

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“DIAGNÓSTICO DE LA CADENA LOGÍSTICA EN
LAS EMPRESAS ELABORADORAS DE VINO DE
UVA PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL EN
CASCAS, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autora:

Gianella Luciana Vega Cueva

Asesora:

Mg. Ing. Luz Angelita Moncada Vergara

<https://orcid.org/0000-0003-1595-7131>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

| | | |
|---------------------------|------------------------------|----------|
| Jurado 1 Presidente(a) | Omar Fabricio Maguiña Rivero | 17821620 |
| | Nombre y Apellidos | Nº DNI |

| | | |
|----------|---------------------------------|----------|
| Jurado 2 | Enrique Martín Avendaño Delgado | 18087740 |
| | Nombre y Apellidos | Nº DNI |

| | | |
|----------|----------------------------|----------|
| Jurado 3 | José Roberto Huamán Tuesta | 17814526 |
| | Nombre y Apellidos | Nº DNI |

DEDICATORIA

“Esta tesis es dedicada a:

A mis padres Lorena y Manuel por su amor incondicional, paciencia, guía y apoyo durante todo este proceso, por infundir un ejemplo de valentía y esfuerzo al incentivarme a ser mejor cada día y cumplir todos mis sueños.

A mis hermanos Manuel y Camila por ser mi motor y motivo, por alegrarme siempre mis días, con sus locuras, por ser mis compañeros de vida, gracias de todo corazón.

A mi novio por soportarme en mis momentos difíciles, por sus palabras de aliento, por su comprensión y ser mi equilibrio, pero sobre todo por ser mi equipo de vida”.

AGRADECIMIENTO

A mis docentes y en especial a mi tutor por sus conocimientos brindados, compartidos por su paciencia, ayuda y dedicación.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| JURADO EVALUADOR | 2 |
| DEDICATORIA | 3 |
| AGRADECIMIENTO | 4 |
| TABLA DE CONTENIDO | 5 |
| ÍNDICE DE TABLAS | 6 |
| ÍNDICE DE FIGURAS | 7 |
| RESUMEN | 8 |
| CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN | 9 |
| 1. Realidad problemática | 9 |
| 2. Formulación del problema | 24 |
| 3. Objetivos | 24 |
| CAPÍTULO II: METODOLOGÍA | 25 |
| CAPÍTULO III: RESULTADOS | 29 |
| CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES | 42 |
| REFERENCIAS | 49 |
| ANEXOS | 52 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Técnicas e instrumentos de investigación..... | 28 |
| Tabla 2 Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto..... | 30 |
| Tabla 3 Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto..... | 30 |
| Tabla 4 Se registran los productos que ingresan al almacén | 31 |
| Tabla 5 Se efectúa inventario de los productos en almacén. | 31 |
| Tabla 6 Se cuenta con políticas de gestión de inventarios..... | 31 |
| Tabla 7 Se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación..... | 32 |
| Tabla 8 Se planifica la elaboración del producto en la organización. | 34 |
| Tabla 9 Existe un esquema general del proceso de elaboración del vino..... | 34 |
| Tabla 10 Utiliza equipos y maquinaria en la elaboración del producto..... | 35 |
| Tabla 11 Los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción. | 35 |
| Tabla 12 Tiene personal calificado dentro del área de producción. | 35 |
| Tabla 13 Aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración..... | 36 |
| Tabla 14 Se cuenta con un control de calidad de los productos terminados..... | 36 |
| Tabla 15 Se efectúa embalaje y etiquetado de los productos..... | 38 |
| Tabla 16 Los productos están clasificados y ordenados según sus características..... | 38 |
| Tabla 17 Se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos..... | 39 |
| Tabla 18 Utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos..... | 39 |
| Tabla 19 Aplica alguna estrategia de distribución de productos | 39 |
| Tabla 20 Siempre utiliza documentación para el traslado de los productos..... | 40 |
| Tabla 21 Se realiza seguimiento del producto hasta el cliente final..... | 40 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Esquema del Flujo logístico | 15 |
| Figura 2 La logística c. las tres funciones básicas de la empresa: aprov, produ y distri. | 19 |
| Figura 3 Actividades que generan valor en la logística. | 22 |
| Figura 4 Procedimiento de recolección de datos de las empresas elaboradoras de vino. | 28 |
| Figura 5 Nivel de función de aprovisionamiento..... | 32 |
| Figura 6 Nivel de función de producción | 37 |
| Figura 7 Nivel de función de distribución | 41 |
| Figura 8 Nivel de cadena logística de las Empresas elaboradoras de vivo..... | 42 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, realizar el diagnóstico de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la ciudad de Cascas año 2020. Para realizar el estudio se estableció un marco teórico referencial de antecedentes y conceptos teóricos claves. La metodología empleada fue de tipo aplicada de nivel descriptivo donde se utilizó un método no experimental, donde se obtuvo información real de la problemática para luego ser analizada y desarrollar una propuesta de solución que permita optimizar las operaciones logística de las empresas elaboradoras de vino. Para el desarrollo de la investigación se tomó como muestra el proceso logístico, donde se determinó que las organizaciones tienen una limitación al momento de distribuir su producto lo que se ve reflejado al momento de cumplir con la demanda. Así mismo, se analizó los procesos operativos de las empresas, donde se visualizó que la etapa logística se maneja de forma empírica y que ocasiona que no pueda cumplir con los requisitos para poder exportar su producto al exterior. Por esa razón, el Diagnóstico de la cadena logística permitió planificar, ordenar y controlar las operaciones logísticas y producción para que de esta manera se pueda tener un producto de calidad. Finalmente se puede concluir que las empresas elaboradoras de vino aún tienen que mejorar su procesos y operaciones al momento de fabricar sus productos para cumplir con los requisitos de calidad y puedan exportar el producto fuera del país.

Palabras clave: Diagnóstico, cadena logística, exportación, comercio internacional y demanda.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1. Realidad problemática

En los últimos años el proceso de globalización de la economía ha incrementado el comercio internacional, lo cual ha obligado a muchas empresas a buscar nuevos métodos o técnicas que optimicen la cadena logística para el desarrollo correcto de las funciones de aprovisionamiento, producción y distribución de los productos en el mercado local e internacional. Además, hay que mencionar que la cadena está compuesta de todas las partes involucradas ya sea de forma directa o indirectamente para satisfacer la demanda de un cliente. Así mismo la cadena de suministro no solamente incluye al fabricante y los proveedores sino también a los transportistas, almacenistas, vendedores, e incluso a los clientes mismos (Chopra y Meindl, 2013).

Por otro lado, Becerra (2015) indica que el 30% de las empresas peruanas tienen cadenas logísticas competitivas, mientras que el 10% de las firmas locales tienen procesos de aprendizajes. Así mismo, se menciona que el 35% de las empresas poseen cadenas de suministro en un nivel primario; en tanto, el 25% de ellas muestran cadenas logísticas pragmáticas.

Tras cinco años en los que España ha estado liderando las exportaciones mundiales de vino, en 2019 Italia se ha puesto en cabeza. Ambos países crecieron más que la media mundial en volumen, pero el primer vendedor en valor es Francia. El informe del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) recoge los principales exportadores de vino del mundo. Destaca que las exportaciones mundiales de vino alcanzaron los 10.357 millones de litros (+1,5%) y los 31.771 millones de euros (+0,7%) en 2019, a un precio medio de 3,07 €/litro (-2 céntimos). Se ha batido un máximo histórico en valor, con volumen aún lejos del exportado en 2017.

La asociación de exportadores – ADEX (2018) señala que entre enero y octubre la exportación de vino logró un alza de 48% al cerrar en US\$ 914.426, monto superior a los US\$ 617.730 del mismo periodo del 2016 y tuvo a EE. UU. Como su principal destino. Además, el vino peruano llegó a un total de 15 mercados. EE. UU. (US\$ 396,666) con un alza de 42% y Reino Unido (US\$ 74,924) con un incremento de 522.4%, representaron de manera conjunta el 74% del total. Así mismo, le sigue Chile (US\$ 49,041), Japón (US\$ 33,899), Alemania, Costa Rica, Francia, Suiza y Canadá, entre otros. Los destinos que crecieron de forma importante son Cuba (613%) y Reino Unido (522%). Igualmente, SIICEX (2021) indica que las principales empresas que tienen una mayor participación de exportación de vino dentro del país son: Bodegas y Viñedos Taberero S.A.C. (46%), Bodega San Isidro S.R.L. (26%), Destilería La Caravedo S.R.L. (18%), Bodegas Viñas de Oro S.A.C. (4%), Agrícola Viña Vieja Viña Santa Isabel (4%), Edilza S.R.L. (2%) y Agro Mi Perú Food S.A.C. (0%).

Pero los productores vitivinícolas todavía presentan problemas que afectan la producción nacional de vino pues carecen de planes de fomento de la producción limpia, carecen de planes de remediación de sitios contaminados por los residuos orgánicos, la industria vitivinícola genera residuos orgánicos que resultan altamente contaminantes para el medio ambiente, por eso, la legislación obliga a tratar este tipo de desechos antes de liberarlos en el suelo o en las aguas y los principales impactos que provocan las industrias sobre el cultivo de tierras, la extracción de materias primas, la fabricación de botellas y el transporte del vino. Estos últimos son procesos que consumen recursos naturales (agua, energía, materiales) y producen emisiones al medio (La Puente, 2015).

En lo que respecta al tema de estudio se investigó sobre “la industria vitivinícola en la ciudad de Cascas, la cual tiene sus orígenes en la década de los 60. Donde, actualmente, se viene capacitando a la población en el manejo de la uva, como también en la técnica de proceso

para la obtención de vinos y piscos de alta calidad, al punto que la gran mayoría de los pobladores son productores de vino. Ahora existen industrias que han logrado crecer a través de los años siguiendo un esquema de producción óptimo, permitiendo satisfacer y cumplir con la demanda local y nacional del mercado. Aunque hoy afrontan problemas que tienen que ver con la adquisición de materia prima, almacenaje, manipulación y distribución del producto, lo cuales afecta directamente que el producto no se pueda comercializar de manera internacional, ya que no cumple con algunos requisitos de calidad que dificultan su salida del país. Por tal motivo, a pesar de que el mercado de vinos en los últimos años se ha encontrado en crecimiento y que Cascas tiene una de las producciones de vino de la región, no se han encontrado estudios previos de la cadena logística de empresas elaboradoras de vino. Cabe mencionar, que se revisaron estudios acerca de la cadena logística en el panorama internacional que tengan relación con la producción de vinos, para lo cual se describieron las que tienen mayor relación con la industria de bebidas alcohólicas.

En resumen, el tema a tratar en esta investigación es sobre la cadena logística en empresas elaboradoras de vino, para determinar las causas que originan el problema, de que no se pueda comercializar el producto dentro del mercado internacional. También, este estudio brindará conocimiento e información valiosa sobre el sector, que contribuya a la competitividad de éste y a futuras investigaciones al respecto. Por ello, es necesario explorar la cadena logística propia de las empresas elaboradoras de vino del distrito de Cascas.

Según los Antecedentes Internacionales; Villamar (2019), en su tesis titulada “Plan de exportación de vino de laboratorio con frutas de la empresa unión vinícola internacional s.a. hacia el mercado de Italia”, presentada a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil para optar por el título profesional de Ingeniería en Comercio Exterior. El siguiente proyecto tuvo como objetivo desarrollar un plan de exportación de vino de laboratorio con frutas de la

empresa Unión Vinícola Internacional S.A. hacia la ciudad de Roma ubicada en Italia, a través de un estudio descriptivo-exploratorio que permitió la recopilación de información y datos, e incentivo la comercialización del producto en mercado de Roma – Italia. La investigación permitió concluir que el mercado italiano es el idóneo para la exportación del producto, puesto que existe un segmento determinado que tiende a demandar elaborados del vino por motivos de demanda para la distribución al sector HORECA. Aprovechando el beneficio de los acuerdos multilaterales, el país está empezando a la exportación de estos productos y la empresa Unión Vinícola no podía ser la excepción de participar en la comercialización de su producto en mercados internacionales y nacionales.

Según los Antecedentes Nacionales; Sánchez (2019), en su tesis titulada “Exportación de vinos gran mixtura a base de 100% de mosto de uva del Perú a Francia”, presentada a la Universidad de Lima, para optar por el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales. El siguiente trabajo tuvo como objeto llevar a cabo la expansión del negocio familiar “Inversiones Campos Carire S.R.L” basado en la exportación de vinos “Gran Mixtura” al mercado de Francia. La exportación de vinos a base de 100% de mosto de uva “Gran Mixtura” a Francia, como parte de la expansión de la empresa “Inversiones Campos Carire S.R.L”, fue viable en base al análisis de factibilidad operativa, financiera, logística y de mercado obtenida de fuentes primarias (empresa peruana) y secundarias (mercado de destino). El mercado francés el cual es un mercado de exportación potencial para los vinos “Gran Mixtura” gracias a sus niveles de consumo (51.4 litros per cápita), importación (Primer importador mundial), y tendencias del consumidor dentro del mercado vitivinícola.

Vivanco (2018), en su tesis titulada “La industria vitivinícola en el Perú, problemática, alternativas”, presentada a la Universidad Nacional de Educación, para optar por el título profesional de Licenciado en Educación con especialidad: Industria Alimentaria y Nutrición.

El siguiente proyecto tuvo como objetivo conocer sobre las industrias vitivinícolas en el Perú con el fin de buscar alternativas de solución a los diversos problemas que se presentaban, de esta forma mejorar en la producción del vino peruano. El Perú en los últimos años ha registrado un crecimiento económico gracias al proceso de reconversión tecnológica para ofrecer productos de calidad, sin embargo, no es competitivo en el mercado internacional y cabe mencionar que la mayor parte de la producción de vino en el Perú es para el mercado interno. Presentándose problemas en el mercado interno, la competencia con vinos importados a menores precios, es decir, existe un desafío por lograr que los consumidores cambien sus preferencias hacia vinos nacionales de mayor calidad.

Castillo (2017) en su investigación “efectos de la gestión de la seguridad de la cadena de suministro en el desempeño de las operaciones logísticas de exportación en la provincia constitucional del Callao” donde tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión de seguridad de la cadena de suministro y el desempeño de las operaciones logísticas de exportación por vía marítima en la provincia, para cual se utilizó un método descriptivo, explicativo, estadísticos y de análisis con un diseño, no experimental. Por último, los autores concluyeron exponiendo los múltiples beneficios de la gestión de seguridad entre ellos la facilitación del flujo seguro de mercancías a lo largo de la cadena logística. Así mismo, el flujo de información también se debió entre todos los componentes de la cadena logística de exportación; vale decir, información que pueda favorecer el flujo de mercancías debe ser compartida entre los diferentes socios estratégicos. El antecedente, contribuye a la investigación determinando la importancia que es el control y seguridad dentro de la cadena logística.

