESIDENTE

Mg. José CARDENAS SINCHE
MIEMBRO

Mg. Yolanda Virginia LLANOS ROMERO
MIEMBRO

Pasco - Perú – 2015

DEDICATORIA

Dedico el presente a mi familia, presencia vital, apoyo incondicional, motivo e inspiración.

A todas aquellas personas que creyeron y creen en mí, pero sobre todo a quienes aún no lo hacen, por darme cada vez más energía, fortaleza y dedicación

AGRADECIMIENTO

Consideramos oportuno agradecer a nuestros profesores de la Escuela de Formación Profesional de Administración, quienes durante nuestra permanencia en las aulas universitarias nos inculcaron a ser líderes como estudiantes y como profesionales; aceptando los desafíos en este mundo turbulento y cambiante; de igual forma mostrar nuestras habilidades y competencias para afrontar el reto profesional con calidad y excelencia.

También un agradecimiento al Dr. **Humberto YUPANQUI VILLANUEVA**, quien aceptó gentilmente asesorarnos la presente tesis; tal es así que con su valioso aporte logramos concluir satisfactoriamente la presente tesis.

Finalmente queremos agradecer a los funcionarios de las empresas industrializadoras; así como a los especialistas que tuvieron la amabilidad de contribuir a la presente investigación brindándonos la información solicitada; que sin ella no hubiera sido posible desarrollar la presente tesis; a todos ellos nuestros sinceros agradecimientos.

Los Autores.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación intitulado **EL SISTEMA LOGISTICO Y SU IMPLICANCIA EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALIZADORAS DE LA PROVINCIA DE PASCO**, propone un modelo de logística empresarial orientando a lograr cambios favorables en los procesos, con la creación de nuevos paradigmas y matrices gráficas de integración de conocimientos para asegurar la coherencia de los criterios en el proceso empresarial de toma de decisiones en el área de operaciones y logística.

La investigación busca aplicar el proceso logístico como una herramienta estratégica, con la finalidad de reducir los costos, obtener ventajas competitivas y el crecimiento empresarial, así como mejorar todos los procesos de la producción.

Vivimos en un entorno comercial que en teoría es variable y competitivo, u donde la satisfacción del cliente se ha convertido en el objetivo final de cualquier empresa que desea ganarse un lugar en un mercado cada vez más competitivo.

Bajo esta perspectiva la investigación se estructuro de la siguiente manera.

CAPITULO PRIMERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, nuestros análisis nos permitió diagnosticar identificar el sistema logístico y su implicancia en el crecimiento de las empresas, así mismo proponer lineamientos para una adecuada aplicación del sistema.

CAPITULO SEGUNDO. Comprende EL MARCO TEORICO CONCEPTUAL, consideramos que es la parte sustantiva del estudio a través del cual se ha realizado los fundamentos técnico – científica del estudio, tratando de encontrar paradigmas que van a permitir explicar las condicionantes del sistema logístico y su implican en el crecimiento de las empresas industrializadoras.

CAPITULO TERCERO. Comprende LA METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN, utilizados en el presente Estudio:

a) Población y Contexto en Estudio, referido al ámbito de observación, consignando cifras cuantitativas de la población objeto de nuestro estudio.

b) Técnicas para la Recolección de Datos, Se aplico las estrategias de obtención de información de cada aspecto observado a través de Revisión bibliográfica, encuesta, observación directa etc.

c) Procesamiento informático y Análisis de Datos, la organización, clasificación, codificación y tabulación de la información nos permitió obtener datos importantes sobre el objeto de nuestro estudio.

CAPITULO CUARTO. Se enmarca los RESULTADOS OBTENIDOS A lo largo de la presente tesis se presentarán algunas aproximaciones teóricas que pretenden responder parcialmente las preguntas planteadas anteriormente, contrastando posturas y planteando nuevas preguntas que deberían ser abordadas en futuras investigaciones.

Los Autores.

ÍNDICE

Dedicatoria.	
Agradecimiento	
Introducción	

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

	Página.
1.1 DESCRIPCION DE LA REALIDAD.	10
1.2. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION.	13
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.3.1. Formulación del Problema a Nivel General.....	15
1.3.2. Formulación del Problema a Nivel Específico.....	15
1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.	15
1.4.1. Objetivos Generales.	15
1.4.2. Objetivos Específicos.	15
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	16
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.	16

CAPITULO II.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.	17
-------------------------------------	----

2.2. BASES TEORICAS–CIENTIFICAS RELACIONADO AL TEMA.....	21
2.3. DEFINICION DE TERMINOS BASICOS	54

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACION.....	59
3.1.1. Tipo de investigación.	59
3.1.2. Nivel de investigación.	59
3.2. METODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	59
3.2.1. Método de Investigación.....	59
3.2.2. Diseño de Investigación.....	60
3.3. UNIVERSO Y MUESTRA.....	60
3.3.1. Universo del Estudio.....	60
3.3.2. Universo Social.	60
3.3.3. Unidad de Análisis.	60
3.3.4. Muestra de la Investigación.....	60
3.4.FORMULACION DE HIPOTESIS.	61

3.4.1. Hipótesis General.	61
3.4.2. Hipótesis Especifica.	62
3.5. IDENTIFICACION DE VARIABLES.....	62
3.6. DEFINICION DE VARIABLES E INDICADORES.	63
3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.....	63
3.8. TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS.....	64

CAPÍTULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.1. DESCRIPCION DEL TRABAJO DE CAMPO.	65
4.2. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.....	68
4.3. CONTRASTACION DE HIPOTESIS.	88

CONCLUSIONES.

RECOMENDACIONES.

BIBLIOGRAFÍA.

ANEXOS.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD.

Es conocido el hecho de que muchas pequeñas y medianas empresas han perdido competitividad y atraviesan momentos muy difíciles que amenazan su permanencia en el mercado; otras, sin embargo, han podido adaptarse a los cambios producidos por la globalización y la apertura económica dentro de estas últimas la logística empresarial ha cumplido un papel sumamente importante, que les ha permitido optimizar sus procesos internos, reducir costos y aumentar la calidad de sus servicios. A partir de estos cambios, muchas empresas pequeñas o medianas se convirtieron en proveedoras exclusivas de grandes firmas o en socios privilegiados de algunas otras.

Ahora bien ¿Qué es necesario para que una MYPES concrete alianzas con sus proveedores o clientes?

Dentro de las características generales de las MYPES a considerar son:

- Sólida Estructura Financiera;

- Capacidad para responder ágilmente a los pedidos de sus clientes, esto es, tener estructuras flexibles que les permitan producir una cierta variedad y cantidad de artículos en los tiempos solicitados;
- Costos Bajos de Producción;
- Sistemas de calidad asegurados y controles de calidad confiables;
- Aspectos logísticos controlados;
- Talentos humanos adecuados;
- Trayectoria e imagen;
- Otros aspectos particulares.

La posibilidad de formar alianzas con proveedores o clientes depende de la fuerza que cada empresa posea en el segmento de mercado en que se halla compitiendo.

La capacidad de negociación diferirá de acuerdo al tipo de producto que fabrique o servicio que ofrezca.

- Si los bienes que esta vende son productos de alto valor agregado, si produce insumos críticos para alguna industria o tiene la habilidad de responder rápidamente a las especificaciones del cliente, su fuerza será mayor y tendrá altas probabilidades de convertirse en un socio de sus clientes.

- Si por el contrario, la empresa fabrica productos con poco valor agregado, si estos no son complejos si existe muchos competidores en el mercado que ofrece el mismo bien, si sus precios no son competitivos, las opciones de “pertenecer” a una cadena de abastecimiento integrada son muy bajas.

El creciente poder de los hipermercados es un ejemplo de ello, es muy difícil para una MYPES convertirse en proveedor de alguno de los gigantes del hipermercado, y aun cuando lo logre, las condiciones son por lo general impuestas.

En realidad no se da una relación de igualdad sino de subordinación (al menos, hasta el presente se están realizando negociaciones para lograr optimizar las relaciones de proveedores y distribuidores en un código de buenas practicas que concilie los intereses de proveedores y consumidores)

- Por otra parte, si una MYPES es un cliente o proveedor importante de alguna compañía o tiene alguna ventaja estratégica para esta (ubicación, acceso a determinados canales de distribución, etc), tendrá mayores posibilidades de establecer relaciones mas duraderas y de realizar contratos de colaboración con esta.
- Otro aspecto que se debe tener en cuenta es la característica estratégica de la cadena de abastecimiento, que en muchos casos exige posponer las ganancias a corto plazo para obtener

beneficios en un mayor tiempo. Este aspecto tiene dos aristas que condicionan el futuro de la a MYPES: en primer lugar, la débil estructura financiera de muchas de ellas y el escaso apoyo crediticio que hoy reciben: en segundo termino, la visión cortoplacista de algunas empresas, que no le permite dimensionar las ventajas de la asociación proveedor - cliente.

El cambio en los negocios y las prácticas que implica trabajar entorno a los procesos entre empresas, encuentran resistencia en muchas pequeñas y medianas compañías, especialmente en las familiares, en donde el dueño y gerente “hizo siempre las cosas así y le fue bien”.

Bajo esta perspectiva nos permitimos formular el siguiente problema de investigación.

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Después de haber descrito la problemática relacionada con el tema, a continuación con fines metodológicos será delimitada en los siguientes aspectos:

a. DELIMITACIÓN ESPACIAL:

El trabajo de investigación se realizara a nivel de la provincia de Pasco.

b. DELIMITACIÓN TEMPORAL:

El período en el cual se trabajara la presente investigación comprende los meses de Junio, Julio, Agosto 2015.

c. DELIMITACIÓN SOCIAL:

Lo constituyen las empresas industrializadoras.

d. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL.

Se abordara temas como sistema Logístico, crecimiento empresarial entre otros ligados al tema de investigación.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 PROBLEMA GENERAL

- ¿Contribuye la administración de la logística en el crecimiento de las MYPES de la Provincia de Pasco?

1.3.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Contribuye el sistema logístico en la toma de decisiones para el crecimiento de las MYPES de la Provincia de Pasco?
- ¿Permite el sistema logístico al desarrollo de las MYPES de la Provincia de Pasco?
- ¿Cuáles son los conocimientos sobre el sistema logístico que poseen los empresarios en las MYPES para el crecimiento de sus empresas?

1.4 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar si el sistema logístico Contribuye al crecimiento de las MYPES de la Provincia de Pasco.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar si el sistema logístico contribuye en la toma de decisiones para el crecimiento de las MYPES de la Provincia de Pasco.
- Establecer si el sistema logístico permite el desarrollo de las MYPES de la Provincia de Pasco.
- Identificar los conocimientos sobre logística en los empresarios de las MYPES de la Provincia de Pasco.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación se justifica ya que permitirá el crecimiento de los negocios y el nivel de exigencia del servicio al cliente, la logística en las MYPES se encargara del diseño y gestión del flujo de información y de materiales entre clientes y proveedores, comenzando desde la compra de materia prima, transformación del producto, almacenaje, distribución y transporte; esto nos permitirá bajar costos y disponer del material conveniente, en el lugar apropiado, en la cantidad necesaria y en el momento oportuno, al mínimo costo posible y asegurado la calidad y servicio que se deberá ofrecer a nuestros clientes.

La investigación tiene como finalidad el campo de la logística empresarial que permitirá lograr los cambios para el crecimiento y desarrollo

de las MYPES del sector industrial de la Provincia de Pasco, aplicado a los gremios con organización de sociedad anónima.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

En lo referente a las limitaciones para el presente estudio, podemos señalar el aspecto económico, que ha primado para limitar nuestro estudio a nivel local por otro lado la negativa de algunos empleados a ser sometidos a nuestro instrumento de evaluación por temor a alguna represalia de sus superiores al brindar información confidencial de la organización.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Definido el planteamiento del problema y determinado los objetivos que precisan los fines de la investigación, es necesario establecer la referencia de otras investigaciones relacionados a nuestra investigación, siendo éstas:

Los antecedentes de la Investigación de la logística empresarial se puede describir a lo largo de tres periodos¹; antes de la década de los cincuenta, sesenta y desde 1970 hasta el presente. Este repaso de los hechos históricos no solo revela las bases de los métodos de trabajo actuales. Sino que también ayuda a establecer cual será la evolución de estos métodos que en el futuro debe influir en los negocios en las PYME del sector industrial.

Primera época: Los años de letargo. Antes de la llegada de la década del cincuenta, la logística era un campo "aletargado" dentro del área de la gestión empresarial. Aunque las actividades logísticas se

¹ LOGISTICA EMPRESARIAL. Control y Planificación. Por Ronald H BALLOU; Ediciones Diaz de Santos, S.A.; España, 1991

consideraban importantes, en la práctica se convertían simplemente en un mal necesario: si una empresa quería seguir en el negocio debía llevarlas a cabo. Además muy frecuentemente solo se consideraban como áreas que absorbían costos. Así, considerando que prevalecían los condicionantes económicos y tecnológicos, y viendo cual era el estado de desarrollo de las teorías sobre dirección empresarial, es posible constatar que no se dio un ambiente favorable en el que se pudiera reconocer la importancia de la logística empresarial. A la vista de esta situación se comprende cual es el estado de desarrollo de dicho campo y por que Estados Unidos encabezó este desarrollo.

1950 – 1964 (Etapa de Crecimiento), En esta etapa la logística se caracteriza entre otros factores por el surgimiento de la distribución física como vía para desarrollar una lógica que permitiera controlar y contener los costos asociados a las nuevas políticas de Marketing y a la comprensión y utilización del concepto de costo total, el cual se convierte en un elemento fundamental para el desarrollo de la logística.

1965 – 1979 (Etapa de Madurez), En esta etapa de madurez la logística se caracterizó por desarrollar y consolidar el papel de la distribución física; surge entonces la gestión de materiales abarcando las actividades vinculadas al movimiento y almacenamiento, hasta y durante el proceso de producción y comienza a producirse una

integración de las actividades comprendidas en la gestión de materiales y de la distribución física, ya que ambos se ocupan de proporcionar un determinado nivel de servicio al cliente con el menor costo y utilizan el enfoque de sistema como base de su principio de integración.

De los años 80 hasta el Presente: Esta etapa se caracterizaba por una crisis económica e incertidumbre en la economía, las que se reflejan en las actividades logísticas; creciente importancia de las operaciones a nivel multinacional, lo que influye en la forma de distribución de los productos y reconocimiento de la necesidad de gestionar la totalidad del proceso Logístico.

Es a fines de la década de los 90 en que surge la era de la logística integral, la cual puede interpretarse “como una forma de gestionar la empresa en un entorno altamente competitivo en que los conceptos de oportunidad y rapidez en el suministro de los productos, el servicio y la calidad total, constituyen un complemento imprescindible a las clásicas variables de calidad del producto y precio competitivo que el mercado exige. La logística integral es, a largo plazo, el único camino para asegurar y mantener una competitividad continua en el mercado”

2.1.1. Antecedentes de la Logística.

Hemos podido evaluar los antecedentes de la logística, algunos autores, estudiosos, empresarios peruanos, lo mencionan como la administración de inventarios otros piensan en ella como el transporte

de bienes y otros dicen que logística se encarga del sistema de entrega de mercancías. Todos ellos están en lo correcto. Hoy en día, hay muchas distintas definiciones de Logística dando vueltas; pero si es verdad que la logística se ha trasladado, del aspecto militar al aspecto empresarial, en el mundo de los negocios la columna vertebral es la logística.

La razón probable es que en muchas ocasiones es utilizada como un término genérico cubriendo muchos diferentes componentes de las operaciones e influenciando todos los aspectos del negocio. En general, logística integrada es un sistema muy amplio de administración de toda la cadena de abastecimiento, desde la materia prima hasta la distribución de los bienes elaborados al consumidor².

Se encarga de establecer fletes, asegurarse de que los productos vayan bien transportados, calcular tiempos de espera y de descarga, manejo y control de almacenamiento. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

En países en vías de desarrollo, como el Perú siempre andamos atrasados de noticias. Recién ahora algunas PYME del Perú y de América Latina están descubriendo la importancia que tiene la logística. No solo como una estrategia competitiva, reducir costos y lo

² [Http://www.Mercadeo.com/28_logistica.htm](http://www.Mercadeo.com/28_logistica.htm).

más importante, para dar un excelente servicio al cliente, todo ello a costos razonables.

2.2. BASES TEÓRICAS - CIENTÍFICAS RELACIONADOS CON EL TEMA.

2.2.1. EL Sistema Logístico.

Según los autores Feldman y Cardozo existen tres tipos de modelos de comportamiento de compra³:

a. **El modelo clásico o Simplificado:** conforme a este modelo, el trabajo del encargado de compras se reduce a recibir requisiciones o solicitudes de compra de parte de la administración y catálogos de parte de los proveedores. Su función única consiste en comprar lo que se le especifica al precio por unidad más bajo.

Los supuestos sobre los cuales descansa este modelo se asemejan mucho a los motivos de compra dentro de la economía clásica. Cuando prevalecen situaciones de competencia perfecta. Se parte del supuesto de que el comprador se halla informado de manera racional adecuada, sino es que completa, respecto de las alternativas disponibles.

b. **El Modelo Neoclásico:** La concepción moderna y típica del comportamiento de compras dentro de las industrias

³ Feldman y Cardozo, Logística Empresarial, Ediciones Granítica, España año 1993

podrá considerarse una versión modificada o una extensión del modelo clásico.

Las solicitudes de compra que recibe el agente de compras no solo son requisiciones de rutina, sino que además incluyen requisiciones complejas que exigen y le permiten utilizar una gran dirección o criterio. Dentro de los modelos de compras neoclásica, el encargado de compras llega a hacer análisis de costo - beneficio, además de constatar que las compras de rutina también se están realizando. Su objetivo es el de minimizar los costos totales para la empresa, puesto que el paro de una línea de producción autoanalizada puede representar un elevado costo, el agente de compras podrá seleccionar a un proveedor principalmente por su habilidad para surtir los pedidos sin retraso, más que por razón de ofrecer los precios unitarios más bajos.

El modelo neoclásico amplió el aspecto racional del modelo simplificado o clásico.

c. El modelo de Consumidor o Capitalista: El modelo de consumidor define al comprador como un agente más que un agente de compras. Su función consiste en la resolución de problemas y no simplemente el llevar a cabo compras. Para realizar dicha función, los gerentes de compras utilizan una

gran variedad de estrategia cuya finalidad es resolver problemas específicos dentro de ciertos límites aceptables de riesgo de asignación de recursos. Dado que esta actividad de resolución de problemas se lleva a cabo dentro de un contexto social, requiere que la persona posea habilidades analíticas y destrezas en cuanto a relaciones interpersonales.

2.2.1.1. Características del Modelo de Comportamiento de Compra.

a. Modelo Clásico o Simplificado:

- La función de compras es reducida.
- No tiene contacto directo con los proveedores y usuarios.
- El comprador tiene información racional sobre el mercado.
- En este modelo el objetivo fundamental de la función de compras es adquirir al precio más bajo.

b. Modelo Neoclásico:

- Es un proceso más complejo.
- El objetivo fundamental es minimizar los costos.

- Mantener contacto directo con los proveedores.
- Aplicar el criterio de subjetividad

c. Modelo de Consumidor o Capitalista:

- Su función fundamental es resolver problemas inherentes a la organización.
- Define al comprador como un agente.
- Toma en cuenta una serie de factores y se decide dentro de una variedad de estrategias.

En este modelo, la mercadotecnia y otros estímulos afectan a la organización compradora y producen ciertas respuestas en el comprador como en el caso del comprador de bienes de consumo, los estímulos de mercancía para la empresa compradora están representados por “4P”: **Producto, Precio, Posición y Promoción.** Otros estímulos incluyen las fuerzas más importantes del entorno económico, tecnológico, político, cultural y competitivo. Estos estímulos entran a la organización y se convierten en respuestas del comprador: elección del producto o servicio, elección del proveedor, cantidad del pedido, términos de la entrega, el servicio y el pago.

Dentro de la organización, la actividad de compra esta compuesta por dos partes principales: el centro de compras, integrado por todas las personas involucradas en la decisión de compras y el proceso de decisión de compras. El centro de compras y el proceso de decisión de compras están sujetos a factores personales, interpersonales e internos de la organización; así como de los factores externos a la organización.

2.2.1.2. Fuentes que Originan una Necesidad en una

Institución:

Entender las necesidades de las organizaciones, grandes o pequeñas, lucrativas o no lucrativas, gubernamentales o comerciales, requiere mucha de las misma habilidades y conceptos utilizados para atender las necesidades del consumidor individual o familiar. Al mismo tiempo que son más grandes y a menudo más complejas, las organizaciones - al igual que los consumidores - desarrollan preferencias, actitudes y comportamientos a través de las percepciones, el procesamiento de la información y la experiencia.

Existen diversos factores que ayudan moldear el estilo de organización toman decisiones sobre sus problemas de

compra y originan las necesidades de la empresa, estos son cuatro:

- Factores Ambientales.
- Factores Organizacionales.
- Factores Interpersonales.
- Factores Individuales.
- Factores Ambientales: los seis factores ambientales que repercuten en el comportamiento del comprador organizacional son:

a. Físicos: Comprende factores como el clima y la ubicación geográfica de la empresa, pudiendo afectar el comportamiento de sus miembros y determinar las restricciones y opciones de ella.

b. Tecnológicos: El grado de desarrollo tecnológico define de qué tipos de bienes y servicios dispone el comprador organizacional.

c. Económicos: En el entorno económico de la organización que compra influyen las condiciones de precios y sueldos, la

disponibilidad de dinero y crédito, la demanda del público y los niveles de inventario en los principales sectores de la industria.

d. Políticos: Este tipo de influencia abarca elementos como tratados comerciales entre países, políticas de importación y exportación, barreras aduanales, etc.

e. Legales: los ambientes legales y la regulación del gobierno establecen normas sobre las condiciones de la venta y de la competencia justa.

f. Culturales: establece los valores que comparten sus integrantes y que influyen en su comportamiento de compra.

- **Factores Organizacionales:** las compras de la empresa se realizan dentro del marco de una organización formal; de ahí que los objetivos de la empresa, sus políticas, procedimientos, estructura, sistemas, autoridad, status y comunicación tengan una influencia importante en todos los elementos del proceso de decisión de compra.

- **Factores Interpersonales:** la interacción entre sólo dos personas o entre más de dos es un factor que incide de manera importante en las decisiones de compra. Al interactuar los que participan en ellas se comunicarán unas a otras, intentando además incidir en el resultado de la compra para obtener un beneficio personal. Esta influencia recíproca es la que se entiende por influencia interpersonal y comúnmente se observa en la compra organizacional dentro del contexto de un grupo formado por el departamento de compras, el de producción, ingeniería, control de inventario, etc.
- **Factores Individuales:** los participantes en el proceso de compra de la empresa aportan a ella sus ideas, sentimientos y actos personales. Estos factores psicológicos tienen gran importancia. El comportamiento del comprador organizacional se compone, pues, de las conductas individuales dentro de su contexto estructural.

2.2.1.3. La Función Necesidad en la Institución.

El modelo de compras de una organización contiene una lista de ocho etapas, para poder tomar una decisión, la

empresa pasa por cada una de ellas, en el caso de que la adquisición del producto o servicio sea por primera vez. Cuando la situación de compras es bastante rutinaria se pueden omitir algunas de las etapas, las cuales son:

- Reconocer el problema.
- Describir la necesidad.
- Especificar el producto.
- Buscar a un proveedor.
- Solicitar una propuesta.
- Elegir a un proveedor.
- Especificar la rutina de los pedidos.
- Revisar la actuación.

El proceso de decisión de compras de la empresa se inicia cuando el Departamento de Compras reconoce un problema o una necesidad, que se puede superar mediante la adquisición de un bien o servicio específico. La necesidad se puede reconocer en razón de estímulos internos o externos, es por ello que esta función se basa en tres aspectos para establecer sus necesidades.

- **Las Necesidades de Producción:** son los estímulos internos que presenta la empresa al requerir los materiales y servicios necesarios para su proceso productivo, estas necesidades se determinan a través de la programación de dichos materiales, sean materia prima, productos semi - elaborados, productos terminados o productos accesorios. Dicha programación especifica la cantidad de materiales y la fecha en que se deben estar a disposición de la producción.
- **Necesidades del Consumidor:** el comportamiento del consumidor es un factor integral para las empresas, puesto que ellos afectan directamente la demanda de cualquier producto o servicio. La clave para la supervivencia de una empresa, su rentabilidad y crecimiento en un ambiente altamente competitivo, es su capacidad para identificar y satisfacer mejor y más rápidamente que la competencia las necesidades insatisfechas de los consumidores. Es por ello que la empresa al tomar la decisión de comprar estudia los móviles de compras de la clientela.

- **Necesidades del Mercado:** el mercado está constituido por personas o empresas que tienen poder adquisitivo y disposición y autoridad para comprar, pero para que exista un mercado, debe existir demanda, es por ello que un mercado se compone de la demanda colectiva de un producto o servicio que satisfacen los productores.

Generalmente se puede identificar dos tipos principales de mercados: **el de consumo y el industrial**. En el de tipo consumo, los consumidores compran productos que utilizarán, ya sea ellos mismos o su familia para aplicaciones personales, este mercado suele caracterizarse por el conocimiento de factores tales como la edad, intereses personales y niveles de ingreso, entre otros. El mercado industrial se compone de compradores que adquieren productos para emplearlos en sus negocios, para inducirlos en los artículos que fabrican o para reventa.

Las necesidades del mercado, incluyen gastos adquiridos o la satisfacción de un requisito básico para la subsistencia. La efectividad del sistema de operación de una empresa está en la capacidad para proveer al mercado con los

productos que realmente desean, en las cantidades adecuadas y en el tiempo requerido.

2.2.1.4. La Función Necesidad en el Consumidor.

Al efectuar las compras los consumidores llevan a cabo un proceso de decisión el cual pasa por una serie de etapas lógicas antes de tomar una decisión.

El proceso de decisión de compras del consumidor consta de seis (6) pasos:

- Reconocimiento de una necesidad.
- Elección de un nivel de participación.
- Identificación de alternativas.
- Evaluación de alternativas.
- Decisión.
- Comportamiento después de la compra.

La principal etapa está definida por el Reconocimiento de una Necesidad, por la cual el consumidor es impulsado a la acción (comprar) por una necesidad.

2.2.1.5. Principios para la gestión de la cadena de suministros.

Andersen Consulting ha propuesto una lista de 7 principios para la gestión de la cadena de suministros, basados

en la experiencia de las iniciativas de mejora de la cadena de suministros en más de 100 empresas industriales, distribuidoras y detallistas⁴.

La implementación de estos principios permite balancear las necesidades de un excelente servicio a clientes con los requerimientos de rentabilidad y crecimiento. Al determinar qué es lo que los clientes demandan y cómo se coordinan los esfuerzos en toda la cadena de suministros para satisfacer esta demanda más rápida, más barata y mejor.

Principio No. 1:

Segmente a sus clientes basado en las necesidades de servicio de los diferentes grupos y adapte la cadena de suministros para servir a estos mercados rentablemente.

Tradicionalmente hemos segmentado a los clientes por industria, producto o canal de ventas y hemos otorgado el mismo nivel de servicio a cada uno de los clientes dentro de un segmento.