Según los Antecedentes Locales; Palacios y Sánchez (2017) en su tesis Análisis de los factores que influyeron en la internacionalización del pisco en el periodo 2013 al 2016, tuvo

como objetivo evaluar y definir cómo el posicionamiento en mercados, la eficiencia de la base productiva, del prestigio de la denominación de origen (pisco) y la premiumización influyeron en la internacionalización del pisco en el periodo mencionado. Así mismo, el desarrollo del presente trabajo se realizó mediante una investigación descriptiva, documental de carácter no experimental y transversal. Por consiguiente, la producción de uva pisquera, el procesamiento, transporte y comercialización del producto, intervinieron en la internacionalización generando crecimiento y rentabilidad para las empresas productoras - exportadoras, quienes durante los últimos 4 años se han vuelto competitivas a nivel internacional, obteniendo reconocimiento y aceptación en el mundo. Como conclusión del presente trabajo, se observa que el Perú, es el segundo exportador de aguardiente de vino o de orujos de uva, ya que sus ventas han tenido un crecimiento significativo en los últimos 4 años, teniendo como principal comprador a Estados Unidos y Chile, siendo este último país productor y exportador del aguardiente. Por otro lado, el número de empresas exportadoras han disminuido para formar asociaciones que puedan cubrir la demanda extranjera del Pisco apoyadas por las instituciones competentes y consorcios del Pisco que los capacitan para que cumplan con los requisitos de exportación y parámetros de calidad que se rige por el Reglamento de la Denominación de Origen Pisco.

Así mismo como bases teóricas en el ámbito de:

La Cadena logística.

Según Gómez (2013) señala que la logística consiste en planificar y poner en marcha las actividades necesarias para llevar a cabo cualquier proyecto. Para ello se tienen en cuenta las variables que lo definen, estableciendo las relaciones que existen entre ellas. Así, la logística no es un concepto realmente nuevo para nosotros: se trata de un proceso mental que antecede a cualquier situación final en la que pretendamos tener éxito.

Por otra parte, Lombana et. Al (2016) define como "el proceso de planear, implementar, controlar efectiva y eficientemente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada del punto de origen al punto de consumo con el propósito de cumplir con los requisitos del cliente."

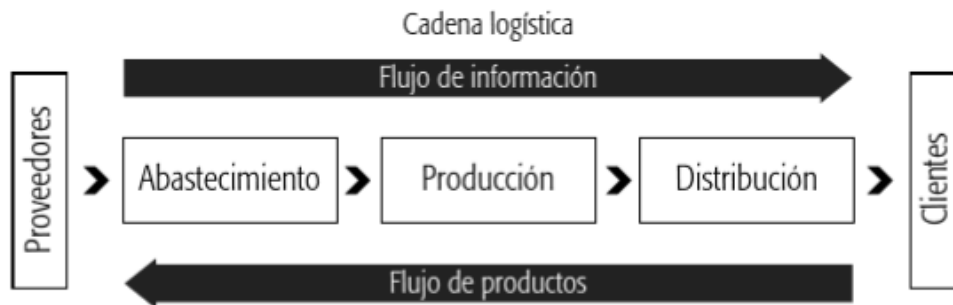


Figura 1 Esquema del Flujo logístico

Nota. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.)

Según Escrivá, Savall y Martínez (2014) en definitiva, la logística permite ver de manera horizontal e integrada todas las operaciones que se llevan a cabo desde el proveedor hasta el cliente. A continuación, se define cada proceso de la siguiente manera:

El Proveedor, es la parte del proceso de la gestión logística donde se busca una persona o empresa que se encarga de proporcionar existencias y abastecimiento a otra organización para que esta pueda explotarlos en su actividad económica.

El abastecimiento o aprovisionamiento, es la gestión de las materias primas desde el lugar de origen hasta el sitio donde se transformarán. Incluye el pedido de materiales primas a proveedores, el transporte de estas al almacén, etc. También, consiste en buscar las fuentes de suministro y adquirir las mercancías suficientes para el desarrollo de la actividad organizacional, con el fin de satisfacer la demanda.

La Producción, es el control de las actividades correspondientes al proceso de producción. Comprende, entre otras tareas, la gestión de stocks correspondiente a las materias

primas. Así mismo, consiste en programar las unidades que se han de producir, utilizando de forma eficaz los medios para satisfacer la demanda y minimizando los costes.

La Distribución, es la gestión de las actividades correspondientes a los productos acabados desde su fabricación hasta el punto de consumo. Por ejemplo, embalaje de productos acabados, servicio al cliente, etc. Además, es el traslado de las mercancías o productos desde el lugar de origen hasta el punto donde se van a utilizar o consumir, en condiciones óptimas en lo que se refiere al tiempo, a la forma y rentabilidad.

El Cliente comprende las actividades que realiza una empresa para que el cliente reciba un producto o servicio de la forma y en el momento que lo ha solicitado, con el fin de satisfacer sus necesidades. Por otro lado, el servicio al cliente en logística es el proceso integral de cumplir con el pedido de un cliente.

El Objetivo de la Logística

La logística es la clave para lograr el máximo de eficiencia y efectividad en cualquier actividad, lo cual podemos resumir así:

La Eficiencia: Porque entre menos permanezca un producto en cada una de las etapas de la cadena logística, menores serán los costos que se agregarán al valor final del mismo y se podrá abastecer el mercado lo más rápido posible.

Efectividad: Porque los menores gastos se pueden traducir en mayores utilidades operacionales para la empresa.

Ámbitos de la logística

Centrándonos a partir de ahora en la logística empresarial, podemos indicar que este concepto ha ido sufriendo transformaciones o, más exactamente, ha ido ampliando su campo de acción a lo largo del tiempo. Así, podemos diferenciar tres ámbitos:

La logística como distribución física, centrándose en la reducción de los costes del transporte.

La logística como integración de las actividades internas del flujo de materiales en la empresa (distribución física y fabricación). Bajo este enfoque no se contemplan las relaciones con proveedores y clientes.

La logística como integración de las actividades internas y externas del flujo de materiales en la cadena de suministros en la que se halla integrada la empresa. El objetivo es lograr una ventaja en la producción (menores costes) y una ventaja en competitividad (menores precios).

La logística como fuente de ventajas competitivas

Una empresa se diferencia de sus competidores por sus costes y por la percepción que tienen los clientes de sus productos frente a los que reciben de la competencia. Por ello, cada actividad que se realiza en la empresa le ayuda a diferenciarse en costes y en valor añadido.

Con la finalidad de diferenciar las actividades logísticas esenciales (estratégicas o primarias) de las no esenciales (de apoyo), Michael Porter introdujo un modelo en el que la cadena de valor de la empresa se compone de dos clases de actividades:

Primarias: Son las que forman el proceso productivo de la empresa desde un punto de vista físico, así como su transferencia y su atención posventa al cliente. Tales como: El aprovisionamiento, La producción, La distribución, El marketing y las ventas y La prestación postventa.

De apoyo: Sirven de soporte a las actividades primarias, garantizando el normal funcionamiento de la empresa. Tales como: La previsión de infraestructuras, Los recursos humanos, El desarrollo tecnológico y Las finanzas.

La función logística

Coordina las actividades primarias, y su correcto funcionamiento aporta un ahorro considerable de recursos a la empresa al actuar sobre los costes y sobre el valor global de la empresa.

El proceso pasa por convertir los recursos, atributos y conocimientos con que una empresa cuenta (y de los que sus rivales carecen), en una ventaja competitiva, y ello sucede cuando estos son percibidos por sus clientes.

Podemos resumir en dos las ventajas competitivas a desarrollar por la empresa:

La reducción del coste y la reducción del tiempo.

La logística comercial

Podríamos caracterizarla como aquella parte de la actividad empresarial que tiene como finalidad la previsión, organización y control del flujo de materiales y de información, desde las fuentes de aprovisionamiento hasta el consumidor final.

La anterior definición es válida, pero podemos hacerle las siguientes precisiones:

Solo tiene en cuenta el movimiento de materiales, cuando las empresas de servicios también pueden aprovechar las ventajas de la logística.

No contempla otros conceptos como la localización de las plantas, los niveles de inventarios o los indicadores de gestión, a los que nos referiremos en este texto.

No está incluida la llamada logística inversa, es decir, el contemplar el canal de devolución de productos por ser perecederos, obsoletos o presentar desperfectos, ni los residuos que pueden generar.

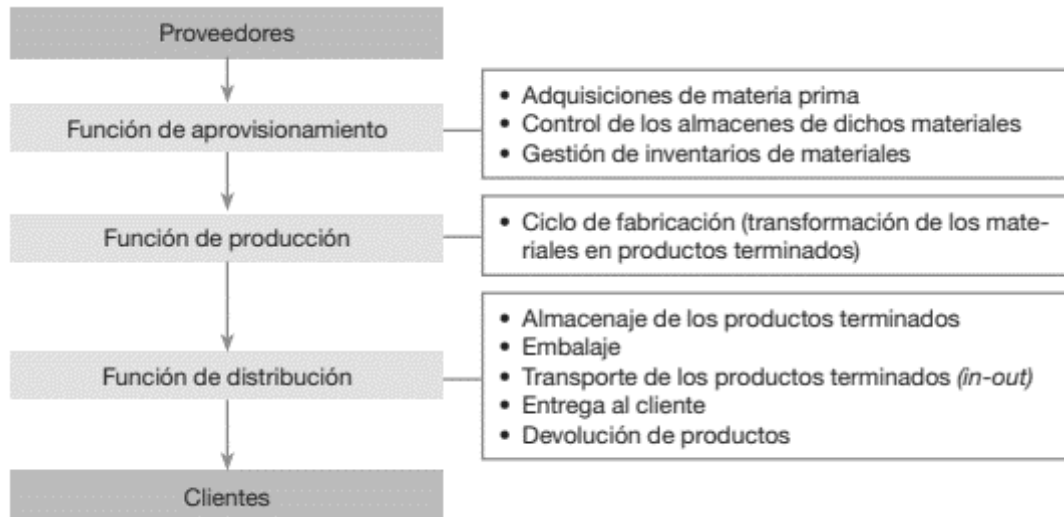


Figura 2 La logística coordina las tres funciones básicas de la empresa: aprovisionamiento, producción y distribución.

Nota. La gestión logística y comercial

La planificación logística

Como cualquier otra actividad empresarial, la misión de la logística es contribuir a la consecución de los objetivos que se ha propuesto la empresa. Para conseguirlo debe llevar a cabo los tres estadios de planificación clásicos:

La planificación estratégica, es el proceso de decidir sobre los programas que la organización va a emprender y sobre la cantidad de recursos que se van a asignar a cada uno de ellos. En ella se decide sobre los objetivos de la organización y las estrategias para alcanzarlos. Los objetivos vienen determinados en las denominadas formulaciones estratégicas. Estas últimas surgen como respuesta a un cambio percibido o a una oportunidad de desarrollo empresarial.

En la planificación estratégica de la logística habrá que tomar decisiones sobre: El número de fábricas y almacenes, La localización de la planta, El nivel y la dimensión tecnológica de las fábricas y El sistema de transporte.

En la planificación táctica, se desarrollan las funciones relacionadas con el «qué se debe hacer» (organigrama de la empresa), para llevar a cabo los objetivos formulados en la planificación estratégica, y se diseña el control de gestión del sistema, de forma que los directivos se alineen e influyen a otros miembros de la organización para que implanten las estrategias diseñadas anteriormente: Planificación de inventarios, Políticas de rotación de los inventarios, Diseño de las rutas de los materiales en el proceso logístico, Ubicación de la logística en el seno de la empresa, Diseño de almacenes, Dimensión de la flota de transporte y Recursos humanos requeridos.

En la planificación operativa, es necesario descender a las funciones básicas que conforman la empresa, asegurando que todas las tareas se desarrollen con eficacia (obtener los objetivos) y eficiencia (con el menor coste posible). En especial, la planificación operativa de la logística prestará atención a: La previsión de compras, La previsión de ventas, Los programas de almacén y Los programas de transporte.

Logística comercial internacional

Se define como el estudio que determina y gestiona los flujos de materiales, producción y distribución con los flujos de información, con el fin de adecuar la oferta de la empresa a la demanda del mercado en condiciones óptimas de calidad. Con base en este aspecto se debe empezar a manejar los costos de la operación logística, desde el punto de vista de ¿cuánto va a costar este proceso? Para lo cual debemos establecer y entender cuáles son los costos que agregan valor y cuáles no. Desde el punto de vista técnico, esto se puede expresar mediante la siguiente ecuación.

Donde:

Valor agregado + costo adicionado

Valor agregado: Está determinado por el proceso de producción y empaque, donde el valor final del producto terminado es superior al valor de los elementos que lo integran. En estos procesos, el enfoque es darle mayor valor agregado al producto en términos de calidad y tecnología.

Costo adicionado: Son las operaciones, como almacenamiento, que desde el punto de vista comercial no le agregan valor al producto. Es más, en los procesos eficientes, en los que se busca reducir al máximo los tiempos de almacenamiento, este menor costo se traslada directamente al consumidor final.

En el siguiente gráfico se puede observar lo anterior.

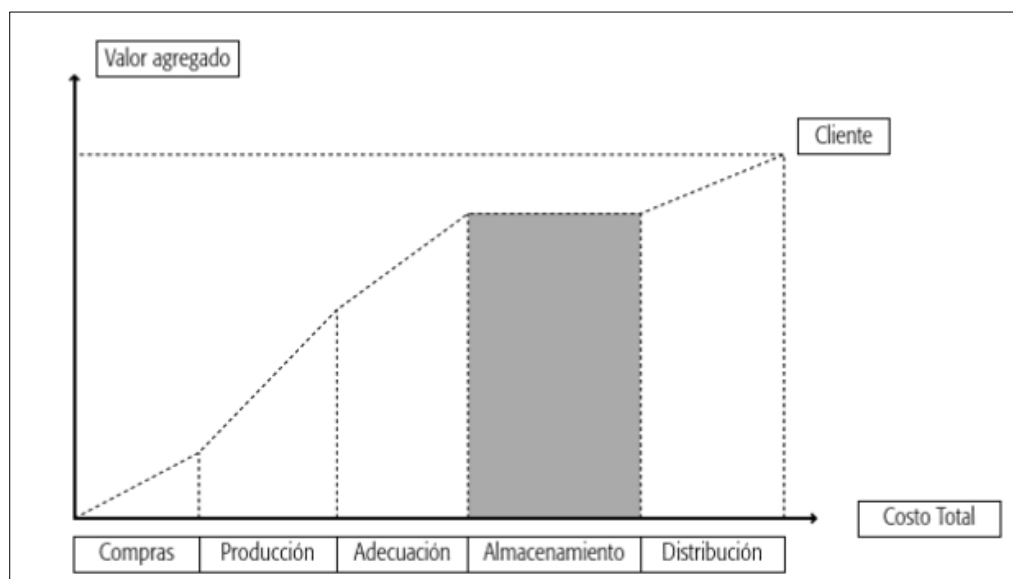


Figura 3 Actividades que generan valor en la logística.