Una cadena de suministros eficiente agrupa a los clientes por sus necesidades de servicio, independiente de a qué industria pertenece y entonces adecua los servicios a cada uno de esos segmentos.

⁴ Andersen Consulting, “La Gestión Logística” pp 128- 132

Principio No. 2:

Adecue la red de logística a los requerimientos de servicio y a la rentabilidad de los segmentos de clientes.

Al diseñar la red de logística debemos enfocarnos intensamente en los requerimientos de servicio y la rentabilidad de los segmentos identificados. El enfoque convencional de crear redes monolíticas es contrario a la exitosa gestión de la cadena de suministros.

Aun el pensamiento menos convencional acerca de la logística emerge en ciertas industrias que comparten clientes y cobertura geográfica que resulta en redes redundantes. Al cambiar la logística para industrias complementarias y competitivas bajo la propiedad de terceras empresas, se pueden lograr ahorros para todas las industrias.

Principio No. 3:

Esté atento a las señales del mercado y alineé la planeación de la demanda en consecuencia con toda la cadena de suministro, asegurando pronósticos consistentes y la asignación óptima de los recursos.

La planeación de ventas y operaciones debe cubrir toda la cadena, buscando el diagnóstico oportuno de los cambios en la demanda, detectando los patrones de cambio en el

procesamiento de órdenes las promociones a clientes, etc. Este enfoque intensivo en la demanda nos lleva a pronósticos mas consistentes y la asignación optima de los recursos.

Principio No. 4:

Busque diferenciar el producto lo más cerca posible del cliente.

Ya no es posible que acumulemos inventario para compensar por los errores en los pronósticos de ventas. Lo que debemos hacer es posponer la diferenciación entre los productos en el proceso de manufactura lo más acerca posible del cliente final.

Principio No. 5:

Maneje estratégicamente las fuentes de suministro.

Al trabajar más de cerca con los proveedores principales para reducir el costo de materiales y servicios, podemos mejorar los márgenes tanto para nosotros, como para nuestros proveedores.

El concepto de exprimir a los proveedores y ponerlos a competir ya no es la forma de proceder, ahora la tendencia es "ganar-ganar"

Principio No. 6:

Desarrolle una estrategia tecnológica para toda la cadena de suministros.

Una de las piedras angulares de una gestión exitosa de la cadena de suministros es la tecnología de información que debe soportar múltiples niveles de toma de decisiones así como proveer una clara visibilidad del flujo de productos, servicios, información y fondos.

Principio No. 7:

Adopte mediciones del desempeño para todos los canales.

Los sistemas de medición en las cadenas de suministro hacen más que monitorear las funciones internas, deben adoptarse mediciones que se apliquen a cada uno de los eslabones de la cadena. Lo más importante es que estas mediciones no solamente contengan indicadores financieros, sino que también nos ayuden a medir los niveles de servicio, tales como la rentabilidad de cada cliente, de cada tipo de operación, unidad de negocio, y en última instancia, por cada pedido.

Estos principios no son fáciles de implementar, y requieren de ciertas habilidades que en algunos casos no son las que naturalmente encontramos en los profesionales de la

logística. Se requiere de un esfuerzo de grupo, de habilidades multifuncionales, con as, calidad facilitadores que integren las necesidades divergentes de manufactura y ventas, calidad y precio, costo y servicio y las mediciones cualitativas y financieras.

Se debe ampliar el entendimiento de las otras áreas de la organización, se tiene que mejorar el conocimiento de las funciones de compras, planeación de productos, marketing, ventas y promoción de ventas, y también deben desarrollar un conocimiento más íntimo de sus clientes.

Recuerde que la cadena de suministros comienza y termina con el cliente. Adicionalmente, es importante que los profesionales sean conocedores de la tecnología de información. La informática no es una función de soporte adicional a la cadena de suministros, más bien es el habilitador, el medio por el cual varios eslabones se integran en una sola cadena. La tecnología de información debe ayudar en tres categorías diferentes:

Primero debe soportar las actividades operativas, la toma de decisión de corto plazo, el manejo de las transacciones diarias, el procesamiento de órdenes, los embarques, los movimientos de almacén, etc. Segundo, debe soportar la

planeación y la toma de decisiones de mediano plazo, tal como soportar la planeación de la demanda, la programación maestra de la producción, y en general la asignación óptima de los recursos.

Finalmente, los sistemas de información deben de soportar el análisis estratégico al proveer herramientas de modulación y otras herramientas que sintetizan los datos para la planeación de escenarios, ayudar a la gerencia a evaluar los centros de distribución, los proveedores, los servicios tercerizados, etc.

2.2.1.6. Modelo para realizar una revisión a la Cadena de Suministros.

Cree una lista de todas las empresas con las que usted hace negocios e identifique aquéllas que son más críticas para su propio futuro. Éstas se han de atender primero. Tal vez no sean las más grandes, pero serán aquéllas de las que usted dependerá más a fin de operar, o aquéllas que usted no podrá reemplazar con facilidad.

- Establezca un archivo para el estado de cada uno de sus contactos inmediatos en la cadena de suministros. Esto se puede hacer en una base de datos sencilla, o en un archivo manual. Comparta la

información con ellos. Utilice el archivo para medir el progreso de ellos contra el suyo propio. Recuerde que todo el mundo tiene el mismo objetivo de la continuidad de los negocios. Por lo tanto, la colaboración es más provechosa que la confrontación o el litigio.

- Tal vez usted no tenga que revisar todos los enlaces directamente. Una serie de grupos y asociaciones industriales se encuentran trabajando conjuntamente a fin de publicar el estado de su grado de preparación. Existen esquemas similares en otras industrias, lo que les permite a las empresas compartir el avance en lugar de que estén repitiendo el mismo proceso de revisión. Si usted pertenece a alguna asociación industrial o gremial, solicíteles información acerca de cualquier iniciativa en la que ellos puedan estar participando.

Si usted no pertenece a alguna asociación, considere la posibilidad de conformar su propio grupo con el objeto de compartir las experiencias y la información.

2.2.2. Crecimiento Empresarial.

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición. Inversiones: CRECIMIENTO EMPRESARIAL Una organización que puede adaptarse a cambios internos y externos, innovando sin dejar de lado su estrategia de crecimiento de largo plazo, distintas formas en que puede crecer una empresa. Crecimiento externo: Logrado mediante la adquisición de otras empresas. Crecimiento interno: Alcanzado por la realización de nuevas inversiones por la propia compañía. Crecimiento cero: También llamado control del desarrollo a un tamaño adecuado para su supervivencia y eliminación de riesgos. Estrategias de diversificación conglomeral o no relacionada. Estrategias de Innovación. intensifican la investigación y el desarrollo en la empresa Estrategias de crecimiento empresarial se produce cuando la empresa actúa en productos y mercados totalmente diferentes a su campo de actividad principal. Esta diversificación puede ser de distintos tipos: Integración Vertical. Estrategias de diversificación concéntrica o relacionada. Estrategia de diversificación simple o de reforzamiento Estrategias de crecimiento empresarial Diversificación o desarrollo horizontal. se basa en saber aprovechar la empresa su experiencia técnica, comercial, etc., para así orientar sus inversiones hacia los productos y mercados más cercanos a los suyos actuales, Estrategias de

diversificación conglomeral o no relacionada. Estrategias de Innovación. intensifican la investigación y el desarrollo en la empresa Estrategias de crecimiento empresarial se produce cuando la empresa actúa en productos y mercados totalmente diferentes a su campo de actividad principal.

2.2.3. Mypes

La Micro y Pequeña Empresa ⁵ es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

2.2.3.1. Características.

Las MYPEs deben reúnen las siguientes características:

a) El numero total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta 10 trabajadores inclusive
- La pequeña empresa abarca de uno(1) hasta 50 trabajadores inclusive

b) Niveles de ventas anuales:

⁵ Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (ley 28015).

- La microempresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas
- Tributarias – UIT
- La pequeña empresas partir de monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

2.2.3.2. Importancia de las MYPEs en la economía del país.

Según datos del Ministerio de Trabajo⁶, LAS MYPEs constituyen el 94.8 por ciento según la distribución de las empresas formales según rango de tamaño y generan empleo a más de 80 por ciento de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 por ciento del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

⁶ Ministerio del trabajo y promoción del empleo. **Actualización estadística de la micro y pequeña empresa, Diciembre 2007**

- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

La constitución de una MYPEs resulta socialmente deseable, por la inversión que realiza en la localidad donde se instala. Esta inversión tiene, además, tres elementos adicionales:

- Generación de empleos directos (es decir dentro de la misma empresa) y empleos indirectos que se generan gracias a la presencia de ésta, como por ejemplo, gracias a negocios como restaurantes, puestos de periódicos, venta de artesanías, construcciones metálicas, entre otros.
- En segundo lugar, permite a través de la ampliación de la oferta, que se ofrezcan mejores productos a menores precios, es decir un mercado más competitivo.
- En tercer lugar, hace posible que las personas tengan una actividad que les permita asumir retos y obtener logros, es decir desarrollarse a nivel personal-profesional.

2.2.3.3. Organización de una MYPEs.

Aun cuando se ha escrito mucho sobre la importancia de definir una organización como función propia de la gestión y requisito indispensable para la dirección de las empresas, en la mayoría de las MYPEs ésta es todavía una debilidad relevante.

En principio, es necesario señalar que la estructura, las funciones y los procedimientos no pueden ser aplicados mecánicamente ni, mucho menos, copiados entre las diferentes MYPEs.

La estructura de una empresa es el esqueleto en el que se apoyan todas las decisiones y actividades que tienen lugar en ella. En la pequeña empresa la estructura se suele adaptar a las características de los individuos que la componen, al desarrollo de la empresa y al giro del negocio.

2.2.3.4. Estructura.

La estructura de una empresa e ⁷ s el esqueleto en el que se apoyan todas las decisiones y actividades que tienen lugar en ella. En la pequeña empresa la estructura se suele adaptar a las características de los individuos que la componen, al desarrollo de la empresa y al giro del negocio.

⁷ Agencia de promoción de la inversión privada PROINVERSIÓN y ESAN. **Guía para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.** Publicación Electrónica. Capítulo 3, P. 109

Cada MYPEs deberá determinar el tipo de estructura que le resulte más conveniente en relación con su nivel de desarrollo, actividad, composición interna y objetivos. Esta estructura organizacional irá cambiando en función de la evolución de la MYPEs en el tiempo.

El diseño de una estructura apropiada es el primer paso de la organización empresarial. Este consiste básicamente en:

- Asignar a cada empleado tareas individuales.
- Establecer o definir las relaciones entre las diferentes personas que deben realizar las tareas establecidas.

A) Estructura Simple

Es aquella ⁸ en la que la empresa se rige por el control individual de una persona. En este caso el Gerente propietario controla todas las actividades y toma todas las decisiones referentes al funcionamiento de la empresa. Es la más común en las pequeñas empresas, así mismo suele tener actividades como asesoría legal o contable que es proveído por una tercera persona fuera de la empresa (subcontratación). Sin embargo, si la empresa crece el control por una sola persona se hace más difícil.

Sus principales características son:

⁸ Cfr. ídem

- La realización de las tareas es supervisada directamente por el propietario.
- El sistema de coordinación, evaluación y recompensa es altamente informal.
- La toma de decisiones se centraliza en una sola persona, por lo general el propietario de la empresa.
- Poca especialización en las tareas internas.

Esta estructura se puede aplicar a un negocio pequeño (o microempresa), que ha sido recientemente iniciado, que cuenta con 4 o 5 personas o que debido a su rubro o especialización no necesita de tanto personal dado su nivel de ventas. Por ejemplo podemos estar hablando de un negocio de fabricación de muebles, calzado, un pequeño restaurante, confecciones, panadería, etc.

B) Estructura funcional

Es una estructura ⁹ típica de pequeñas empresas que han crecido lo suficiente como para que una sola persona no sea capaz de dirigir todas las actividades de la empresa.

Por eso se contratan especialistas en cada área. La

⁹ Agencia de promoción de la inversión privada PROINVERSIÓN y ESAN. **Guía para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.** Publicación Electrónica. Capítulo 3, P. 110

actividad principal del Director consiste entonces en coordinar e integrar todas las áreas. Es aquella que se sustenta en actividades clásicas que son necesarias llevar a cabo, como producción, contabilidad, marketing, finanzas, entre otras y que son trabajadas dentro de la empresa.

Sus principales características son:

- Mejor uso del recurso humano especializado.
- Mejora la coordinación entre las diversas áreas y el control.
- Pueden generar conflictos entre áreas funcionales.

En el caso de la pequeña empresa se recomienda la utilización del modelo funcional, que se caracteriza por agrupar el trabajo en unidades funcionales. Como todo tipo de organización, este modelo presenta una serie de ventajas e inconvenientes que se especifican a continuación:

Ventajas

- Favorece la especialización.
- Mejora la coordinación dentro de cada función.
- Ayuda a la economía por operación.
- Facilita la flexibilidad económica.

Desventajas

- Elevada concentración.
- Retrasa la toma de decisiones.
- Complica la dirección.
- Hace más difícil el control.
- Dificulta la coordinación global.

2.2.3.5. Principales problemas en la estructura organizacional de una MYPEs.

Entre los principales problemas que se pueden observar en la estructura organizacional de una MYPEs están:

- El personal realiza una misma función de manera repetida e innecesaria.
- Jefes sin personal a cargo o con exceso de personal.
- Definiciones imprecisas de funciones para determinado cargo.
- Asignación de funciones diversas a un mismo cargo.
- Aumento de la complejidad del cargo sin el debido aumento salarial.
- Falta de especialización en las tareas.