Nota. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.)

Comercio internacional

Según Giménez, et al (2019) indica que es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre personas físicas o empresas de dos o más naciones, de tal manera, que da origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) y/o a entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

Por otro lado, Pérez (2015) señala que el comercio internacional o comercio exterior, contribuyendo a explicar las razones por las que se produce el comercio internacional, si se trata de un fenómeno que ha de considerarse como beneficioso o perjudicial para la sociedad y por último haciendo una recomendación política al respecto.

Causas del comercio internacional

El comercio internacional obedece a dos causas: Distribución irregular de los recursos económicos y Diferencia de precios (La cual a su vez se debe a la posibilidad de producir bienes de acuerdo con las necesidades y gustos del consumidor).

Ventajas del comercio internacional

El comercio internacional permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia las siguientes ventajas:

1. Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.
2. Los precios tienden a ser más estables.
3. Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.
4. Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados. (Exportaciones)
5. Equilibrio entre la escasez y el exceso.
6. Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.
7. Por medio de la balanza de pago se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.

Las barreras al comercio internacional

Para corregir los desequilibrios de la balanza de pagos, los gobiernos tratarán, lógicamente, de fomentar las exportaciones. Pero para ello, en algunos casos, se sentirán tentados a utilizar medidas perjudiciales para el resto de los países, por lo que pueden provocar reacciones indeseables. Además, siempre está la tentación de establecer barreras a las importaciones.

Hay varios tipos de barreras a las importaciones.

Los contingentes son barreras cuantitativas: el gobierno establece un límite a la cantidad de producto otorgando licencias de importación de forma restringida.

Los aranceles son barreras impositivas: el gobierno establece una tasa aduanera provocando una subida en el precio de venta interior del producto importado con lo que su demanda disminuirá.

Las barreras administrativas son muy diversas, desde trámites aduaneros complejos que retrasan y encarecen los movimientos de mercancías, hasta sofisticadas normas sanitarias y de calidad que. Al ser diferentes de las del resto del mundo, impidan la venta en el interior a los productos que no hayan sido fabricados expresamente para el país.

Fundamento del comercio internacional

El comercio se halla presente en todos los aspectos de la vida, ya sea en el comercio de la fuerza de trabajo (salario), del dinero (tipo de interés), del comercio de mercancías (precio), o del comercio de divisas (tipo de cambio). Las leyes y principios que rigen el intercambio interno poseen la misma validez en el campo internacional. A pesar de que el comercio internacional sufre ciertas modificaciones y complicaciones por el tipo de cambio, aranceles y mayores costos de transporte, esto no cambia su naturaleza de tratar de abastecer un país de aquello que carece. Entre los fundamentos más importantes del comercio internacional destacan:

1. Abastecimiento de satisfactores al menor costo.

2. Orientar los objetivos de la política comercial.
3. Conducir racionalmente el intercambio en materia de comercio exterior.
4. Escoger la teoría adecuada al nivel de decisión política y derivar de ella la política económica.

2. Formulación del problema

¿Cuál es el diagnóstico de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la ciudad de Cascas, 2020?

3. Objetivos

Realizar el Diagnóstico de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la ciudad de Cascas año 2020.

Objetivos específicos

Diagnosticar la Función de Aprovisionamiento en la cadena logística de las empresas de vino de uva para la exportación en la ciudad de Cascas 2020.

Diagnosticar la Función de Producción en la cadena logística de las empresas de vino de uva para la exportación en la ciudad de Cascas 2020.

Diagnosticar la Función de Distribución en la cadena logística de las empresas de vino de uva para la exportación en la ciudad de Cascas 2020.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

1. Tipo de investigación:

Según su orientación la investigación es básica, porque se caracteriza porque se origina en un marco teórico y permanece en él. El objetivo de este tipo de investigación es incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico (Hernández et al., 2018).

Según su enfoque la investigación es descriptiva, el cual tiene como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado. Así mismo, en este tipo de estudio el investigador selecciona una serie de cuestiones que están ligadas a las variables para recabar información sobre cada una de ellas y así presentar lo que se investiga. (Sampieri y Mendoza, 2018).

El Diseño de la investigación es no experimental; según Hernández et al. (2018) en la investigación no experimental no se manipulan intencionalmente una o más variables independientes para ver su efecto una sobre otras variables. Lo que se hace es observar fenómenos tal como se dan en su entorno natural para posteriormente analizarlos.

La gráfica correspondiente al tipo de diseño es la siguiente:

$$M \rightarrow O$$

M = Muestra

O = Observación

Según su temporalidad, la investigación es transversal, ya que recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único que es establecido por el investigador. Además, su propósito es: describir las variables de un grupo de casos (muestra o población), evaluar la situación en un lapso o periodo estimado y finalmente analizar la incidencia de las variables en un momento determinado (Sampieri y Mendoza, 2018).

Según su población el objeto de estudio está conformado por 10 empresas elaboradoras de vino de uva de la Ciudad de Cascas, 2020.

Según la muestra está constituida por 5 empresas elaboradoras de vino de uva de la Ciudad de Cascas 2020.

La técnica de muestreo es no probabilístico, intencional o por conveniencia, dicho de esa manera se tomará como análisis de estudio el área de logística de las empresas elaboradoras de vino de uva de la Ciudad de Cascas 2020.

Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La técnica en el lenguaje común se hace referencia a los procedimientos o formas de realizar las distintas actividades en una forma estandarizada; al momento de utilizar los instrumentos y máquinas dentro de la realización de las tareas de investigación, así como la preparación de dichos instrumentos en el estudio (Yuni y Urbano, 2014).

Para determinar la situación actual de las empresas elaboradores de vino de la ciudad de Cascas en lo que refiere al área logística, se efectuó una entrevista a los propietarios de las organizaciones para obtener datos referentes a las operaciones logísticas que realizan. Se aplicó también la encuesta con su instrumento el cuestionario el cual estuvo estructurado por 20 preguntas de la variable cadena logística y dividió por sus dimensiones aprovisionamiento (6), producción (7) y distribución (7). Además, la respuesta estuvo definida mediante escala Likert (1 al 5) donde las personas podrán marcar según su percepción sobre la cadena logística su respuesta. Del mismo modo se utilizó la técnica de observación directa con el fin de recaudar información sobre la realidad problemática, lo cual ayudó en el avance de la investigación.

Tabla 1 Técnicas e instrumentos de investigación

| Técnicas | Instrumentos |
|----------------------|----------------------|
| Encuesta | Cuestionario |
| Entrevista | Guía de entrevista |
| Observación de campo | Ficha de observación |

Procedimiento:

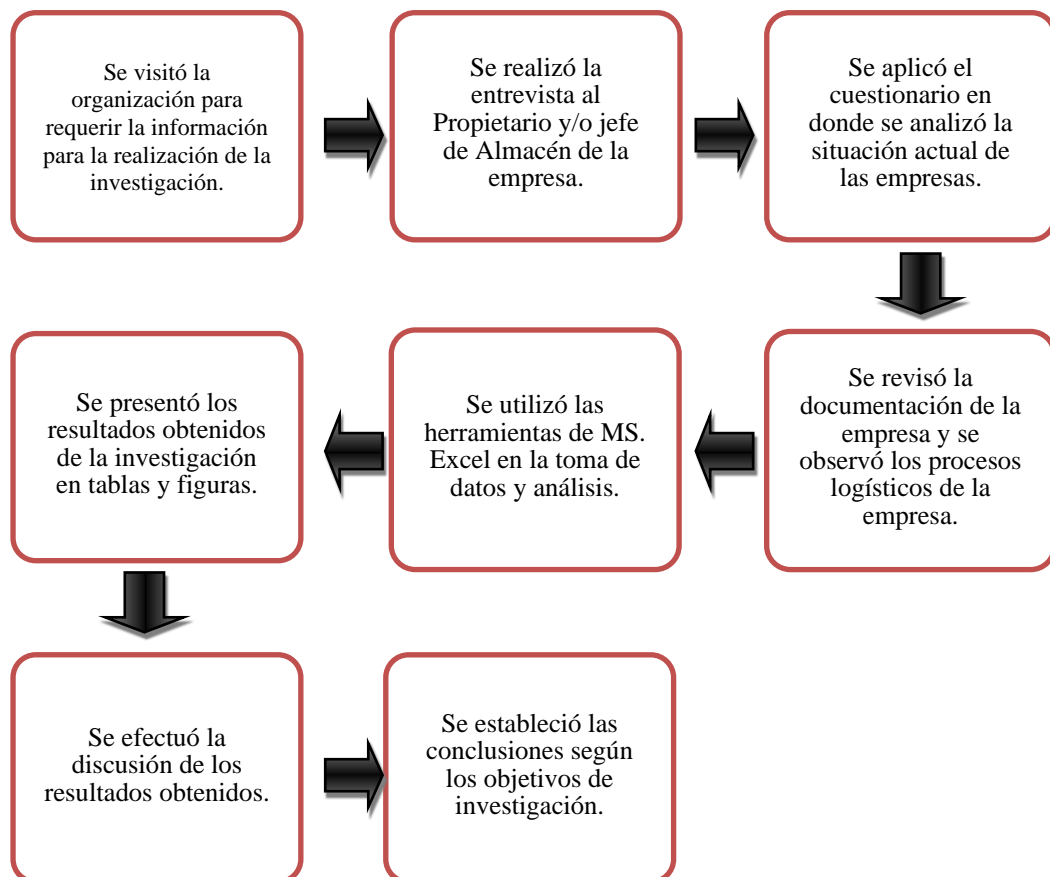


Figura 4 Procedimiento de recolección de datos de las empresas elaboradoras de vino.

Nota. Elaboración Propia.

El presente trabajo garantizó el cumplimiento de todas las normativas éticas, tanto en los medios utilizados como para los medios finales. Por ello, la elaboración y redacción del presente estudio no alteró los datos ni los resultados. Por otro lado, se contó con el

consentimiento y se resguarda la confidencialidad de los datos proporcionados por los participantes.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Diagnóstico de la Función de Aprovisionamiento de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la Ciudad de Cascas 2020.

En las encuestas aplicadas a las empresas elaboradoras de vino de uva de Cascas se obtuvo los siguientes resultados:

El 60% de los Gerentes encuestados manifiestan que casi siempre se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto.

Tabla 2

Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto

| | Respu esta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------------|------------|------------|
| | A veces | 2 | 40,0% |
| Válido | Casi Siempre | 3 | 60,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 60% de los Gerentes encuestados manifiestan que nunca se utiliza ningún método de evaluación de proveedores para la compra de insumos.

Tabla 3

Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto

| | Respu sta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| | Nunca | 3 | 60,0% |
| Válido | A veces | 2 | 40,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 60% de los gerentes encuestados respondieron que nunca registran los productos que ingresan a almacén.

Tabla 4
Se registran los productos que ingresan al almacén

| | Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|-----------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 3 | 60,0% |
| | A veces | 1 | 20,0% |
| | Siempre | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 40% de los Gerentes encuestados respondieron que a veces se efectúa el inventario de los productos en almacén.

Tabla 5
Se efectúa inventario de los productos en almacén.

| | Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 1 | 20,0% |
| | Casi Nunca | 1 | 20,0% |
| | A veces | 2 | 40,0% |
| | Siempre | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 100% de los Gerentes encuestados respondieron que nunca se cuenta con políticas de Gestión de inventarios.

Tabla 6
Se cuenta con políticas de gestión de inventarios.

| | Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|-----------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 100% de los Gerentes encuestados respondieron que nunca se lleva el control estadístico de los productos con alta rotación.

Tabla 7
Se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación.

| Respuesta | | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|-------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

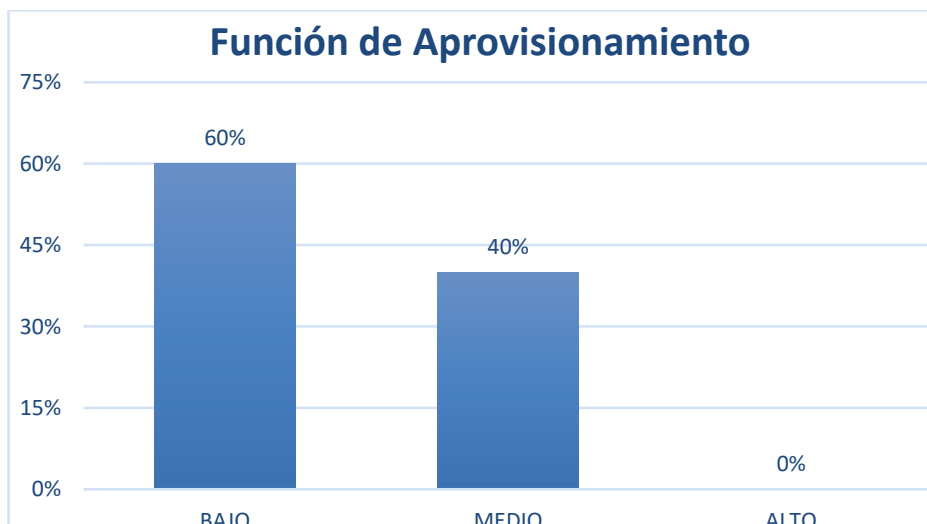


Figura 5 *Nivel de función de aprovisionamiento*

Nota. Elaboración Propia.

En la Figura 5 se puede observar de los datos obtenidos de 5 encuestados, existe un 60%, que mantiene un nivel bajo. Por otro lado, de la muestra extraída, existe un 40%, que se encuentran en un nivel medio de los encuestados. Por último, se visualiza que un 0%, que mantiene un nivel alto en lo que respecta a la variable

Como resultado de las encuestas aplicadas a los Gerentes de las empresas, concluyeron en el Diagnóstico de la Función de Aprovisionamiento de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la Ciudad de Cascas 2020, que

la falta de capacitación por parte de ellos como gerentes en ciertos ámbitos sobre todo el control logístico los vienen perjudicando visiblemente, puesto que es el inicio de su producto como refieren no cuentan con un control logístico, y como ellos reiteran no cuentan con un sistema de control, y el no tener un proveedor estable al momento de quedarse sin stock tienen que recurrir al proveedor que tienen en momento. Sin embargo, al ver desde un punto de vista externo quieren tomar ciertas medidas correctivas empezando por una capacitación en control logística y poder contratar a un personal directamente capacitado en el área.