Todos estos problemas provocan diversas trabas y descoordinaciones en el trabajo, como:

- Desequilibrios en las cargas de trabajo.

- Falta de información entre el personal.
- Deterioro del ambiente de trabajo.
- Desmotivación del personal.
- Falta de control interno.
- Centralismo en la toma de decisiones.
- No cumplimiento de metas o tareas.

2.2.3.6. Gerencia del recurso humano en una MYPEs.

La planeación respecto a los recursos humanos es la actividad para identificar las necesidades actuales y futuras de recursos humanos de la MYPEs, su incremento y capacitación, así como el bienestar de quienes laboran en una empresa.

La compensación y capacitación de los recursos humanos son partes esenciales para la supervivencia, competitividad y funcionamiento de las MYPEs. Más aun si se tiene en cuenta que en una pequeña empresa los recursos humanos representan por lo general el mayor componente de los costos totales de operación, a diferencia de las grandes empresas, en las que las maquinarias y equipos son generalmente más importantes.

Es importante que los empresarios tengan en cuenta algunas características del trabajador, como el conocimiento y las habilidades adquiridas gracias a una educación continuada

y el comportamiento profesional y personal dentro de la empresa. Asimismo, los incentivos deben manejarse en conjunto¹⁰.

La intensificación del proceso de globalización se expresa en la expansión explosiva del flujo internacional de bienes, servicios y capitales, con un significativo impacto sobre los procesos productivos, mercados laborales y la visión de los agentes económicos y consumidores. El dinamismo del comercio mundial no se limita al intercambio de mercancías, pues el comercio internacional de servicios tales como transporte, telecomunicaciones, servicios financieros, construcción, servicios profesionales y de informática entre otros, también está aumentando constantemente.

2.2.3.7. Desafíos del Contexto Internacional y Nacional

A) Contexto Internacional

Las Transformaciones globales ¹¹ y simultáneas en la economía, la política, la experiencia humana y cultural permiten observar que somos testigos del

¹⁰ Agencia de promoción de la inversión privada PROINVERSIÓN y ESAN. **Guía para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa**. Publicación Electrónica. Capítulo 3, P. 114

¹¹ Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa CODEMYPE, Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo MTPE. **Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa 2005 – 2009**, Lima-Perú 2007.

tránsito hacia una nueva época donde la información y el conocimiento se constituyen en factores gravitantes de una nueva forma de organizar la economía y la sociedad y factor esencial de la competencia internacional, el equilibrio ecológico del planeta y la viabilidad social de las naciones y pueblos.

De acuerdo a cifras de la OMC la tasa de crecimiento del comercio mundial se ha incrementado notablemente en los años recientes. En el marco de la globalización, caracterizado por el dinamismo de los mercados, la velocidad de respuesta constituye una importante ventaja comparativa de las pequeñas empresas que les permitiría alcanzar altos niveles de eficiencia productiva. Ello hace necesario adoptar nuevas formas de organización de la actividad productiva, en que la flexibilidad de las MYPEs resulta un activo particularmente valioso. Tales formas de organización son la subcontratación o la formación de empresas integradoras y la formación de redes o consorcios horizontales.

En el actual contexto económico global, se constata que la mayoría de los países de América Latina han aumentado en los niveles de desigualdad de los

ingresos, es decir un ensanchamiento de la brecha entre los trabajadores con más y menos niveles de capacitación. Por lo tanto, si se quiere lograr resultados satisfactorios en materia de creación de empleos con renta adecuada y de distribución del ingreso, el sector de las micro y pequeñas empresas juegan un rol estratégico.

El crecimiento exponencial del conocimiento, acrecienta aceleradamente la brecha existente entre los países respecto a la generación y uso del conocimiento científico y tecnológico, constituyéndose en un factor clave en el aumento de la desigualdad entre países pobres y ricos. Experiencias recientes de países (Singapur, Corea, India, Taiwán, China) muestran que existen posibilidades en los países pobres de desarrollar capacidades que permitan acortar esta brecha, pero se requiere un esfuerzo explícito y muy grande del Estado, el sector privado y la academia, pero también de la cooperación internacional. Siguiendo con esta lógica, la estrategia de desarrollo de la MYPEs en el Perú debe privilegiar la formación de Recursos Humanos y la incorporación de tecnología a sus procesos.

B) Desafíos del Contexto Nacional

Las políticas de modernización de la economía de los 90 se concentraron en las reformas básicas de mercado desregulación de la economía, privatización de empresas públicas, liberalización comercial y cambio en el rol del Estado. Se requería del desarrollo de una institucionalidad público - privada para lograr un entorno favorable que facilite la gobernabilidad, un poder judicial que funcione adecuadamente, una adecuada política que promueva la competencia y regule las prácticas monopólicas de precios y provisión de servicios, instrumentos que faciliten la transferencia de tecnología.

Las exportaciones están registrando un crecimiento importante en los últimos dos años; este año se prevé un superávit comercial de alrededor de dos mil millones de dólares, donde se destacan los sectores no tradicionales de agroindustria y textiles. En los sectores no tradicionales es donde se debe fortalecer la participación de la MYPEs, dada la gran capacidad de

absorción de mano de obra y las posibilidades de asociación con mediana y gran empresa¹².

2.2.4. Definición de Términos.

a. LA PYME.

Tanto la micro como la pequeña empresa son las unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley – Artículo 2^a).

Las características de las PYME, se pueden apreciar en el siguiente cuadro:

DETALLE	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Numero de trabajadores	De uno (1) hasta Diez(10)	De uno (1) hasta cincuenta(50)
Nivel de ventas anuales	Hasta el mosto máximo de 150 UIT	De 150 UIT hasta el mosto máximo de 850 UIT

b. MICROEMPRESAS.

Las microempresas dejan de tener la condición de tal, cuando por el periodo de un año exceden el importe máximo de las ventas brutas anuales a las que se refiere el artículo 3^o de la Ley, o cuando el

¹² Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa CODEMYPE, Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo MTPE. **Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa 2005 – 2009**, Lima-Perú 2007.

promedio anual de trabajadores contratados por la empresa durante dos años consecutivos es un número superior a diez (10) trabajadores. (Reglamento – Artículo 4º).

c. PEQUEÑAS EMPRESAS.

Tratándose de la pequeña empresa, estas dejan de tener la condición de tal cuando por un periodo de dos años consecutivos, exceden el importe máximo de las ventas brutas a las que se refiere el artículo 3º de la Ley, o cuando el promedio anual de trabajadores contratados por la empresa, durante dos años consecutivos, es un número superior a cincuenta (50) trabajadores (Reglamento – Artículo 4º).

d. FORMALIZACION.

El estado fomenta la formalización de las PYME a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior (Ley – Art 36º)

Las entidades del estado efectuarán la revisión y simplificación, de sus procedimientos, así como difundirán información y brindarán orientación a las PYME sobre los procedimientos y condiciones para su formalización en aspectos tributarios, laborales, otorgamiento de licencias, registro, permisos y otros necesarios para su eficaz acceso al mercado.

e. LOGISTICA.

Es el proceso de planificar, implementar y controlar eficientemente el flujo de materias primas, productos en curso, productos terminados y la información relacionada con ellos, desde el punto de origen hasta el punto de consumo con el propósito de satisfacer los requerimientos del cliente.¹³

f. LOGISTICA EMPRESARIAL.

La logística empresarial comprende la planificación la organización y el almacenamiento de materiales y productos desde la adquisición hasta el consumo, a través de la organización y como un sistema integrado. El objetivo que pretende conseguir es satisfacer las necesidades y los requerimientos de la demanda de la manera más eficaz y con el mínimo costo posible.

g. SISTEMA DE LOGISTICA.

Bajo el impulso inicial de la cibernética se utiliza el termino sistemas de un modo general, para indicar un conjunto de medios interconectados (objetos, seres humanos, informaciones) utilizando según un proceso dinámico, con el fin de alcanzar los objetivos señalados.

h. LOGISTICA VIRTUAL.

Desarrolla aplicaciones con tecnología de información y comunicación (Internet). Estandarizar recursos logísticos para hacer posible su uso por organizaciones diferentes.

¹³ The Council of Logistics Management. RLEC. Reverse Logistics Executives Council. P.8)

Implantar sistemas para asegurar la calidad, confiabilidad y disponibilidad de los recursos. Implantar regulaciones para limitar responsabilidades de los usuarios de los recursos logísticos.

I. GESTION GERENCIAL.

Mide la calidad de los recursos gerenciales, de las estrategias competitivas, del desarrollo de productos, del control de calidad de los recursos humanos y del mercadeo a nivel de empresa privada¹⁴.

Los funcionarios de los niveles gerenciales de las organizaciones publicas o privadas son los esponsables de seleccionar y aplicar con calidad los conceptos y las técnicas necesarias para ajustar las estrategias, las estructuras los procesos y los recursos productivos al aseguramiento de resultados cada vez mas positivos, encaminados a la calidad, la competitividad y al logro de la misio y la visión organizacional¹⁵.

J. SISTEMA/ TECNOLOGIAS DE INFORMACION.

En la actualidad las organizaciones han definido claramente que para mantener un alto nivel de competitividad, con un mejor servicio al cliente y un alto nivel de productividad de sus funcionarios se hace necesario el uso y aplicación de todas las ventajas que le proporciona las tecnologías de la información.

¹⁴ Eduardo A Arbones Malisani “ La Empresa Eficiente” Aproveccionamiento, Producción y Distribución física, Alfa y Omega Grupo Editor, S.A. de C.V. Colombia 1999

¹⁵ [http:// www.lasalle.edu. Co/*educont/facult_adminis_empresas/gestion_gerencial/centro](http://www.lasalle.edu.co/*educont/facult_adminis_empresas/gestion_gerencial/centro). Htm.

CAPITULO III

METODOLOGIA Y TECNICAS DE INVESTIGACION.

3.1. Tipo y Nivel de Investigación.

3.1.1. Tipo.

Según el alcance y análisis de los resultados el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominado como: investigación descriptiva - explicativa.

3.1.2. Nivel de Investigación

Conforme a los propósitos del estudio la investigación se centra en el nivel descriptivo – explicativo, aplicativo.

3.2. Método de la Investigación.

3.2.1. Método.

Como método general se utilizó el método científico; y como métodos particulares el inductivo, deductivo y estadístico.

3.2.2. Diseño.

Como estrategia para el desarrollo de la investigación se utilizó el diseño transversal

3.3. Universo y Muestra.

3.3.1. Universo del Estudio.

La población a investigar estuvo integrada por las MYPES Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

3.3.2. Universo Social.

Gerentes y Trabajadores de las MYPES Industrializadoras.

3.3.3. Unidad de Análisis

La población estuvo conformada por 38 administradores o gerentes de las MYPES que siguen algunos procedimientos logísticos.

Estos gerentes o administradores se encuentran agremiados en la CCP (Cámara de Comercio de Pasco) en la Provincia de Pasco.

3.3.4. Muestra de Investigación.

La unidad de análisis que conforma la investigación será de cada gerente o administrador de la CCP. En la determinación del tamaño óptimo de la muestra se utilizará la fórmula del muestreo aleatorio simple para estimar proporciones cuya fórmula se describe a continuación.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N-1) + Z^2 P Q}$$

Dónde:

Z : Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 95% de confianza.

P : Proporción de gerentes que hacen uso de la logística para realizar cambios en las MYPES (se asume $P = 0.5$).

Q : Proporción de Gerentes que no hacen uso de la Logística para realizar cambios en las MYPES (se asume $Q = 0.5$).

e : Margen de error.

N : Población.

n : Tamaño óptimo de muestra.

A un nivel de significancia de 95% y 5% como margen de error

n será:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (38)}{(0.1)^2 (38-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

n = 27 gerentes o administradores.

Estos gerentes o administradores de las MYPES serán seleccionados aleatoriamente de la población en estudio.

3.4. Formulacion de Hipótesis.

3.4.1. Hipótesis General.

H1: La aplicación del sistema logístico si Contribuye al crecimiento de las MYPES de la Provincia de Pasco.

3.4.2. Hipótesis Específica.

H₁ La aplicación del sistema logístico si contribuye en la toma de decisiones para el crecimiento de las MYPES de la Provincia de Pasco.

H₁ La aplicación del sistema logístico si permite el desarrollo de las MYPES de la Provincia de Pasco.

H₁ Los conocimientos que poseen los empresarios de las MYPES respecto a la logística, son adecuados.

3.5. Identificación de Variables.

3.5.1. Variable Independiente.

X = Sistema Logístico.

Indicadores.

- X_1 Stock
- X_2 Jus time.
- X_3 Toma de Decisiones.
- X_4 Conocimiento.

3.5.2. Variable dependiente.

$Y =$ Crecimiento de Mypes industrializadoras.

Indicadores.

- Y_1 Inversión
- Y_2 Cobertura de Mercado
- Y_3 Talento Humano
- Y_4 Infraestructura.

3.6. Definición de Variables e Indicadores.

Variables	definición	indicadores	Escala de medición
V.I. Sistema Logístico:	Manera con que se administra los suministros en una organización o empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ X_1 Stock ✓ X_2 Jus time. ✓ X_3 Toma de Decisiones. ✓ X_4 Conocimiento 	BUENO REGULAR MALO SI NO A VECES
V.D. Crecimiento	Acto de expansión o cobertura de una empresa en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Y_1 Inversión ✓ Y_2 Cobertura de Mercado ✓ Y_3 Talento Humano ✓ Y_4 Infraestructura 	BUENO REGULAR MALO SI NO A VECES

3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

3.7.1. Técnicas.

Las principales técnicas que se utilizarán en este estudio serán Encuesta, Análisis documental y la Observación Directa.

3.7.2. Instrumentos.

Cuestionario, Guías de análisis documental, y guía de observación.

3.8. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.

Concluido el trabajo de campo, se procederá a construir una base de datos para luego realizar los análisis estadísticos en el paquete SPSS versión 12.0 realizando lo siguiente:

- a. Obtención de frecuencias y porcentajes en variables cualitativas
- b. Construcción de tablas para cada percepción según gerentes o administradores encuestados
- c. Elaboración de gráficos por cada percepción estudiada para la presentación de resultados.
- d. Análisis inferencial con la prueba de chi-cuadrado de comparación de proporciones independientes.

e. Se efectuara a través del paquete estadístico SPS Ver.

17.0

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.

Antes de ejecutar la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos, primero hemos procedido a la elaboración de los instrumentos de recolección de información para luego validar adecuadamente conforme los procedimientos que exige un trabajo de investigación rigurosa e imparcial, que conduce a la demostración de las hipótesis, en cumplimiento a los objetivos del presente trabajo; por lo que detallamos metodológicamente el trabajo desarrollado:

- 1) Se han elaborado previamente los instrumentos de recolección de datos para la aplicación de la encuesta a los funcionarios y directivos de las empresas industrializadoras, integrantes de la muestra, para posteriormente validarlos.
- 2) Luego, se ha aplicado una “Prueba Piloto” con los instrumentos previamente elaborados, con el objetivo de realizar algunas correcciones pertinentes si hubiera dicha necesidad y así como poder calcular el tiempo necesario que se requiere para la aplicación y recopilación de las respuestas entre el primero y el último que entrega la encuesta, para lo cual se ha tomado el 10 por ciento del total de la muestra.
- 3) De igual manera, se han convocado a una entrevista no estructurada a los integrantes de la muestra representativa, tomando como base sólo el 10 por ciento del total de la muestra

con la finalidad de recibir algunas sugerencias o dificultades que hubieran en el instrumento de recolección de datos, con la finalidad de evitar posteriores errores en la captación de la información.

En el trabajo de campo, después de validar los instrumentos se han realizado con toda normalidad logrando con éxito todo lo planificado para cumplir con los objetivos de la investigación, permitiendo realizar la aplicación de los siguientes instrumentos previstos para el presente trabajo:

1. **El cuestionario.** Fueron aplicados a los funcionarios y directivos, mediante preguntas cerradas y lógicamente agrupadas, para garantizar la imparcialidad de los informantes y de los datos empíricos en estudio, del total de los integrantes de la muestra y establecida dentro del universo social y unidad de análisis de la presente investigación.
2. **Guía de entrevista.** Se han aplicado sobre la base de preguntas pre – establecidas a los integrantes de la muestra de estudio, con la finalidad de asegurar y garantizar la imparcialidad de los datos empíricos proporcionados por los informantes, con el propósito de reforzar y garantizar la segunda técnica en la presente investigación.
3. **Guía de análisis documental.** Se han registrado algunos datos indispensables relacionados con las variables e

indicadores en estudio, con la finalidad de reforzar y garantizar la imparcialidad de los datos registrados en los dos instrumentos anteriores aplicados en la presente investigación.

Las técnicas e instrumentos seleccionados en la presente investigación, fueron elegidos teniendo en cuenta el método de investigación utilizada en el presente trabajo.

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados.

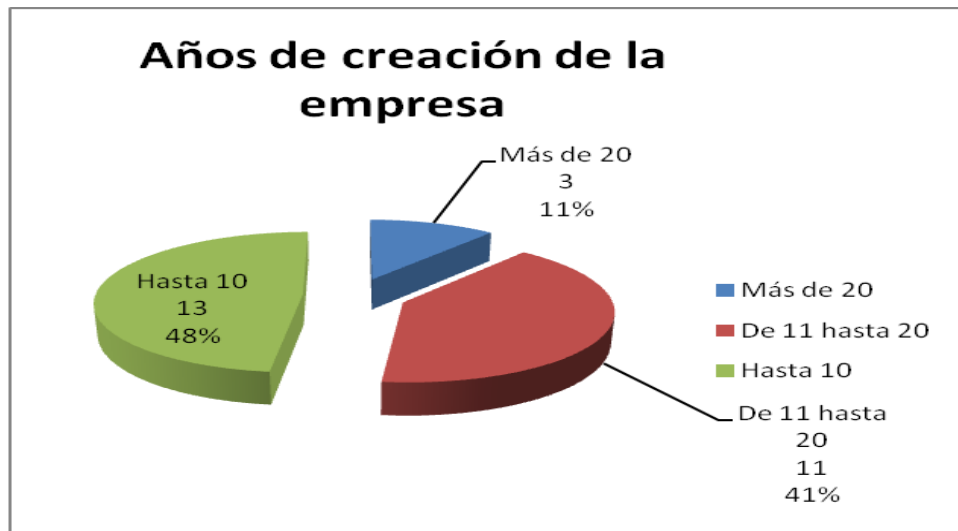
1. Fecha de creación de su empresa.

Cuadro N° 01

Años de creación de la empresa	Nº	%
Más de 20	3	11.11
De 11 hasta 20	11	40.74
Hasta 10	13	48.15
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 1



Fuente: Cuadro N° 1.

ANALISIS: Cuadro N° 1

En lo que se refiere a los años de existencia de las empresas Industrializadoras de la provincia de Pasco con organización jurídica de sociedades anónimas, tenemos que un 48.15% tienen de 0 hasta 10 años, así también con un 40.74% tienen de 11 hasta 20 años de creación, en cambio se presenta un 11.11% de empresas con más de 20 años de existencia, lo cual notamos que las empresas son prácticamente nuevas.

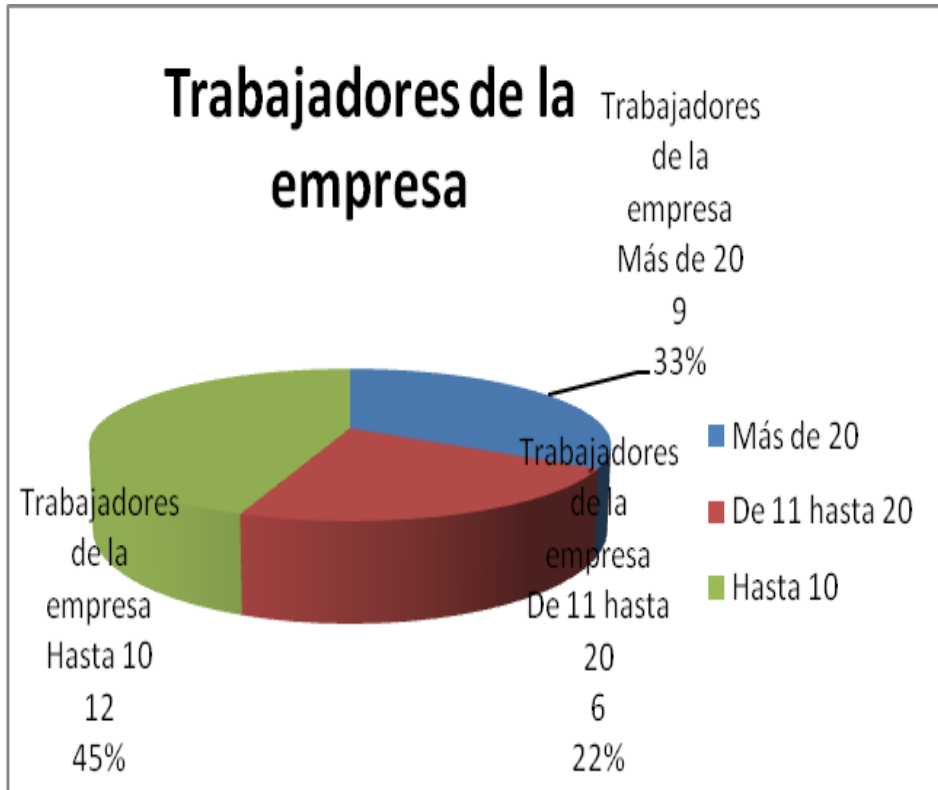
2. ¿Cuántos trabajadores emplea es su empresa?

Cuadro N° 02

Trabajadores de la empresa	Nº	%
Más de 20	9	33.33
De 11 hasta 20	6	22.33
Hasta 10	12	44.44
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 2



Fuente: Cuadro N° 2.

ANALISIS: Cuadro N° 2

Al analizar los resultados entre las empresas con organización jurídica de sociedad anónima sobre el número de trabajadores en su empresa según la definición del INEI, tenemos que un 44.44% son micro empresas (hasta 10 trabajadores) y en un 22.33% son pequeñas empresas (de 11 hasta 20trabajadores), en cambio podemos observar que un 33.33 % son medianas empresas (más de 20 trabajadores).

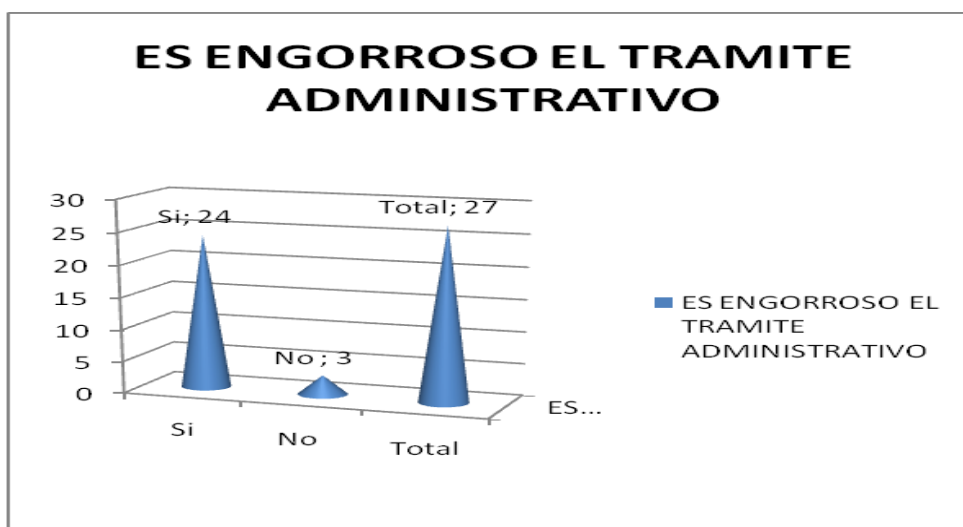
3.- ¿Tiene usted conocimiento de la logística?

Cuadro N° 03

Conoce la logística	N°	%
Si	24	88.89
No	3	11.11
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco

Gráfico N°3



Fuente: Cuadro N° 3.

ANÁLISIS: cuadro N° 3

En cuanto a la aplicación de la logística dentro de cada empresa, el 88.89% de los gerentes o administradores de las empresas visitadas considera que tiene conocimiento de la logística dentro de su empresa, frente a un 11.11% que no tiene conocimiento.

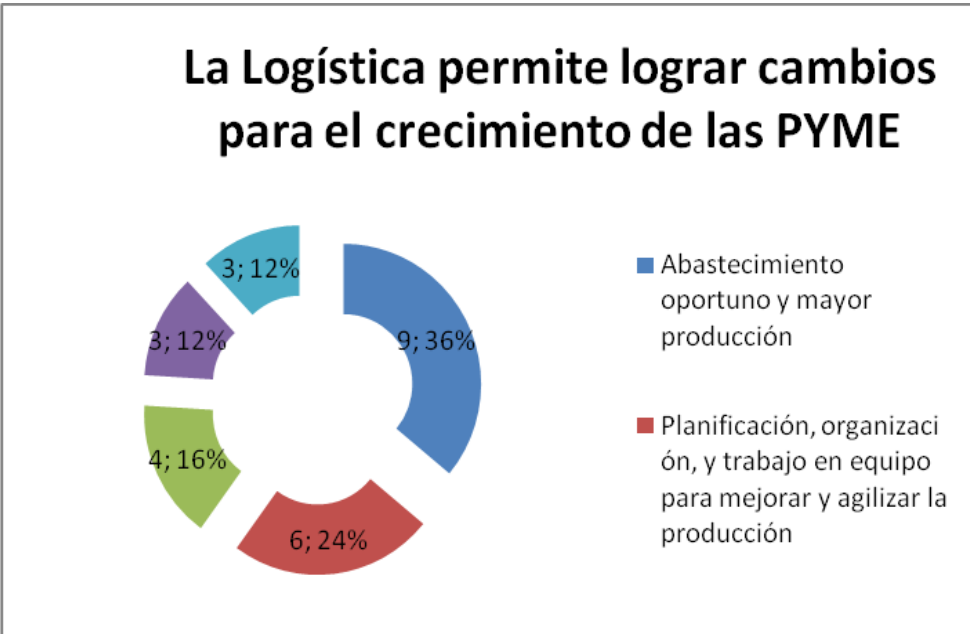
4.- ¿La Logística permite lograr cambios para el crecimiento de las PYME?

Cuadro N° 04

Alternativas	La Logística permite lograr cambios para el crecimiento de las MYPE	Nº	%
a	Abastecimiento oportuno y mayor producción	9	33.33
b	Planificación, organización, y trabajo en equipo para mejorar y agilizar la producción	6	22.23
c	Coordinación entre las áreas de producción hasta el consumidor final.	4	14.82
d	Control del movimiento de personal, transporte y servicio	3	11.11
e	Mejores cotizaciones de insumos para después comprarlo	3	11.11
f	Otros	2	7.40
Total		27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco

Gráfico N°4



Fuente: Cuadro Nº 4.

ANALISIS: Cuadro Nº 4

Analizando a los gerentes o administradores de las empresas agremiadas a APEMIVES con organización jurídica de sociedades anónimas, acerca de lo que entienden por logística tenemos que un 33.33% piensa que es abastecimiento oportuno y que logra un mayor producción, seguido por un 22.23% están convencidos de que es la planificación organización y trabajo en equipo para mejorar y agilizar la producción. Cabe considerar que un 14.82%. Piensa que la logística logra cambio favorable ya que le permite coordinar entre las áreas de producción hasta el consumidor final. Si analizamos en total un 70.38% están claros de lo que entienden por logística y dichos conceptos están muy cercanos a su definición.