3.2. Diagnóstico de la Función de Producción de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la Ciudad de Cascas 2020.

En las encuestas aplicadas a las empresas elaboradoras de vino de uva de Cascas se obtuvo los siguientes resultados:

El 80% de los Gerentes encuestados manifestaron que siempre se planifica la elaboración del producto en la organización.

Tabla 8
Se planifica la elaboración del producto en la organización.

| | Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Casi Siempre | 1 | 20,0% |
| | Siempre | 4 | 80,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 40% de los gerentes encuestados manifestaron que nunca y a veces utilizan un esquema general del proceso de elaboración del vino siempre se planea; mientras que sólo el 20% refiere que siempre lo utiliza.

Tabla 9
Existe un esquema general del proceso de elaboración del vino.

| | Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|-----------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 2 | 40,0% |
| | A veces | 2 | 40,0% |
| | Siempre | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 100% de los Gerentes encuestados respondieron que siempre utilizan equipo y maquinaria en la elaboración del producto.

Tabla 10

Utiliza equipos y maquinaria en la elaboración del producto.

| Respuesta | | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|---------|------------|------------|
| Válido | Siempre | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 40% de los Gerentes encuestados respondieron que a veces los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción; al igual que el 40% de los Gerentes encuestados respondieron que casi siempre y los restantes indicaron que siempre.

Tabla 11

Los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción.

| Respuesta | | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|--------------|------------|------------|
| Válido | A veces | 2 | 40,0% |
| | Casi Siempre | 2 | 40,0% |
| | Siempre | 1 | 20,0% |
| Total | | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 60% de los gerentes encuestados respondieron que casi siempre tienen personal calificado dentro del área de Producción.

Tabla 12

Tiene personal calificado dentro del área de producción.

| Respuesta | | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|--------------|------------|------------|
| Válido | Casi Siempre | 3 | 60,0% |
| | Siempre | 2 | 40,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 60% de los gerentes encuestados respondieron que nunca aplican herramientas y métodos de mejora del proceso de elaboración.

Tabla 13

Aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración.

| | Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 3 | 60,0% |
| | Casi Nunca | 1 | 20,0% |
| | A veces | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 80% de los Gerentes encuestados respondieron que nunca se cuenta con un control de calidad de los productos terminados.

Tabla 14

Se cuenta con un control de calidad de los productos terminados.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 4 | 80,0% |
| | A veces | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

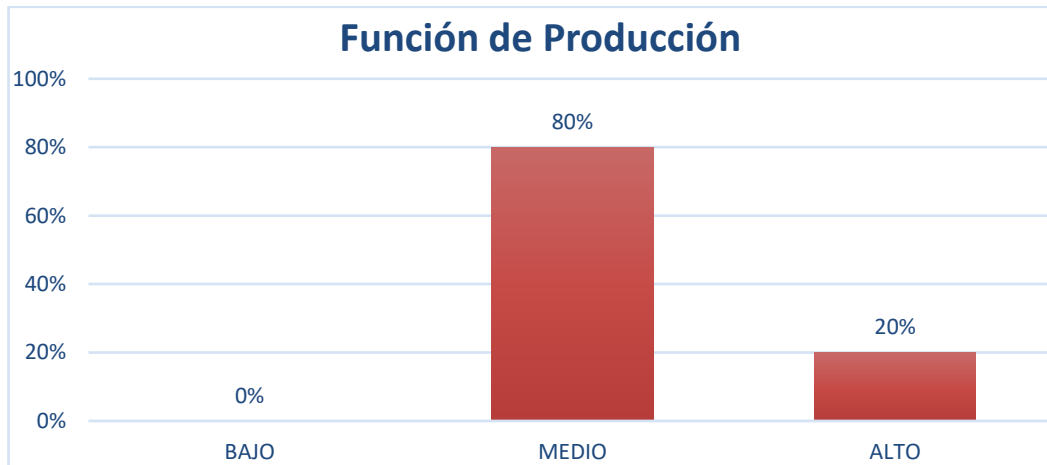


Figura 6 Nivel de función de producción

Nota. Elaboración Propia.

En la Figura 6 se puede observar de los datos obtenidos de 5 encuestados, existe un 0%, que mantiene un nivel bajo. Por otro lado, de la muestra extraída, existe un 80%, que se encuentran en un nivel medio de los encuestados. Por último, se visualiza que un 20%, que mantiene un nivel alto en lo que respecta a la variable

Como resultado de las encuestas aplicadas a los Gerentes de las empresas, concluyeron en el Diagnóstico de la Función de Producción de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la Ciudad de Cascas 2020, que es un enorme reto para ellos poder encontrar personal calificado para las áreas pues todo colaborador que ingresa en un aprendizaje de cero o medio, y le sería muy útil poder tener un proceso de elaboración establecido, ordenado para que le sea más accesible el capacitar al personal en corto tiempo, así mismo contar no con proveedores si no a largo plazo poder ser ellos mismos sus proveedores para que le genere mejores ganancias. De igual manera concuerdan que es importante el poder pasar un control de calidad al producto terminado puesto que ello es lo que llegaría al consumidor final y por ende tener una buena recomendación en adelante.

3.3. Diagnóstico de la Función de Distribución de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la Ciudad de Cascas 2020.

En las encuestas aplicadas a las empresas elaboradoras de vino de uva de Cascas se obtuvo los siguientes resultados:

El 60% de los Gerentes encuestados respondieron que nunca se efectúan embalaje y etiquetado de los productos.

Tabla 15

Se efectúa embalaje y etiquetado de los productos.

| | Frecuencia | Porcentaje | |
|--------|------------|------------|-------|
| Válido | Nunca | 3 | 60,0% |
| | A veces | 1 | 20,0% |
| | Siempre | 1 | 20,0% |
| Total | 5 | 100,0% | |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 60% de los gerentes encuestados respondieron que nunca los productos están clasificados y ordenados según sus características.

Tabla 16

Los productos están clasificados y ordenados según sus características

| | Frecuencia | Porcentaje | |
|--------|------------|------------|-------|
| Válido | Nunca | 3 | 60,0% |
| | Casi Nunca | 1 | 20,0% |
| | Siempre | 1 | 20,0% |
| Total | 5 | 100,0% | |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 80% de los Gerentes encuestados respondieron que nunca se utilizan métodos y herramientas en la preparación de pedidos para entrega.

Tabla 17

Se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 4 | 80,0% |
| | A veces | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 80% de los Gerentes encuestados respondieron que a veces utilizan un canal de distribución óptimo para el envío de productos.

Tabla 18

Utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------|------------|------------|
| Válido | A veces | 4 | 80,0% |
| | Siempre | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 80% de los gerentes encuestados respondieron que nunca aplican alguna estrategia de distribución de productos.

Tabla 19

Aplica alguna estrategia de distribución de productos

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 4 | 80,0% |
| | A veces | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 40% de los Gerentes encuestados respondieron que casi siempre y siempre utilizan documentación para el traslado de los productos mientras que sólo el 20% refiere que a veces la utiliza.

Tabla 20

Siempre utiliza documentación para el traslado de los productos.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | A veces | 1 | 20,0% |
| | Casi Siempre | 2 | 40,0% |
| | Siempre | 2 | 40,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

El 40% de los Gerentes encuestados respondieron que a veces y casi siempre realizan seguimiento del producto hasta el cliente final; mientras que sólo el 20% refiere que nunca lo realiza.

Tabla 21

Se realiza seguimiento del producto hasta el cliente final.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 1 | 20,0% |
| | A veces | 2 | 40,0% |
| | Casi Siempre | 2 | 40,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

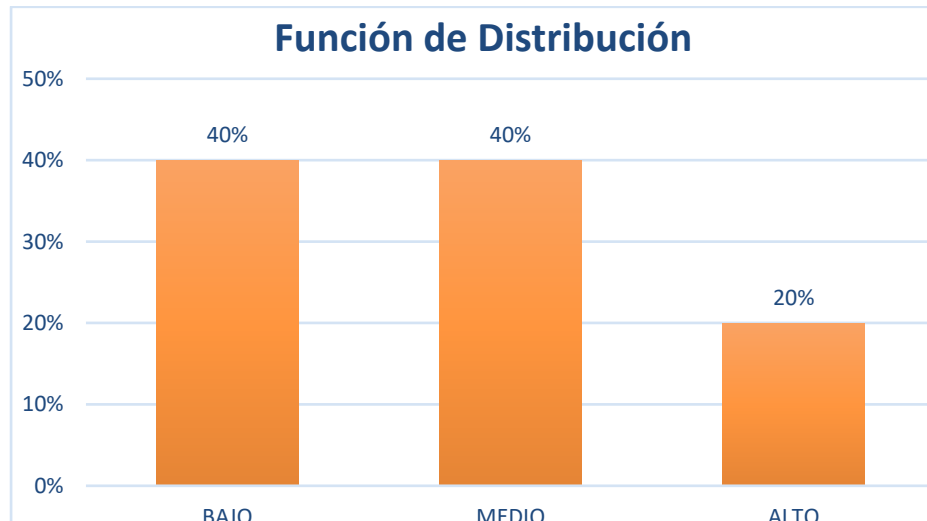


Figura 7 Nivel de función de distribución

Nota. Elaboración Propia.

En la Figura 7 se puede observar de los datos obtenidos de 5 encuestados, existe un 40%, que mantiene un nivel bajo. Por otro lado, de la muestra extraída, existe un 40%, que se encuentran en un nivel medio de los encuestados. Por último, se visualiza que un 20%, que mantiene un nivel alto en lo que respecta a la variable

Como resultado de las encuestas aplicadas a los Gerentes de las empresas, concluyeron en el Diagnóstico de la Función de Distribución de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la Ciudad de Cascas 2020 que existe una enorme deficiencia en ellos por falta de conocimiento, por falta de presupuesto, pues ellos consideran que la producción de vino puede brindar mayores beneficios ya sea monetario y para el país pueda reforzar dicha venta, publicidad en la importancia del vino tal como lo tienen con el pisco en representación.

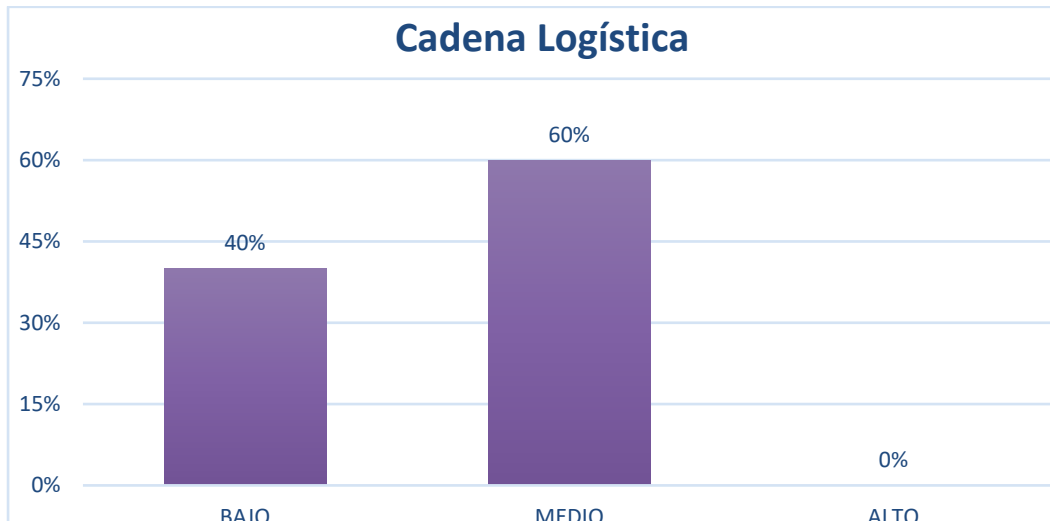


Figura 8 Nivel de cadena logística de las Empresas elaboradoras de vivo

Nota. Elaboración Propia.

En la Figura 8 se puede observar de los datos obtenidos de 5 encuestados, existe un 40%, que mantiene un nivel bajo. Por otro lado, de la muestra extraída, existe un 60%, que se encuentran en un nivel medio de los encuestados. Por último, se visualiza que un 0%, que mantiene un nivel alto en lo que respecta a la variable

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Del análisis que se le hizo a la gestión logística de las empresas de vinos se pudo determinar que las organizaciones realizan sus operaciones de forma empírica, sin una planificación, orden y control al momento de elaborar el producto. Esto se pudo constatar al momento de aplicar el cuestionario a los propietarios y analizar si se realiza el comercio internacional; lo cual mostró que no hay una clasificación, organización, limpieza y control de las operaciones logísticas. Por otro lado, esto genera también que la empresa no pueda monitorear la producción que realiza dentro del periodo y no pueda exportar su producto fuera del país. Castillo (2017) confirma nuestro análisis con su investigación demostrando que el flujo de información también debe darse entre todos los componentes de la cadena logística de exportación; vale decir, que la información que pueda favorecer el flujo de mercancías debe ser compartida entre los diferentes socios estratégicos. Por lo que enseña que se debe implementar herramientas o metodología que ayuden y permitan realizar las actividades logísticas de forma correcta para lograr exportar el producto al extranjero y así mejorar la rentabilidad de las organizaciones.

Del análisis del entorno internacional de vino se pudo identificar que el sector se ha estabilizado desde el año 2017 después de la caída de algunos países como Irán, Turquía, Portugal, Uzbekistán y EE. UU. Por otro lado, también se identificó que, en América del Sur, los cambios generales en la superficie de viñedo entre 2019 y 2020 mostraron una tendencia a la baja por quinto año consecutivo. El primer viñedo por tamaño es Argentina que desde el 2014 ha experimentado una reducción a una tasa de crecimiento anual media del -1 %; sin embargo, en 2020, experimentó una caída del 0,2 % en comparación con 2019, para alcanzar los 215 mha. De forma similar, Chile disminuyó su superficie de viñedo (-1,2 %/2019), estimada en 207 mha en 2020. También Brasil con una reducción de casi 1 mha (-1,2 %/2019)

en su superficie, presenta 80 mha en 2020. Según el análisis del entorno comercial se puede indicar que, Perú aún no está considerado dentro de los principales países exportadores debido a su baja producción y falta de formalidad, pero si como fuerte candidato dentro del sector como indica Sánchez (2019) en su estudio de exportación de vinos a base de 100% de mosto de uva, menciona que es viable la exportación en base al análisis de factibilidad operativa, financiera, logística y de mercado obtenida de fuentes primarias y secundarias. Lo cual permitirá principalmente ingresar al mercado francés ya que tiene exportación potencial para los vinos, gracias a sus niveles de consumo (51.4 litros per cápita), importación (Primer importador mundial), y tendencias del consumidor dentro del mercado vitivinícola.