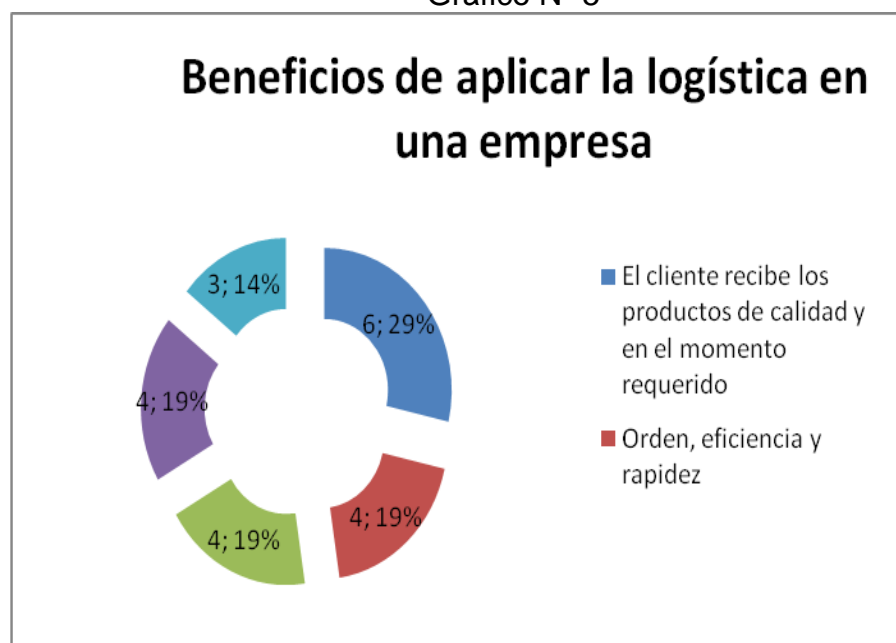
5.- ¿La Logística es beneficiosa para la organización?

Cuadro Nº 05

Alternativas	Beneficios de aplicar la logística en una empresa	Nº	%
a	El cliente recibe los productos de calidad y en el momento requerido	6	22.22
b	Orden, eficiencia y rapidez	4	14.82
c	Optimizar las ventas y la calidad	4	14.82
d	Información actualizada y coordinación con las diferentes áreas	4	14.82
e	Ahorro de dinero y tiempo	3	11.12
f	Mayor producción	2	7.40
g	Programar coordinaciones con proveedores	2	7.40
h	otros	2	7.40
total		27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico Nº 5



Fuente: Cuadro Nº 5.

ANALISIS: CUADRO N° 5

En lo que se refiere a la ventaja de aplicar la logística en una empresa, tenemos que los gerentes o administradores de las empresas agremiadas a AEMYPEIM con organización jurídica de sociedades anónimas piensan que el cliente recibe los productos de calidad y en el momento requerido (2.22%), se logra un orden, eficiencia y rapidez (14.82%), además optimiza las ventas y calidad (14.82) y con el mismo porcentaje se obtiene información actualizada y coordinación con las diferentes áreas de la empresa.

Y sólo un 11.12% opinan que una ventaja sería un ahorro de dinero y tiempo. Entonces podemos concluir que con un 77.80% las personas entrevistadas tiene conocimiento de las ventajas que proporciona la logística al ser aplicada en una empresa.

6.- ¿Existe un departamento de logística en su empresa?

Cuadro N° 06

Existe un departamento de Logística en su empresa	Nº	%
Si	22	81.48%
No	2	18.52%
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N°6



Fuente: Cuadro N° 6.

ANALISIS: Cuadro N° 6

En los que respecta a la existencia formal de un departamento de logística en las empresas el 81.48% de los gerentes o administradores manifestaron contar con un área específica para la logística de la empresa, mientras que el 18.52% restante manifestó no tener un área específica para llevar a cabo esa labor.

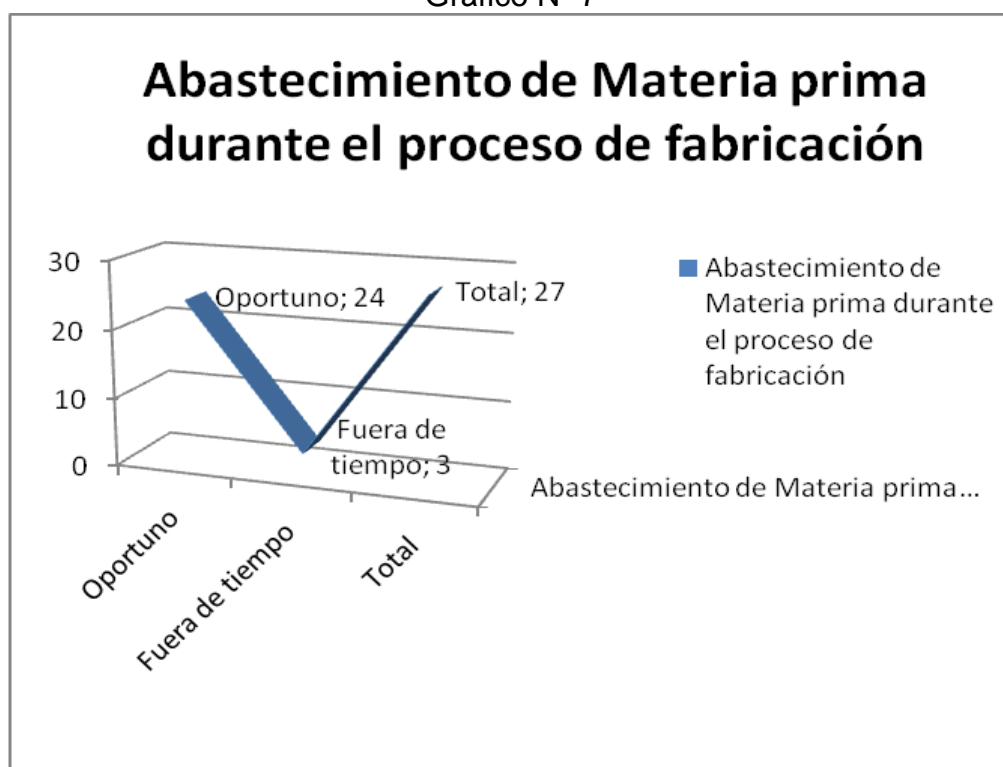
7.- ¿Cómo considera el abastecimiento de materia prima durante el proceso de fabricación?

Cuadro N° 07

Abastecimiento de Materia prima durante el proceso de fabricación	Nº	%
Oportuno	24	88.89
Fuera de tiempo	3	11.11
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 7



Fuente: Cuadro N° 7.

ANALISIS: Cuadro N° 7

Analizando los resultados entre las empresas agremiadas con organización jurídica de sociedades anónimas sobre como considera el abastecimiento de materia prima durante el periodo de fabricación encontramos que en un 88.89% es en forma oportuna y en un 11.11% lo obtiene fuera de tiempo.

8.- Con respecto a las ventas de sus productos, ¿Cómo ha variado con respecto al año pasado?

Cuadro N° 08

Ventas respecto al año pasado	Nº	%
Aumentado	12	44.44
Disminuido	10	34.04
Igual	5	18.52
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 8



Fuente: Cuadro N° 8.

ANALISIS: Cuadro N°8

Realizando un análisis en las empresas con organización jurídica de sociedades anónimas sobre cómo ha variado la venta de sus productos con respecto al año pasado, encontramos que un 37.04% ha disminuido, un 44.44% ha aumentado sus colocaciones, y se manifiesta que se mantiene igual solamente un 18.52%

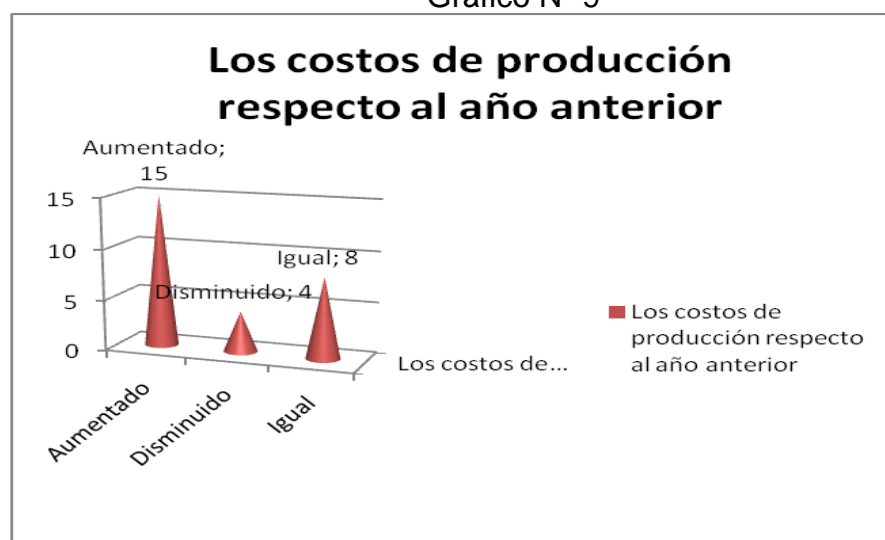
9.- ¿Con respecto a los costos de producción, ¿Cómo los considera con respecto al año anterior?

Cuadro N° 09

Los costos de producción respecto al año anterior	Nº	%
Aumentado	15	55.56
Disminuido	4	14.81
Igual	8	29.63
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 9



Fuente: Cuadro N° 9.

ANALISIS: Cuadro N° 09

A la pregunta de cómo considera los costos de producción con respecto al año anterior entre las empresas agremiadas con organización jurídica de sociedades anónimas tenemos que un 55.56% considera que han aumentado, frente a un 14.81% manifestó que estos costos de producción han disminuido, y solo un 29.63% mencionó que continúan igual con respecto al año pasado.

10.- ¿Tiene el servicio de postventa hacia el cliente?

Cuadro N° 10

Cuenta con servicio de Postventa	Nº	%
Si	21	77.78
No	6	22.22
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco

Gráfico N° 10



Fuente: Cuadro N° 10.

ANALISIS: Cuadro N° 10

Indagando si las empresas con organización jurídica de sociedad anónima tienen un servicio al cliente después de concluir la venta, se encontró que un 77.78% de las empresas cuentan con dicho servicio y solo un 22.22 aun no cuentan con este servicio importante.

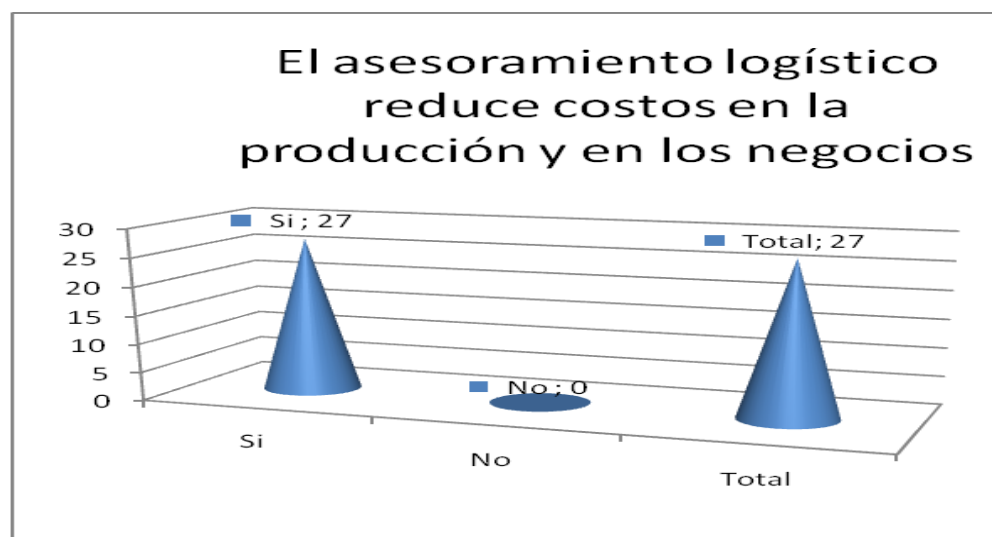
11.- ¿Considera usted que el asesoramiento logístico podría reducir los costos en la producción y en los negocios?.

Cuadro N° 11

El asesoramiento logístico reduce costos en la producción y en los negocios	Nº	%
Si	27	100
No	0	0.0
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco

Gráfico N° 11



Fuente: Cuadro N° 11.

ANALISIS: Cuadro N° 11

Las empresas agremiadas manifestaron en un 100.00% que el asesoramiento logístico podría reducir costos en la producción y en los negocios.