Por otra parte, los países con mayor exportación de vino en el año 2020 y 2021 está conformado principalmente por Estados Unidos, Japón, Costa Rica, Bélgica y Canadá quienes lideran internacionalmente y que ha permitido el crecimiento de sus empresas dentro del sector. Por otra parte, el Perú no se encuentra dentro de los principales países exportadores ya que todavía no cumple con los requisitos básicos de producción y logística, lo cual dificulta la exportación de su producto. Así Vivanco (2018), en su estudio también afirma que el Perú en los últimos años ha registrado un crecimiento económico gracias al proceso de reconversión tecnológica para ofrecer productos de calidad; sin embargo, no es competitivo en el mercado internacional y cabe mencionar que la mayor parte de la producción de vino en el Perú es para el mercado interno.

Finalmente, después de evaluar y analizar el mercado del vino internacionalmente se determinó que las empresas elaboradoras de vino de uva de Cascas no pueden exportar pues no cumplen con los estándares de calidad para que el producto pueda lograr ser exportado al mercado internacional. Por eso que se está de acuerdo con Palacios y Sánchez (2017) quien señala que el número de empresas exportadoras han disminuido para formar asociaciones que puedan cubrir la demanda extranjera del Pisco apoyadas por las instituciones competentes y

consorcios del Pisco que los capacitan para que cumplan con los requisitos de exportación y parámetros de calidad que se rige por el Reglamento de la Denominación de Origen Pisco.

Limitaciones del estudio:

La principal limitación que se presentó fue la Pandemia de COVID 19 que impidió que se pueda visitar una mayor cantidad de empresas para la respectiva toma de información.

Implicancias del estudio:

Implicancias Teóricas: Este estudio contribuirá al conocimiento referente a las operaciones de la cadena logística de las empresas elaboradoras de vino para facilitar el comercio internacional.

Implicancias Prácticas: Este estudio permitirá mejorar los procesos que se desarrollan en la cadena logística en las empresas productoras de vino de uva.

Implicancias Metodológicas: En este estudio se utilizó un buen método de análisis, cuestionarios, de acuerdo con la naturaleza del estudio.

4.2. Conclusión

Con el Diagnóstico realizado en la Función de Aprovisionamiento se observa que la mayoría de las empresas elaboradoras de vino de uva en Cascas, sí planifican sus compras y utilizan métodos para elección de proveedores; sin embargo, carecen de políticas de gestión de inventarios; se observa que no se realiza un adecuado manejo de stocks por falta de control en el ingreso y salida de productos de sus almacenes; lo que conlleva a deficiencias de control en los productos de mayor rotación.

Por otra parte, el Diagnóstico de la Función de Producción de las empresas encuestadas de vino de uva en la ciudad de Cascas nos permitió concluir que, la buena planificación, orden y control de las operaciones dentro de los procesos de elaboración que actualmente se desarrollan, deberían ser replicadas por empresas de menor tamaño que también aspiren a incrementar sus volúmenes de vino de uva de manera nacional.

Asimismo, este Diagnóstico nos permitió concluir que a pesar de que la buena planificación, orden y control de las operaciones en el proceso de elaboración de vino de uva permiten cubrir la demanda del mercado nacional; sin embargo, son insuficientes para efectos de exportación del producto dado que no alcanzan los estándares y las certificaciones exigidas por el mercado internacional.

Finalmente, en la Función de Distribución, hay deficiencias importantes puesto que nunca se efectúan las operaciones básicas como son el embalaje y etiquetado de sus productos; no se efectúa una clasificación de los vinos según tipo y nunca llevan un método y/o herramienta en la preparación de pedidos para su respectiva entrega. Por ello no mantienen un canal óptimo para su distribución la cual fundamentalmente está orientada al mercado local; y en su defecto, en la mayoría de las empresas, se comercializa a terceros quienes son los que realizan el embalaje y etiquetado del vino y le atribuyen su marca para su respectiva

comercialización en supermercados, hoteles, restaurantes y bares, autoservicios, bodegas y licorerías en el mercado nacional.

Como indicamos anteriormente, las empresas elaboradoras de vino de uva de la Ciudad de Cascas no producen con fines de exportación pues no cuentan con las certificaciones exigidas por el mercado internacional; y por ello consecuentemente no tramitan los documentos generalmente exigidos por los clientes importadores y las regulaciones propias de los mercados de exportación, además de nuestras propias regulaciones.

Los principales documentos requeridos para la operación de exportación y Certificaciones son:

Factura comercial: Emitida por el exportador a la orden del importador/comprador como constancia de la venta realizada. Contiene información sobre el precio pagado o por pagar que servirá de base para determinar la base imponible sobre la cual se pagarán los tributos de importación en el país comprador (nombre del importador, descripción de la mercancía, precio, lugar y condiciones definitivas de venta).

Conocimiento de embarque: Recibo que prueba el embarque de la mercancía, sin este título no se puede retirar la mercancía en el lugar de destino. De acuerdo con el medio de transporte toma el nombre específico, Conocimiento de Embarque Marítimo o "Bill of Lading" si es por vía marítima; Conocimiento de Embarque Aéreo "Airway Bill", si es por vía aérea o Carta de Porte, para transporte terrestre. Este documento consigna información sobre el flete pagado o por pagar, que dependiendo del país importador formará parte de la base imponible sobre la cual se pagarán los tributos y aranceles de importación.

Póliza de seguro: Si el Incoterm elegido implica la obligación del vendedor de contratar un seguro de transporte a favor del comprador, entonces el exportador deberá adquirir una póliza de seguros (cobertura acordada por ambas partes) ante una compañía aseguradora. Opcionalmente, el comprador puede contratar el seguro por su cuenta.

Certificado de origen: Permite identificar y garantizar la procedencia de las mercancías, permitiendo a los exportadores hacer uso de las preferencias arancelarias que otorga el país importador. Este documento lo extienden las Cámaras de Comercio tanto de Lima como las de Provincias.

Certificado fitosanitario, para productos frescos agrícolas y agropecuarios, expedido por SENASA.

Certificado sanitario, extendido por DIGESA para alimentos y bebidas. Estos certificados tienen por finalidad asegurar que los productos de exportación se encuentren exentos de plagas y enfermedades y que garanticen su inocuidad. Son emitidos por las autoridades sanitarias del país.

Lista de Empaque o "packing list": Emitida por el exportador, contiene los datos relativos al producto para facilitar su ubicación y manipulación (detalle de todas las mercaderías embarcadas o todos los componentes de la misma mercadería).

Declaración de Aduanas: Documento aduanero que tiene carácter de Declaración Jurada. Es preparada por el agente de aduana contratado por el exportador y se utiliza para solicitar ante las Aduanas del país el despacho de exportación de mercancías nacionales y nacionalizadas (Véase procedimientos de exportación).

Orden de Embarque: Es preparada por el agente de aduana y se presenta al momento de solicitar el embarque de las mercancías.

Es importante aclarar que pueden existir más exigencias, tanto por el lado del país de destino como por el del importador, lo que puede implicar la presentación de algún documento adicional. Para el caso de Estados Unidos, la empresa exportadora deberá asegurarse de enviar la Notificación Previa de Alimentos Importados, una de las normativas requeridas en el marco de la Ley contra el Bioterrorismo. Esta Notificación se realiza de manera electrónica.

Actualmente las empresas elaboradoras de vino de uva en la Ciudad de Cascas solamente realizan la comercialización a nivel nacional; por lo que no manejan estos documentos propios de los procesos de exportación. Adicionalmente no exportan debido a que no tienen conocimiento de dichos procesos que implican todas las actividades que se desarrollan desde la salida del producto de sus almacenes, la salida del país por aduanas, la llegada al país destino y el desembarque hasta la entrega en los almacenes de los canales de distribución del país importador. Por otro lado, las empresas productoras de vino de uva en Cascas se ven limitados a exportar por no tener las Certificaciones indicadas anteriormente, que son requeridas por los países importadores.

Por consiguiente podemos indicar que el Diagnóstico elaborado por parte de los investigadores no sólo permitió conocer qué estándares de calidad y certificaciones aún no cuentan las empresas de vino de uva de Cascas; sino también permitió conocer qué mejoras deben realizarse en los procesos logísticos de aprovisionamiento y distribución; para lo cual deberán utilizarse métodos de mejora continua que ayudarán a planificar, ordenar y controlar las operaciones dentro de dichos procesos y de esta manera puedan brindar un producto de calidad al cliente final, ya sea nacional o extranjero.

REFERENCIAS

- Alcívar, E. y Sánchez, S. (2016). *Análisis de la distribución física internacional y su incidencia para el comercio exterior del Ecuador periodo 2010-2014. caso: logística de la modalidad de transporte terrestre*. [Tesis de Licenciatura, Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10533/1/tesis%20final%20alcivar-sanchez.pdf>
- Alvarado G. (2015). Comercio internacional. Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/130335?page=29>.
- Barrantes, F. y Castillo, I (2017). *Efectos de la gestión de la seguridad de la cadena de suministro en el desempeño de las operaciones logísticas de exportación en la provincia constitucional del Callao*. [Tesis de Licenciatura, Lima, Perú].
- Bautista, K. y Córdova, S. (2016). *Estrategias logísticas para desarrollar proceso de exportación de frambuesa del departamento de Lambayeque hacia países bajos en el año 2016*. [Tesis de Licenciatura, Chiclayo, Perú]. <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3962/tesis%20final%20-%20%20bautista%20y%20cordova.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Becerra, A. (2015). Gestión. La competitividad de las Cadenas de Suministros en el Perú aún es baja. Recuperado de <https://gestion.pe/empresas/competitividadcadenas-suministro-peru-aun-baja-2145498>
- Carmen, P. (2012). Comercio internacional. Ediciones de la U. <https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/70334?page=1>
- Castellanos, A. (2015). Logística comercial internacional. Ecoe Ediciones. <https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/69949?page=358>
- Castillo, I. (2017). *Efectos de la gestión de la seguridad de la cadena de suministro en el desempeño de las operaciones logísticas de exportación en la provincia constitucional del Callao*. [Tesis de Licenciatura, Lima, Perú]. http://200.37.102.150/bitstream/usil/2670/1/2017_castillo_efectos_de_la_gestion_de_la_seguridad.pdf
- Cayo, R. (2017). El Supply Chain Management ya es una necesidad en el Perú. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/06/09/supply-chain-management-ya-es-una-necesidad-en-el-peru/>
- Ceballos, A. (2019). ¿Qué es comercio internacional? Recuperado de: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/>
- Coyle, J., Langley, J. y Novack, R. (2018). Administración de la cadena de suministro. México D.F.: Cengage Learning.
- Chopra, S. y Meindl, P. (2013). Administración de la cadena de suministro: estrategia, planeación y operación. Madrid, España: Ed. Pearson.

- Cue, A. (2014). Economía internacional. Ed. Patria.
- Cue, A. (2015). Economía internacional. Grupo Editorial Patria. <https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/39382?page=1>
- Feenstra, R. (2015). Comercio Internacional. [Archivo PDF]. Ed. Reverte.
- Fraser, J., Leenders, M. y Flynn, A. (2012). Administración de compras y abastecimientos. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Giménez, A., Ferrer, J. y Bonet, A. (2019). Organización y gestión del comercio internacional. Ed. Universidad Politécnica de Valencia.
- Gómez, J. (2013). Gestión logística y comercial. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Lafuente, F. (2012). Aspectos del comercio exterior. Ed. EUMED.
- Peña, L. (2009). Comercio Internacional. Ed. El Cid.
- Peña, A. (2016). Negociación para el comercio internacional. Marge Books. <https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/43762?page=8>
- Pérez, M. (2015). Comercio exterior (2a. ed.). Ed. ICB.
- Peiró, A. (2015). Demanda. 2019, de Economipedia Sitio web: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Raffino, M. (2020). Comercio Internacional. Recuperado de: <https://concepto.de/comercio-internacional/#ixzz6gYMLbtLu>
- Redondo, M., Ramírez, J. y Díaz, C. (2019). Economía internacional. Ediciones de la U. <https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/127074?page=85>
- Roldán, P. (2016). Demanda externa. Economipedia.com
- Rozas, S. y Corredor, C. (2016). Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.). Ed. Jahir Lombana.
- Saldaña, F. y Valdivieso, E. (2017). *Plan logístico de abastecimiento para mejorar la productividad en el área de producción de la empresa de construcción y montaje Jr Ver S.A.C., lima, en el año 2017*. [Tesis de Licenciatura, Trujillo, Perú]. <https://docplayer.es/97363860-Universidad-privada-antenor-orrego.html>
- Samireh, A. (2014). Gestión de la cadena de suministros. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-cadena-de-suministros/>
- Sánchez, P. (2014). Estrategia y organización comercial. Manual teórico. Ed. CEP.
- Santillán, V. (2019). *Diagnóstico sobre la gestión de la cadena de suministro para la mejora en la exportación de t-shirt de algodón empresa industria textil express sac, año 2018*. [Tesis de Licenciamiento, Lima, Perú]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23384/santill%20c3%a1n%20mor%20c3%b3n%20vivian%20melissa.pdf?sequence=2&isallowed=y>
- Vergara, N. (2012). Marketing y comercialización internacional. Ed. ECOE.

- Villalobos, L. (2006). Fundamentos de comercio internacional. Editorial Miguel A. Porrúa. <https://elibro-net.eu.l.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/75329?page=5>
- Vivanco, R. (2018). *La industria vitivinícola en el Perú, problemática, alternativas*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Educación, Lima, Perú. Recuperado el 15 de marzo de 2021, de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/3445/MONOGRAF%C3%8DA%20-%20VIVANCO%20TINCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Sánchez, M (2019). *Exportación de vinos gran mixtura a base de 100% de mosto de uva del Perú a Francia*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Lima, Perú. Recuperado el 15 de marzo de 2021, de <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/9397>.
- Villamar, M. (2019). *Plan de exportación de vino de laboratorio con frutas de la empresa unión vinícola internacional s.a. hacia el mercado de Italia*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 15 de marzo de 2021, de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3152>.
- Taylor, A. y Feenstra, R. (2015). Comercio internacional. Editorial Reverté. <https://elibro-net.eu.l.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/46774?page=1>

ANEXOS

Anexo N° 1. Matriz de consistencia

| PROBLEMAS | OBJETIVOS | VARIABLES |
|--|--|------------------------|
| 1. Problema General: | 1. Objetivo General: | V. Cuantitativa |
| ¿Cuál es el diagnóstico de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la ciudad de Cascas año 2020? | Elaborar el Diagnóstico de la cadena logística en las empresas elaboradoras de vino de uva para el comercio internacional en la ciudad de Cascas,2020. | Cadena logística |
| | 2. Objetivos Específicos | |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnosticar la Función de aprovisionamiento en las empresas elaboradoras de vino de uva en la Ciudad de Cascas 2020. 2. Diagnosticar la Función de Producción en las empresas elaboradoras de vino de uva en la Ciudad de Cascas 2020. 3. Diagnosticar la Función de Distribución en las empresas elaboradoras de vino de uva en la Ciudad de Cascas 2020. | |

Anexo N° 2. Matriz de operacionalización de variables

| Tipo de Variable | Operacionalización | Categorías o Dimensiones | Definición | Indicador | Escala de medición |
|----------------------------------|--|------------------------------|--|--|--------------------|
| Cualitativa: Cadena Logística | Conjunto de procedimientos que permiten conocer la ubicación y la trayectoria de un producto o lote de productos a lo largo de la cadena de suministros en un momento dado, a través de unas herramientas determinadas. (Gestión Logística y Comercial, 2013). | Función de aprovisionamiento | Consiste en la compra de materiales necesarios para la actividad de la empresa (producción/venta) y almacenarlos mientras se inicia cada proceso de producción o comercialización. | + Adquisiciones de materia prima. +Control de los almacenes +Gestión de inventarios de materiales. | Ordinal |
| | | Función de producción | Se encarga de poner un bien a disposición del consumidor, es decir, de transformar la materia prima en un producto mediante el empleo de una tecnología determinada. | +Ciclo de fabricación (transformación de los materiales en productos terminados) | Ordinal |
| | | Función de distribución | Se relaciona con la función que permite el traslado de los productos finales (ya sean bienes o servicios) y los pone a disposición del cliente. El canal de distribución es el que posibilita que el usuario obtenga el producto en el lugar, tiempo y cantidades adecuadas. | +Almacenaje de los productos terminados. +Embalaje +Transporte de los productos terminados. +Entrega al cliente +Devolución de productos | Ordinal |

Anexo N° 3. Ficha guía para entrevistar

La presente guía de entrevista es parte de un estudio sobre la cadena logística de una empresa elaboradora de vino de uva en Cascas. Por lo que le solicitó sinceridad en sus respuestas.

Entrevistado: _____

Puesto: _____ Fecha: _____

| | | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 1. ¿Cómo califica el trabajo del área de logística dentro de la compañía? | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| 2. ¿Se analiza el comportamiento de los stocks periodo a periodo? | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| 3. ¿Qué cree Ud. que los lleva a tener esos niveles de stock? | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| 4. ¿Qué tipo de políticas se manejan dentro del área de compras y almacenes? | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| 5. ¿Cuál es la visión logística de la empresa para los próximos 5 años? | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| _____ | | | | | | |
| 6. Podrías indicarnos el Grado de Criticidad que se ve en los siguientes escenarios. | | | | | | |
| Posibles causas críticas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Total |
| ● Falta de planificación de necesidades | | | | | | |
| ● Falta de gestión en los inventarios | | | | | | |
| ● Insuficientes políticas de compra | | | | | | |
| ● Insuficientes políticas de inventarios | | | | | | |
| ● Falta de procedimientos | | | | | | |
| ● Diferencia en inventarios | | | | | | |

| | | | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| • Altos niveles de inventarios. | | | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|--|--|--|

¡¡¡Muchas gracias!!!

Anexo N° 4. Exportación global

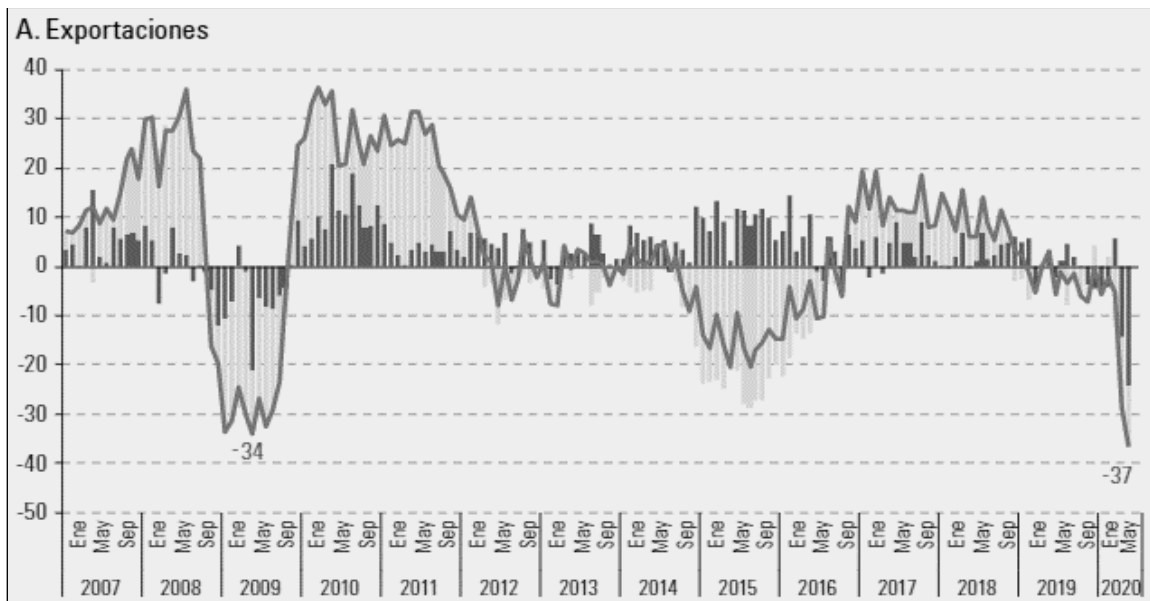
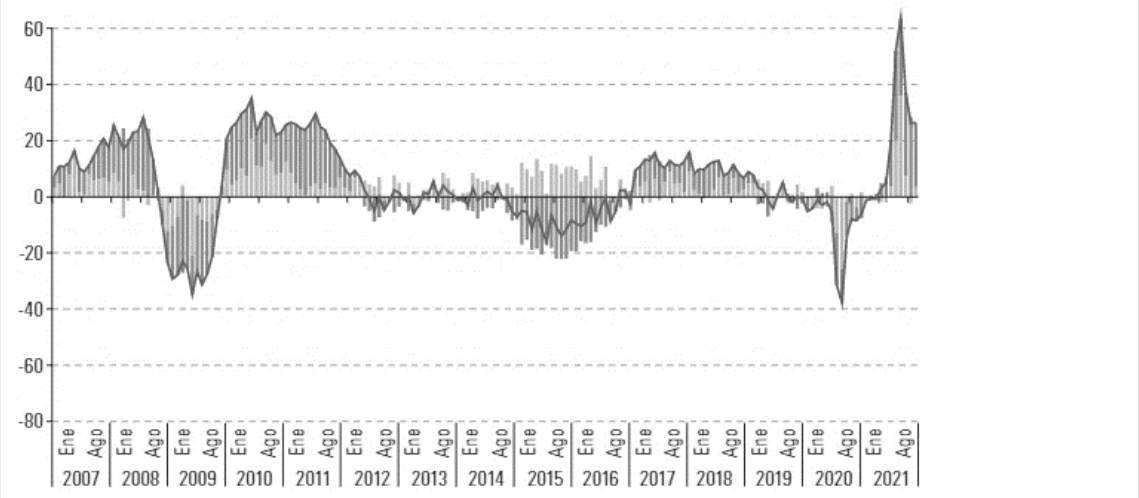


Gráfico I.21

América Latina y el Caribe: variación interanual del comercio de bienes en términos de valor, precio y volumen, enero de 2007 a agosto de 2021
(En porcentajes)

A. Exportaciones



Anexo N° 5. Evolución del vino mundial



Anexo N° 6. Clasificación de Partida Arancelaria de Productos de las Industrias Alimentarias; Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagre; Tabaco y Sucedáneos del Tabaco, Elaborados

| | |
|---|--|
| Sección IV: Productos de las Industrias Alimentarias; Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagre; Tabaco y Sucedáneos del Tabaco, Elaborados | |
| Capítulo 22: Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagre. | |
| 22.03 | Cerveza de malta. |
| 2203.00.00.00 | Cerveza de malta |
| 22.04 | Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida no 20.09. |
| 2204.10.00.00 | Vino espumoso |
| | Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol: |
| 2204.21.00.00 | En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. |
| 2204.22.10.00 | Mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol |
| 2204.22.90.00 | Los demás vinos |
| 2204.29 | Los demás: |
| 2204.29.10.00: | Mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol |
| 2204.29.90.00: | Los demás vinos |
| 2204.30.00.00: | Los demás mostos de uva |
| 22.05 | Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas. |
| 2205.10.00.00 | En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. |
| 2205.90.00.00 | Los demás |
| 22.06 | Las demás bebidas fermentadas (por ejemplo: sidra, perada, aguamiel); mezclas de bebidas fermentadas y mezclas de bebidas fermentadas y bebidas no alcohólicas, no expresadas ni comprendidas en otra parte. |

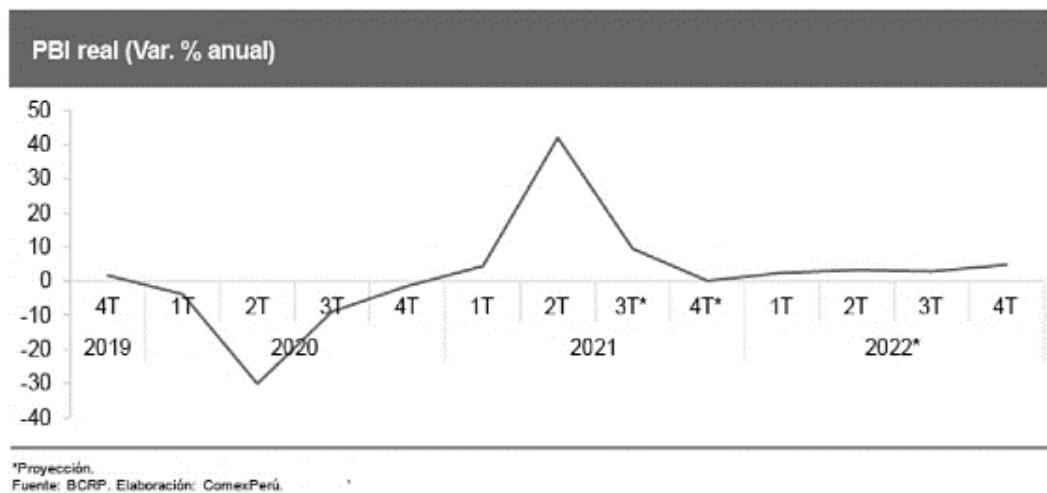
Respecto a los aranceles e impuestos sobre el vino (PA: 2204.21.00.00) en Perú son los siguientes:

| Gravámenes Vigentes | Valor |
|---------------------------------|-------|
| Ad / Valorem | 6% |
| Impuesto Selectivo al Consumo | 20% |
| Impuesto General a las Ventas | 17% |
| Impuesto de Promoción Municipal | 2% |
| Derecho Específicos | N.A. |
| Derecho Antidumping | N.A. |
| Seguro | 1.75% |
| Sobretasa | 0% |
| Unidad de Medida: | L |

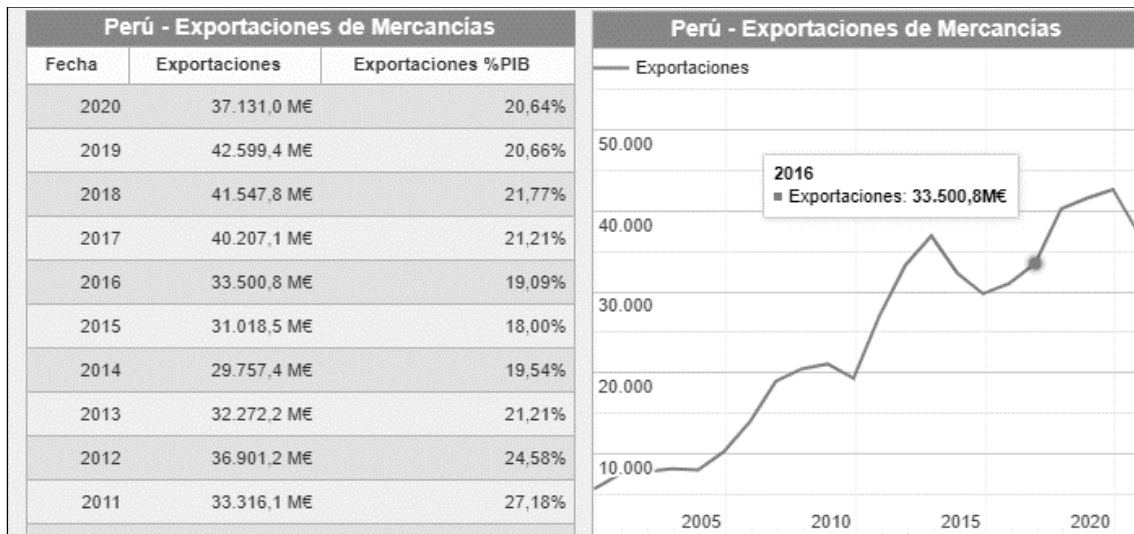
Fuente: Sunat.