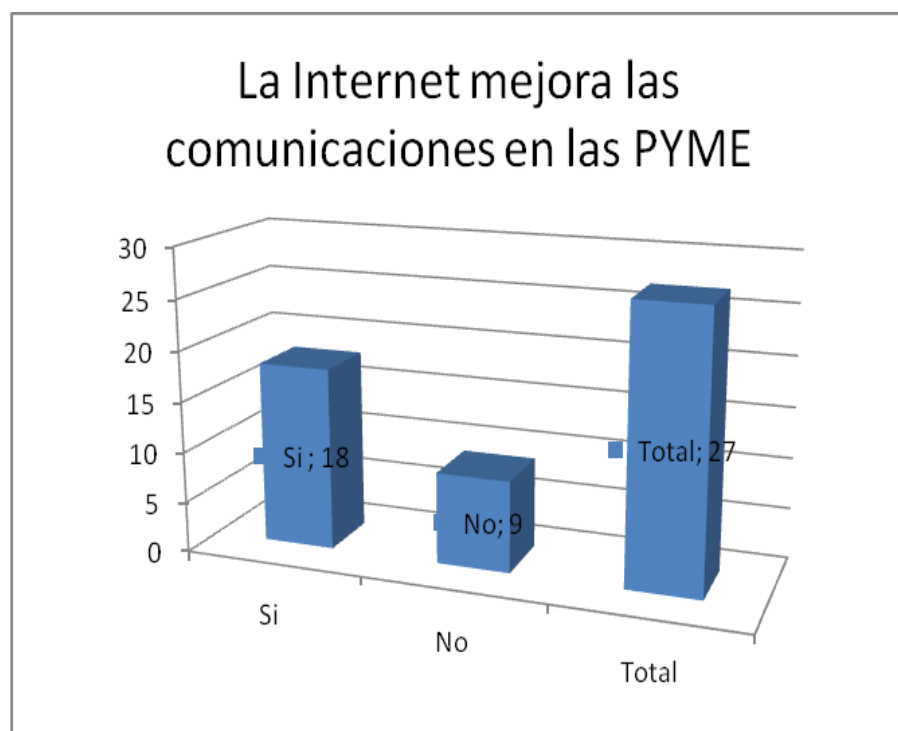
12.- ¿Ha utilizado el internet para mejorar las comunicaciones en las diferentes áreas de las MYPEs?

Cuadro N° 12

La Internet mejora las comunicaciones en las PYME	Nº	%
Si	18	66.67
No	9	33.33
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco

Gráfico N° 12



Fuente: Cuadro N° 12.

ANALISIS: Cuadro N° 12

Entre las empresas agremiadas a AEMYPEIM, con organización jurídica de sociedad anónima encontramos que un 66.67% utiliza el Internet para mejorar sus ventas, contra un 33.33 que aún no lo utiliza.

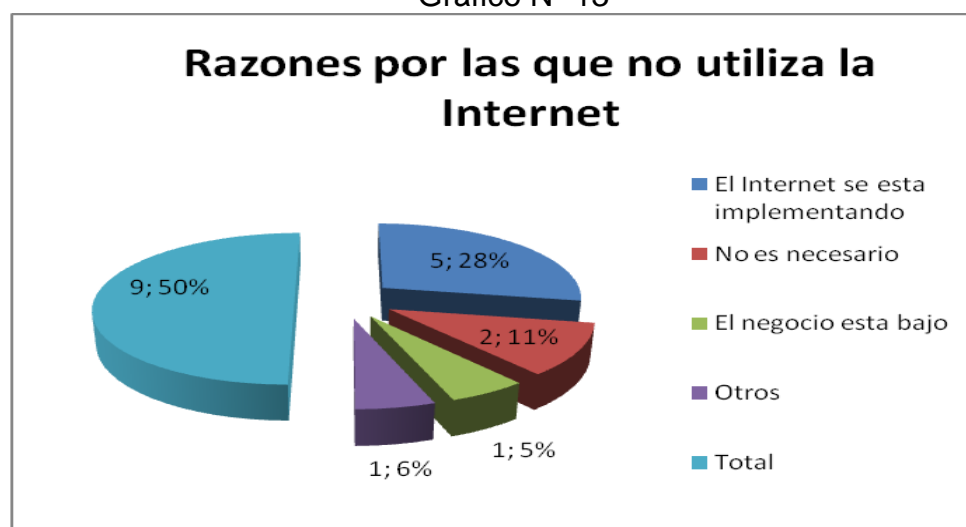
13.- ¿Por qué no utiliza la Internet para mejorar las comunicaciones en las diferentes áreas de las MYPE?

Cuadro N° 13

Razones por las que no utiliza la Internet	Nº	%
El Internet se está implementando	5	55.56
No es necesario	2	22.22
El negocio está bajo	1	11.11
Otros	1	11.11
Total	9	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 13



Fuente: Cuadro N° 13.

ANALISIS: Cuadro N° 13

De los entrevistados un 55.56% manifiesta que aún está implemento el Internet en sus empresas, y un 22.22% piensa que no es necesario. Además, con igual porcentaje de 11.11% manifestaron que el negocio está bajo entre otras diferentes opiniones.

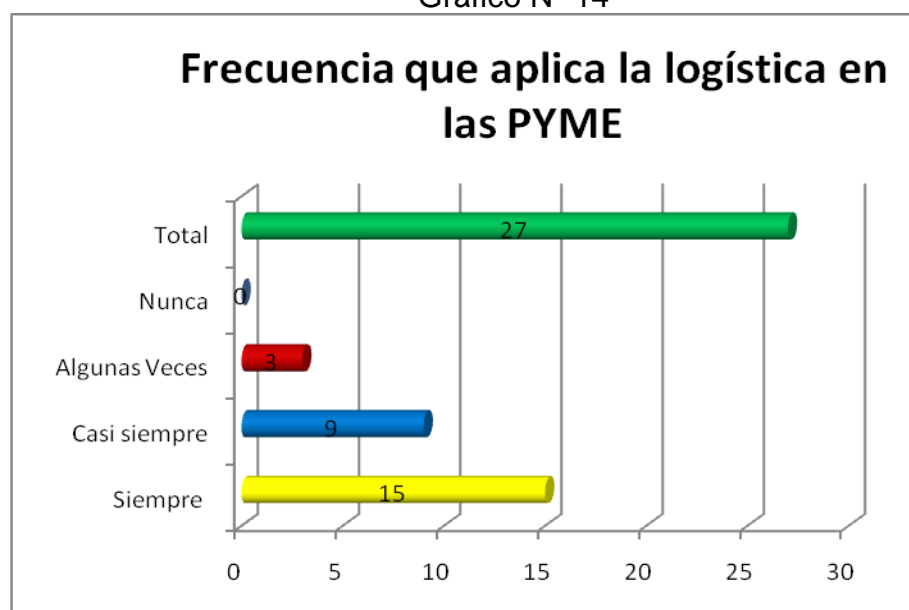
14. ¿Con qué frecuencia aplica la logística empresarial?

Cuadro N° 14

Frecuencia que aplica la logística en las MYPE	Nº	%
Siempre	15	55.56
Casi siempre	9	33.33
Algunas Veces	3	11.11
Nunca	0	00.00
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 14



Fuente: Cuadro N° 14.

ANALISIS: Cuadro N° 14

A nivel de las empresas con organización jurídica de sociedad anónima tenemos que un 55.56% de administradores manifestó siempre utilizar la logística empresarial pues esto ayuda al cambio en las MYPEs, lo cual es muy bueno. Por otro lado un 33.33% de administradores manifestó que casi siempre utilizan y aplican la logística. Por ultimo un 11.11% manifestó utilizar la logística solamente algunas veces.

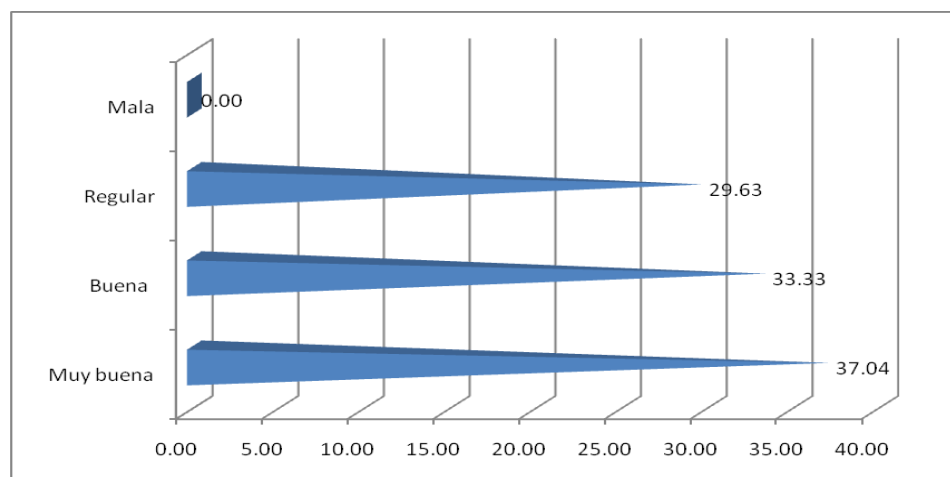
15. ¿Cómo sería la influencia de la Logística Empresarial en la Toma de Decisiones en las MYPEs?

Cuadro N° 15

Influencia de la Logística empresarial en la toma de decisiones	Nº	%
Muy buena	10	37.04
Buena	9	33.33
Regular	8	29.03
Mala	0	00.00
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 15



Fuente: Cuadro N° 15.

ANALISIS: Cuadro N° 15

Al analizar los resultados sobre la influencia de la logística empresarial en la toma de decisiones en las MYPEs entre las empresas agremiadas encontramos que un 37.04% está convencido de que la influencia sería de muy buena, además un 33.33% también lo considera buena, con lo que afirmaríamos que un 33.33% lo considera positivo la influencia de la logística empresarial en la toma de decisiones, y solo una 29,63% la considera de regular.

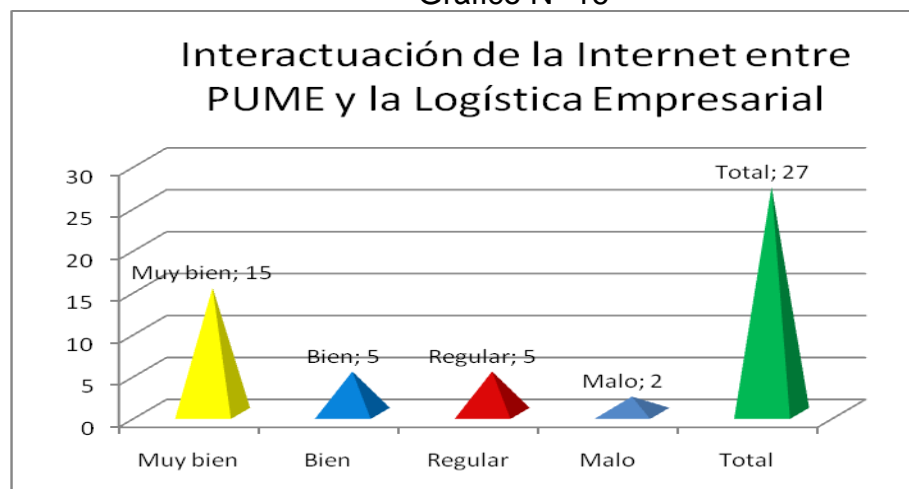
16 ¿Cómo considera que la Internet interactúa entre las PYME y la logística empresarial?

Cuadro N° 16

Interactuación de la Internet entre PUME y la Logística Empresarial	Nº	%
Muy bien	15	55.56
Bien	5	18.52
Regular	5	18.52
Malo	2	7.40
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 16



Fuente: Cuadro N° 16.

ANALISIS: Cuadro N° 16

En lo que se refiere a la opinión de las empresas con organización jurídica de sociedades anónimas acerca de si la red global interactúa entre las MYPEs y la logística empresarial un 55.56% lo considera de muy bien, un 18.52% de bien y con el mismo porcentaje 18.52% lo considera como regular, sin dejar de lado que un 7.40% lo considera de malo.

Cabe recalcar que un 74.08% está de acuerdo que la red global interactúa favorablemente entre las MYPEs y la logística empresarial.

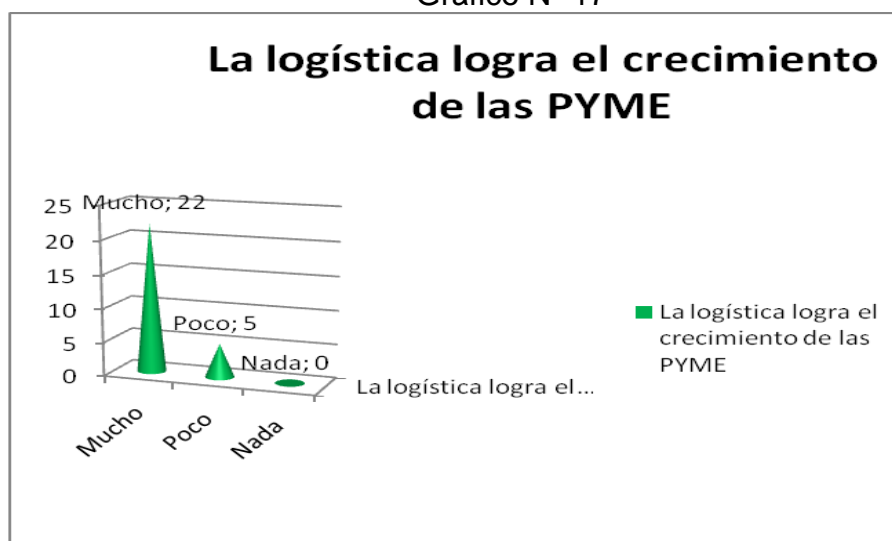
17. ¿La Logística ha permitido el crecimiento de las MYPEs?

Cuadro N° 17

La logística logra el crecimiento de las PYME	Nº	%
Mucho	22	81.48
Poco	5	18.52
Nada	0	0.00
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 17



Fuente: Cuadro N° 17.

ANALISIS: Cuadro N° 17

En cuanto a la creencia entre los gerentes o administradores de las empresas agremiadas sobre si la logística les ha permitido el crecimiento en sus empresas, un 81.48% considera que ha sido favorable, frente a un 18.52% que considera que ha sido muy poco.