Anexo N° 7. Evolución PBI anual Perú

| Evolución: PIB anual Perú | | | Evolución: PIB Per Capita Perú | | |
|---------------------------|------------|--------------|--------------------------------|----------------|---------------------------|
| Fecha | PIB anual | Var. PIB (%) | Fecha | PIB Per Capita | Var. anual PIB Per Capita |
| 2020 | 179.879 M€ | -11,0% | 2020 | 5.513 € | -14,1% |
| 2019 | 206.222 M€ | 2,2% | 2019 | 6.418 € | 6,2% |
| 2018 | 190.829 M€ | 4,0% | 2018 | 6.046 € | -1,2% |
| 2017 | 189.544 M€ | 2,5% | 2017 | 6.119 € | 6,1% |
| 2016 | 175.505 M€ | 4,0% | 2016 | 5.769 € | 0,3% |
| 2015 | 172.372 M€ | 3,3% | 2015 | 5.753 € | 11,9% |
| 2014 | 152.260 M€ | 2,4% | 2014 | 5.141 € | -0,9% |
| 2013 | 152.159 M€ | 5,9% | 2013 | 5.186 € | 0,6% |
| 2012 | 150.101 M€ | 6,1% | 2012 | 5.156 € | 21,6% |



Anexo N° 8. Las exportaciones de Perú en el año 2020



| Concepto | Real 1/ | | | Nominal | | | Precios FOB | |
|--|-----------------|------------------------|------------------------------|-----------------|------------------------|------------------------------|-----------------|------------------------|
| | Nov.21 / Nov.20 | Ene-Nov.21/ Ene-Nov.20 | Dic.20-Nov.21/ Dic.19-Nov.20 | Nov.21 / Nov.20 | Ene-Nov.21/ Ene-Nov.20 | Dic.20-Nov.21/ Dic.19-Nov.20 | Nov.21 / Nov.20 | Ene-Nov.21/ Ene-Nov.20 |
| Exportación | -7,0 | 9,6 | 7,1 | 12,2 | 38,8 | 34,7 | 20,7 | 26,7 |
| I Productos tradicionales | -15,9 | 4,5 | 1,8 | 8,9 | 43,7 | 38,7 | 29,5 | 37,5 |
| II Productos no tradicionales | 12,3 | 22,4 | 20,3 | 18,4 | 27,9 | 25,4 | 5,4 | 4,5 |
| Importación (Uso y destino) | 6,7 | 26,9 | 25,7 | 24,8 | 40,5 | 37,5 | 17,0 | 10,8 |
| I Bienes de Consumo | -5,0 | 14,8 | 14,5 | 3,8 | 19,4 | 18,2 | 9,3 | 4,0 |
| II Materias Primas y Productos Intermedios | 13,0 | 28,8 | 27,7 | 43,8 | 53,9 | 49,5 | 27,2 | 19,5 |
| III Bienes de Capital y Materiales de Construcción | 6,5 | 33,7 | 31,8 | 13,1 | 38,4 | 35,9 | 6,3 | 3,5 |

Nota: Información preliminar.
1/ Base Año 2007 = 100.
Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Anexo N° 9. Evolución del consumo mundial de vino en 2020

Fig. 5 • Evolución del consumo mundial de vino en 2020

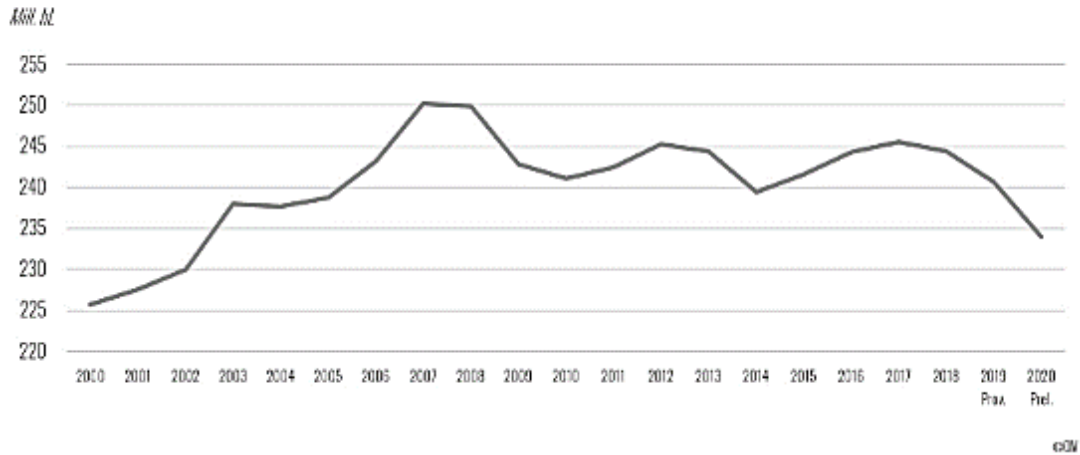


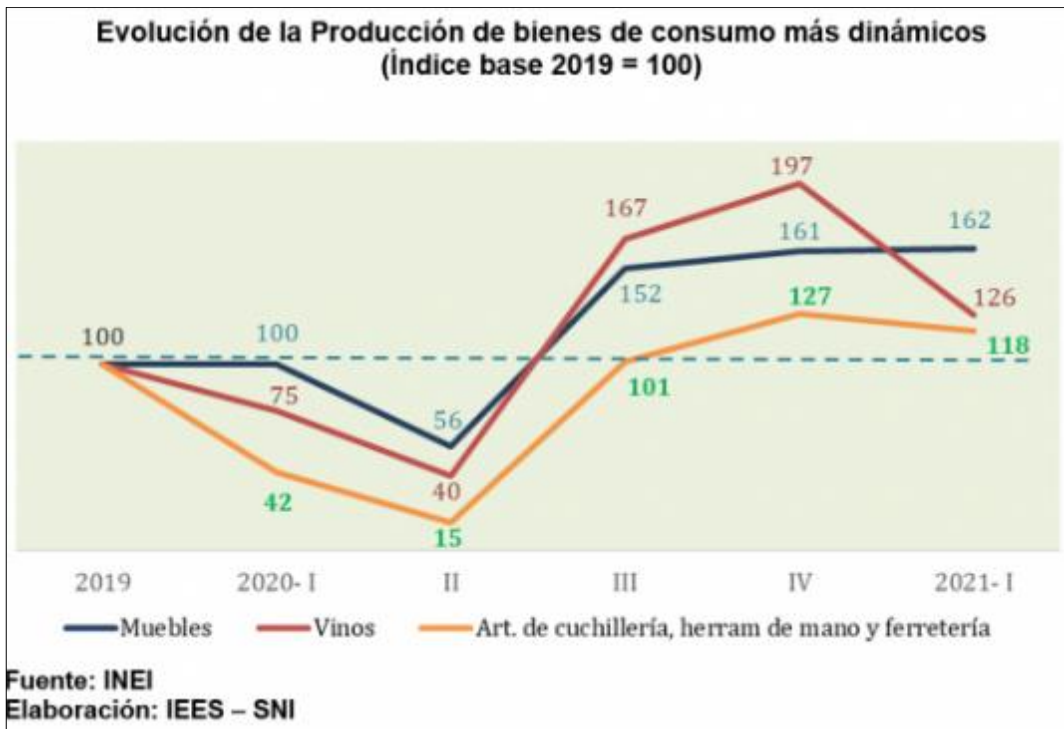
Fig. 6• Consumo de vino en los principales países*

| Mil. hl | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 Prov. | 2020 Prel. | 2020/2019 % Var | 2020 % mundo |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|--------------|
| EE.UU. | 31,3 | 31,5 | 32,4 | 33,0 | 33,0 | 0,0% | 14% |
| Francia | 28,3 | 28,6 | 26,0 | 24,7 | 24,7 | 0,0% | 11% |
| Italia | 22,4 | 22,6 | 22,4 | 22,8 | 24,5 | 7,5% | 10% |
| Alemania | 20,2 | 19,7 | 20,0 | 19,8 | 19,8 | 0,2% | 8% |
| Reino Unido | 12,9 | 13,1 | 12,9 | 13,0 | 13,3 | 2,2% | 6% |
| China | 19,2 | 19,3 | 17,6 | 15,0 | 12,4 | -17,4% | 5% |
| Rusia | 10,1 | 10,4 | 9,9 | 10,0 | 10,3 | 3,0% | 4% |
| España | 9,9 | 10,3 | 10,9 | 10,3 | 9,6 | -6,8% | 4% |
| Argentina | 9,4 | 8,9 | 8,4 | 8,9 | 9,4 | 6,5% | 4% |
| Australia | 5,4 | 5,9 | 6,0 | 5,9 | 5,7 | -3,7% | 2% |
| Portugal | 4,7 | 5,2 | 5,1 | 4,6 | 4,6 | -0,6% | 2% |
| Canadá | 5,0 | 5,0 | 4,9 | 4,7 | 4,4 | -6,0% | 2% |
| Brasil | 3,1 | 3,3 | 3,3 | 3,6 | 4,3 | 18,4% | 2% |
| Rumanía | 3,8 | 4,1 | 3,9 | 3,9 | 3,8 | -1,9% | 2% |
| Países Bajos | 3,6 | 3,7 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | -0,3% | 1% |
| Japón | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,5 | -0,8% | 1% |
| Sudáfrica | 4,4 | 4,5 | 4,3 | 3,9 | 3,1 | -19,4% | 1% |
| Suiza | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,7 | 2,6 | -1,6% | 1% |
| Bélgica | 2,8 | 2,8 | 2,7 | 2,7 | 2,6 | -3,1% | 1% |
| Austria | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,3 | 2,3 | 2,2% | 1% |
| Suecia | 2,4 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,2 | -2,3% | 1% |
| República Checa | 2,1 | 2,2 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,0% | 1% |
| Otros países | 34,8 | 33,1 | 37,3 | 37,7 | 32,2 | -14,7% | 14% |
| Total mundial | 244 | 248 | 244 | 241 | 234 | -2,8% | 100% |

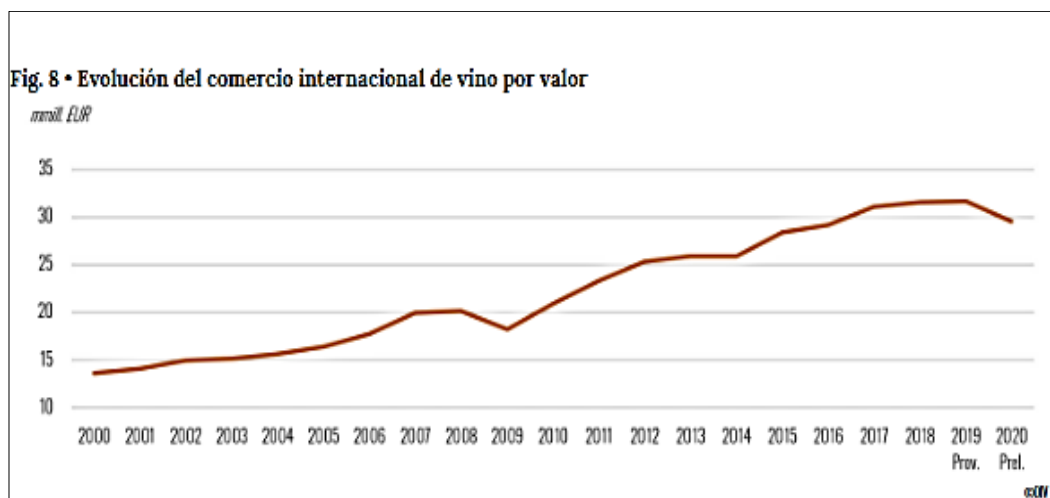
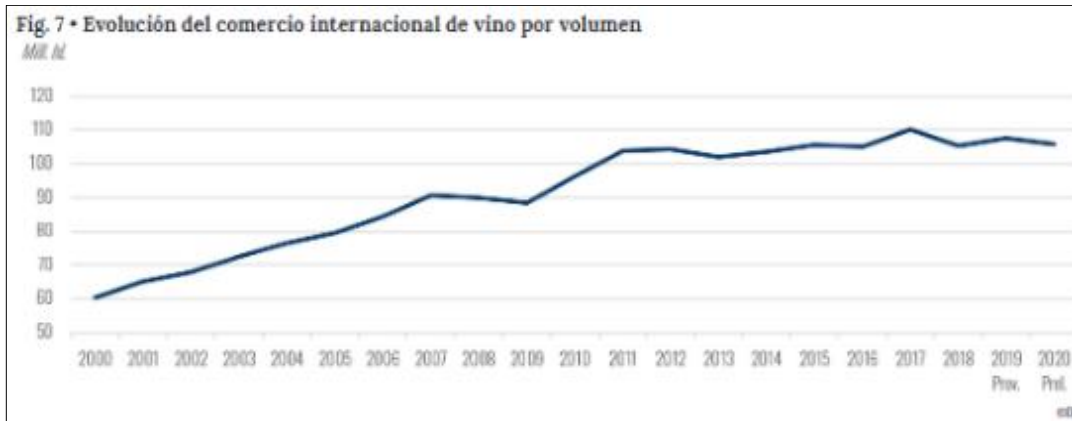
* Datos en millones de hectolitros (Mhl)
Fuentes: OIV, WSO, IRI, propia estimación

en M

Anexo N° 10. Evolución de la producción de bienes de consumo más dinámicos



Anexo N° 11. Evolución del comercio internacional de vino por volumen y valor



Anexo N° 12. Convenios Internacionales

| PAIS | CONVENIO INTERNACIONAL | FECHA DE VIGENCIA | ARANCEL BASE/PREFERENCIAL | PORCENTAJE LIBERADO ADV |
|------------|---|-----------------------|---------------------------|-------------------------|
| EE. UU. | 802 - Acuerdo De Promoción Comercial Perú – EE. UU. | 01/01/2012-31/12/9999 | 17% | 100% |
| CANADA | 803 - TLC Perú - Canadá | 01/01/2013-31/12/9999 | 17% | 100% |
| COSTA RICA | 813 - Tratado De Libre Comercio Perú - Costa Rica | 01/06/2013-31/12/9999 | 9% | 100% |
| CHINA | 805 - Tratado De Libre Comercio Perú - China | 01/01/2015-31/12/9999 | 9% | 100% |
| SUIZA | 807 - Acuerdo De Libre Comercio Perú - AELC | 01/01/2015-31/12/9999 | 17% | 100% |
| COREA | 806 - Tratado De Libre Comercio Perú - Corea | 01/01/2015-31/12/9999 | 9% | 100% |
| FINLAND | 812 - Acuerdo Comercial Perú - Unión Europea | 01/01/2016-31/12/9999 | 9% | 100% |
| BELGIUM | 812 - Acuerdo Comercial Perú - Unión Europea | 01/01/2016-31/12/9999 | 9% | 100% |
| FRANCE | 812 - Acuerdo Comercial Perú - Unión Europea | 01/01/2016-31/12/9999 | 9% | 100% |
| JAPON | 816 - Acuerdo De Libre Comercio Perú - Australia | 19/09/2021-31/12/9999 | 9%/0% | |
| JAPON | 810 - Acuerdo De Asociación Económica Perú - Japón | 01/04/2021-31/12/9999 | 9% | 90.91% |
| CANADA | 816 - Acuerdo De Libre Comercio Perú - Australia | 19/09/2021-31/12/9999 | 9%/0% | |

Anexo N° 13. Análisis de la información de encuesta

Tabla 1

Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto.

| | Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | A veces | 2 | 40,0% |
| | Casi Siempre | 3 | 60,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la Tabla N° 01 se puede observar que el 60% de los Gerentes o dueños encuestados manifiestan que casi siempre se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto.