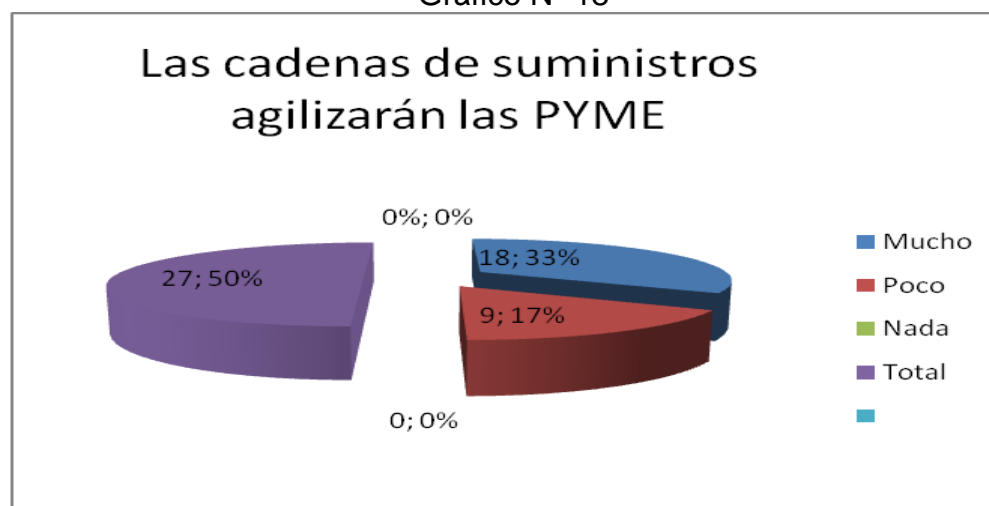
18. ¿En qué medida la cadena de suministros agilizará las MYPEs?

Cuadro N° 18

Las cadenas de suministros agilizarán las PYME	Nº	%
Mucho	18	66.67
Poco	9	33.33
Nada	0	0.00
Total	27	100.00

Fuente: Administradores o gerentes de las MYPEs Industrializadoras de la Provincia de Pasco.

Gráfico N° 18



Fuente: Cuadro N° 18.

ANALISIS: Cuadro N° 18

Realizando un análisis entre las empresas con organización jurídica de sociedades anónimas acerca de medir de cuanto agilizarán las cadenas de logística las MYPEs, tenemos un alto porcentaje de 66.67% que opinan que tiende mucho a agilizar las MYPEs, pero un 33.33% solamente lo considera que lo agiliza muy poco.

4.3. Contrastación de Hipótesis.

Para contrastar las hipótesis planteadas se usó la distribución Ji cuadrada pues los datos para el análisis se encuentran clasificados en forma categórica. La estadística Ji cuadrada es adecuada porque puede utilizarse con variables de clasificación o cualitativas como la presente investigación.

HIPÓTESIS A:

Hi La aplicación del sistema logístico no contribuye en la toma de decisiones para el crecimiento de las MYPES de la Provincia de Pasco.

Ho La aplicación del sistema logístico si contribuye en la toma de decisiones para el crecimiento de las MYPES de la Provincia de Pasco.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.

2. Estadística de Prueba es:

$$X^2_c = \frac{\sum (F_o - F_e)^2}{F_e}$$

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando H_0 es verdadera, X^2 sigue una distribución aproximada de Ji-cuadrada con $(3 - 1) (4 - 1) = 6$ grados de libertad.

4. Regla de decisión: A un nivel de significancia de 0.05, rechazar hipótesis nula (H_0) si en valor calculado de X^2 es mayor o igual a $X^2_t = 12.59$

5. Cálculo de la estadística de prueba: al desarrollar la formula tenemos:

$$X^2_c = \sum \frac{(FO - Fe)^2}{Fe} = 0.0051$$

6. Decisión estadística: Dado que $X^2_c < X^2_t$, Se Acepta H_0

7. Conclusión: La aplicación del sistema logístico si contribuye en la toma de decisiones para el crecimiento de las MYPES de la Provincia de Pasco.

HIPÓTESIS B:

H_1 La aplicación del sistema logístico no permite el desarrollo de las MYPES de la Provincia de Pasco.

Ho La aplicación del sistema logístico si permite el desarrollo de las MYPES de la Provincia de Pasco.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.

2. Estadística la Prueba es:

$$X^2_c = \frac{\sum (F_o - F_e)^2}{F_e}$$

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando Ho es verdadera X^2 , sigue una distribución aproximada de Ji-cuadrada con $(4 - 1) (4 - 1) = 9$ grados de libertad.

4. Regla de decisión: A un nivel de significancia de 0.05, rechazar hipótesis nula (Ho) si en valor calculado de X^2 es mayor o igual a $X^2_t = 16.92$

5. Calculo de la estadística de prueba: al desarrollar la formula tenemos:

$$X^2_c = \frac{\sum (F_o - F_e)^2}{F_e} = 0.0064$$

6. Decisión estadística: Dado que $X^2_c < X^2_t$, Se Acepta Ho

7. Conclusión: La aplicación del sistema logístico si permite el desarrollo de las MYPES de la Provincia de Pasco.

HIPÓTESIS C:

Hi Los conocimientos que poseen los empresarios de las MYPES respecto a la logística, son adecuados.

Ho Los conocimientos que poseen los empresarios de las MYPES respecto a la logística, son inadecuados.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de Prueba es:

$$X^2_c = \frac{\sum (F_o - F_e)^2}{F_e}$$

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando Ho es verdadera, X2 sigue una distribución aproximada de Ji-cuadrada con $(3 - 1)(4 - 1) = 6$ grados de libertad.

4. Regla de decisión: A un nivel de significancia de 0.05, rechazar hipótesis nula (Ho) si en valor calculado de X2 es mayor o igual a $X2_t = 12.59$

5. Cálculo de la estadística de prueba: al desarrollar la formula tenemos:

$$X^2_c = \frac{\sum (F_o - F_e)^2}{F_e} = 0.0064$$

6. Decisión estadística: Dado que $X_{2c} < X_{2t}$, Se Acepta H_0
7. Conclusión: Los conocimientos que poseen los empresarios de las MYPES respecto a la logística, son inadecuados.

4.4. Discusión de resultados.

Finalmente podemos señalar que la logística empresarial es fundamental para el desarrollo y crecimiento de las empresas, es necesaria la automatización de los sistemas logísticos lo cual permitirá tomar decisiones en tiempo real beneficiando a la organización y por ende se convierte en una ventaja competitiva para su crecimiento y desarrollo.

CONCLUSIONES.

1. En las MYPES Industrializadoras de la Provincia de Pasco son 48.15% relativamente jóvenes, con menos de 10 años de creación; el 40.74 % con menos de 20 años, en tanto que las que tienen más de 20 años corresponden a un 11.11%. A pesar que las MYPES son relativamente nuevas y se constituyen como el sector empresarial más importante en la generación de empleo a nivel provincial, aportando el 88% de los empleos del sector empresarial, el 60% del empleo total.
- 2.- En cuanto al número de trabajadores de las empresas visitadas hemos encontrado que el 44.44% están compuestas de hasta 10 personas, constituidas como microempresas. En pequeñas empresas se tienen un 22.23%. y medianas empresas en un 33.33%.
- 3.- El 88% confirmo su conocimiento sobre logística y un 77.38% está convencida de que cumple un papel sumamente importante, permitiéndonos optimizar sus procesos internos, reducir costos y aumentar la calidad de sus servicios, también de lograr una mejor planificación, logrando mejor trabajo en equipo y coordinación entre las diferentes áreas de la empresa, todo esto para mayor satisfacción del cliente final. Por ello es importante que las MYPES se avoquen en lograr capacitar a personas responsables de las actividades logísticas, de manera que se promueva la eficiencia en el abastecimiento y distribución de los bienes y servicios mediante el estímulo de la compensación de costos. Así mismo debe lograrse el arreglo de la Lograrse el arreglo de la organización de manera formal o informal.

4. Cabe mencionar que un 78.80% está convencido de que la logística es beneficiosa para la organización, porque permite ordenar, lograr eficiencia y eficacia, optimizando las ventas y calidad, así como una información actualizada, logrando con ello ahorro en tiempo y dinero. Además que dentro de su empresa tienen un 81.48% un departamento responsable de llevar a cabo la logística.

RECOMENDACIONES

- 1.- Si bien es urgente promover el interés de los empresarios en el desarrollo de sus organizaciones a través de la logística empresarial en la Provincia de Pasco hemos encontrado que se le da la importancia debida y la ven como una gran ventaja frente al mercado competitivo. Es importante decir que la implantación del nuevo modelo será mucho más viable.
- 2.- A las personas responsables de la logística se les recomienda complementar con conocimientos, a fin de lograr una gestión con responsabilidad en el conjunto de la cadena logística centrada en aprovisionamiento, logística de entrada, producción y logística de salida; esto de la mano del uso de Internet, considerar el uso de Internet e intranet.
- 3.- Capacitar a los administradores de las MYPES Industrializadoras de la Provincia de Pasco y con miras a lograr un negocio potencial, conociendo los requerimientos y opiniones de los clientes, conocer su entorno y sus estrategias, poseer un servicio de rápido dinámico y eficiente con soluciones creativas, recordando que los clientes compran no solo por sus productos sino por el servicio que se les presta.

BIBLIOGRAFÍA.

1. ALLHONRAT; COROMINAS; "Localización, distribución en planta y manutención". Barcelona: Marcombo, 2011.
2. MICHEL ROUX. "Manual de logística para la gestión de almacenes". Barcelona: Gestión 2009, 2011.
3. Gil Gutierrez Casas y Bernardo Prida. "Logística y distribución física". Editorial: Mc Graw-Hill. 2010.
4. Ignacio Soret Los Santos. "Logística y marketing para la distribución comercial". Editorial: Esic. 2011.
5. JULIO JUAN ANAYA TEJERO. "Logística integral. La gestión operativa de la empresa". Editorial: Esic. 2000.
6. SALVADOR MIQUEL PERIS, FRANCISCA PARRA GUERRERO Y OTROS. "Distribución comercial. 3ª edición revisada y actualizada". Editorial: Esic. 2009.
7. ENRIQUE DIEZ DE CASTRO, JUAN CARLOS FERNANDEZ "Distribución Comercial". Editorial: Mc Graw-Hill. 2010

Artículos en Revistas especializadas

1. Informe sobre estanterías para el equipamiento de almacenes. Una solución para cada necesidad. Cristina Bernabeu. Código 84. Mayo 2011
2. Exigencias medioambientales en la base. Informe sobre cajas y contenedores. Cristina Bernabeu. Manutención y almacenaje. Junio 2012

3. Informe sobre carretillas contrapesadas. Las Maquinas más polivalentes. Carmina Lafuente. Mantenición y almacenaje. Julio 2011
4. Informe sobre grúas y polipastos. Autor Desconocido. Mantenición y almacenaje. Febrero 2012

Páginas de Internet

1. www.tecsidel.es
2. www.softmatic.com.

ANEXOS:

CUESTIONARIO

La presente encuesta tiene por objetivo conocer la **EL SISTEMA LOGISTICO Y SU IMPLICANCIA EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALIZADORAS DE LA PROVINCIA DE PASCO**; de antemano agradecemos su colaboración.

INSTRUCCIONES:

1. Tenga presente de ser lo más imparcial posible, sincero y veraz en sus respuestas.
2. agradeceremos que ellas apunten a describir de la mejor forma su opinión.

Marque una y sólo una respuesta de las alternativas donde corresponda.

PARTE I

CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA.

1. Nombre o razón social:

.....

2. Fecha de creación de su empresa

3. Cuantos trabajadores emplean en su empresa.

ORGANIZACIÓN

4. Tiene usted conocimiento de la logística en caso de ser afirmativo, definir:

Si No

.....

5. ¿Según su opinión la logística permite lograr cambios para el crecimiento de las MYPES?

.....

6. ¿La logística es beneficiosa para la organización?

.....

7. ¿Existe un departamento de logística en su empresa?
 Sí No
8. ¿cómo considera el abastecimiento de materia prima durante el proceso de fabricación?
 Oportuno1 Fuera de tiempo2
9. Con respecto a las ventas de sus productos, ¿Cómo ha variado con respecto al año pasado?
 Aumentando.....1 Disminuido2 igual3
10. Con respecto a los costos de producción, ¿Cómo los considera con respecto al año anterior?
 Aumentando.....1 Disminuido2 igual3
11. ¿Tiene el servicio de postventa hacia el cliente?
 Si.....1 No2

COMUNICACIONES

12. ¿Ha utilizado el Internet para mejorar las comunicaciones en las diferentes áreas de las MYPES?
 Si → ¿Desde su uso mejoraron los procesos?
 └→ Si.....1 No.....2
- No → ¿Por qué?

**AGRADECEMOS RESPONDER A LAS SIGUIENTES
PREGUNTAS:**

Parte II

1. ¿Con qué frecuencia aplica la logística empresarial?

Siempre1 casi Siempre2 Algunas Veces3 Nunca4

2. ¿Cómo sería la influencia de la logística Empresarial en la toma de decisiones en las MYPES?

Muy Buena1 Buena2 Regular3 Mala.....4

3. ¿Cómo considera que la Internet interactúa entre las MYPES y la logística empresarial?

Muy Buena1 Buena2 Regular3 Mala4

4. ¿La logística ha permitido el crecimiento de las MYPES?

Mucho.....1 Poco.....2 Nada.....3

5. ¿En qué medida la cadena de suministros agilizará las MYPES?

Mucho.....1 Poco.....2 Nada.....3

GUIA DE ANALISIS DOCUMENTAL

1. ¿Qué tipo de documento es?

2. ¿Qué representa?

3. ¿Es una obra de rigor científico?

4. ¿Cuál es su actualidad?

5. ¿Cuál es su contexto?

6. ¿Quién es el autor?

7. ¿Qué relevancia científica tiene en la disciplina?

8. ¿Con que fines se creó el documento?

9. ¿Es autentico?

10. ¿Cuán original es?