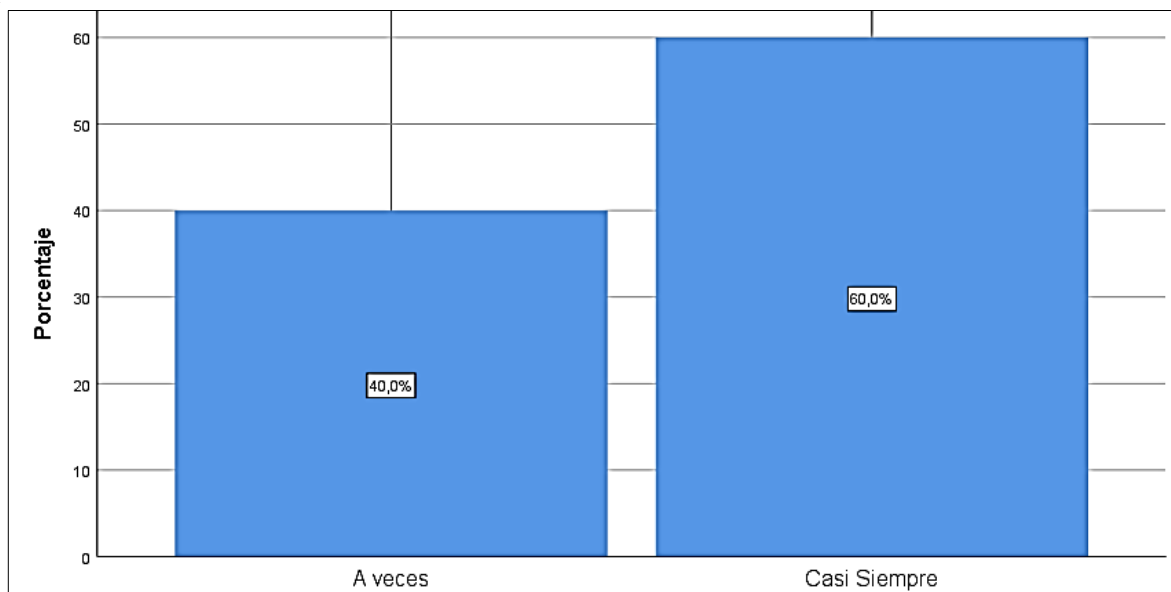


Figura 1. Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 2

Utiliza algún método de evaluación de proveedor para la compra de insumos.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 3 | 60,0% |
| | A veces | 2 | 40,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°02 se puede observar que el 60% de los Gerentes o Propietarios encuestados manifiesta que nunca se utiliza algún método de evaluación de proveedor para la compra de insumos.

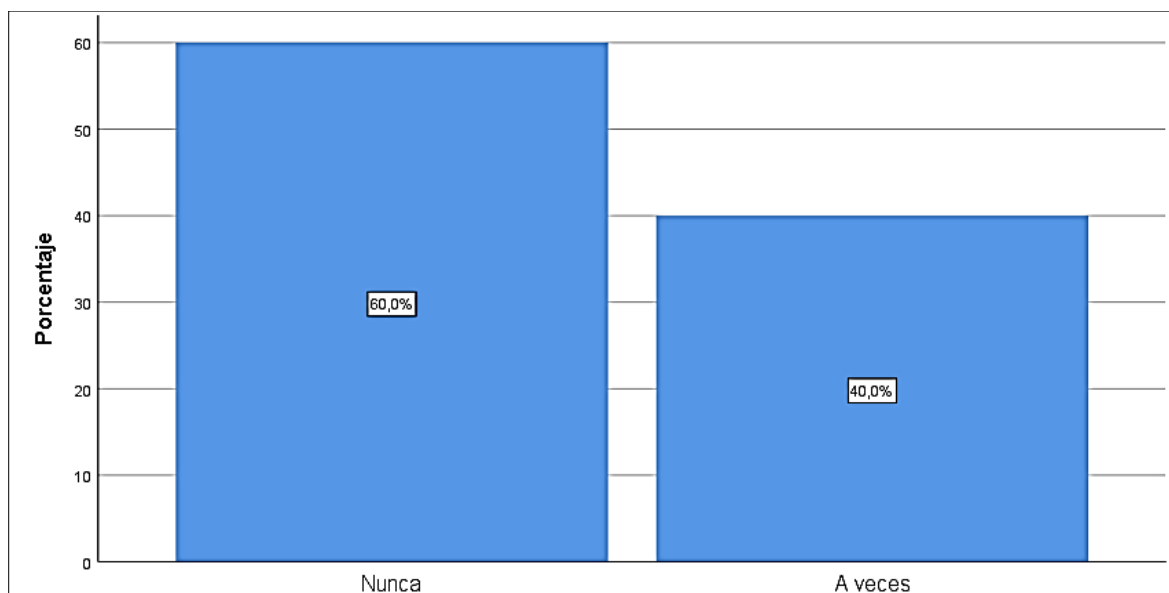


Figura 2. Utiliza algún método de evaluación de proveedor para la compra de insumos *Nota.* Elaboración Propia.

Tabla 3

Se registran los productos que ingresan al almacén.

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|-------------|
| Válido | Nunca | 3 60,0% |
| | A veces | 1 20,0% |
| | Siempre | 1 20,0% |
| Total | | 5 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°03 se puede observar que el 60% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que nunca se registra los productos que ingresan a almacén.

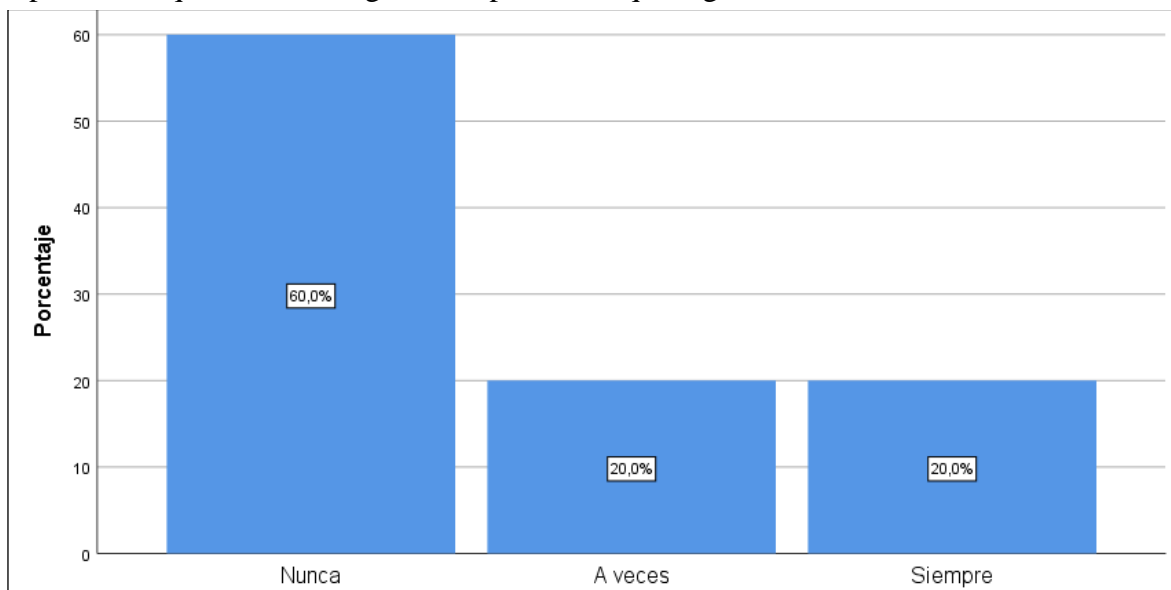


Figura 3. Se registra los productos que ingresan a almacén

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 4

Se efectúa inventario de los productos en almacén.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 1 | 20,0% |
| | Casi Nunca | 1 | 20,0% |
| | A veces | 2 | 40,0% |
| | Siempre | 1 | 20,0% |
| Total | | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°04 se puede observar que el 40% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que a veces se efectúa inventario de los productos en almacén.

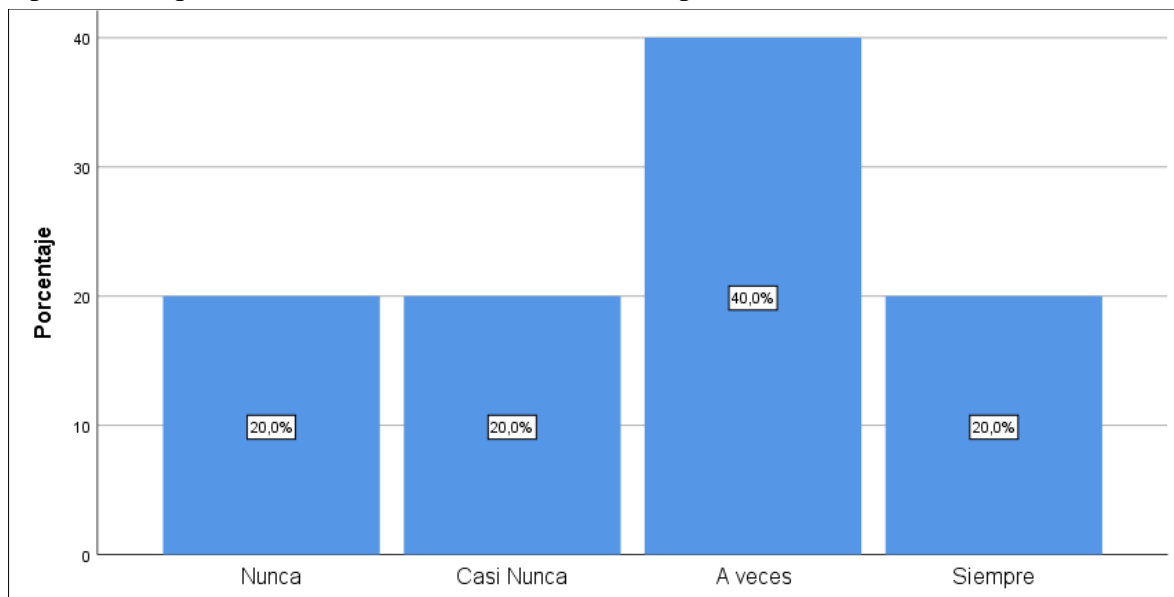


Figura 4. Se efectúa inventario de los productos en almacén.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 5

Se cuenta con políticas de gestión de inventarios.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|-------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°05 se puede observar que el 100% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que nunca se cuenta con políticas de gestión de inventarios.

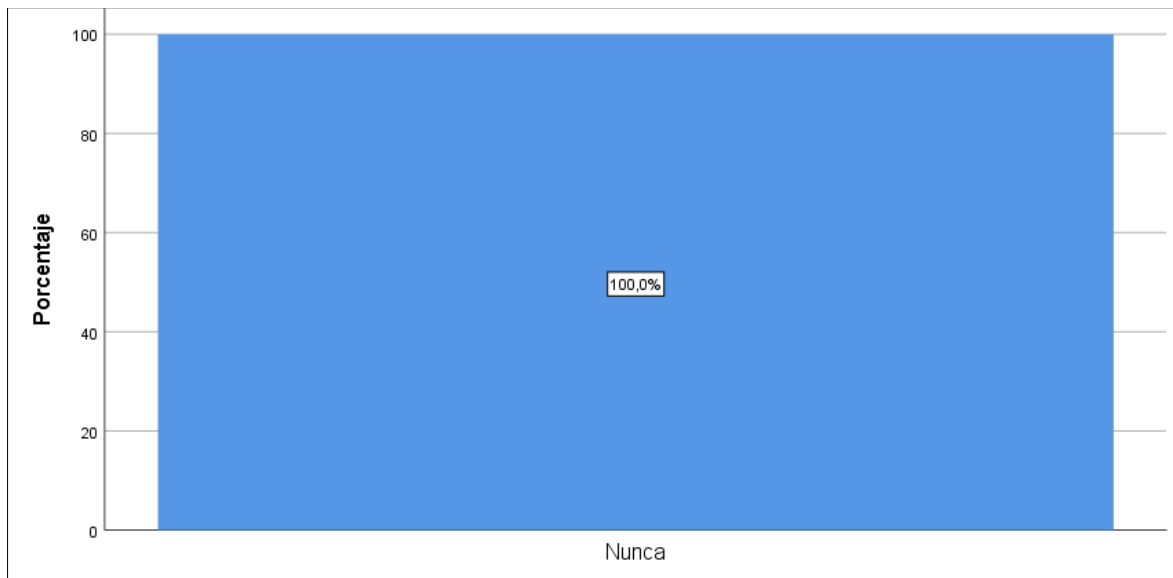


Figura 5. Se cuenta con políticas de gestión de inventarios

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 6

Se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|-------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°06 se puede observar que el 100% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que nunca se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación.

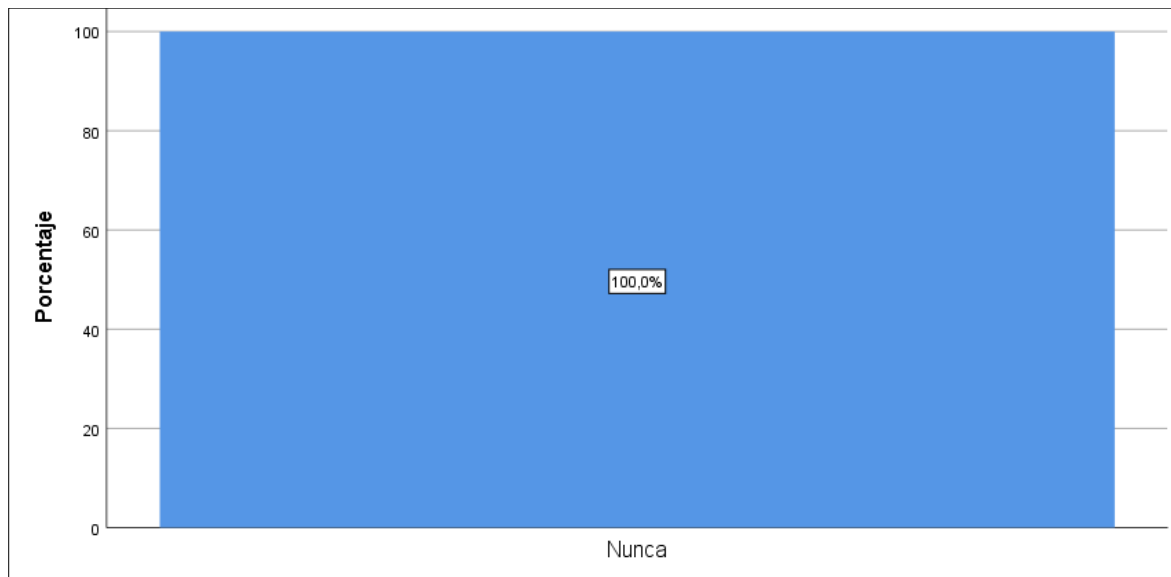


Figura 6. Se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 7

Se planifica la elaboración del producto en la organización.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Casi Siempre | 1 | 20,0% |
| | Siempre | 4 | 80,0% |
| Total | | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°07 se puede observar que el 80% de los Gerentes o Propietarios encuestados manifestaron que siempre se planifica la elaboración del producto en la organización.

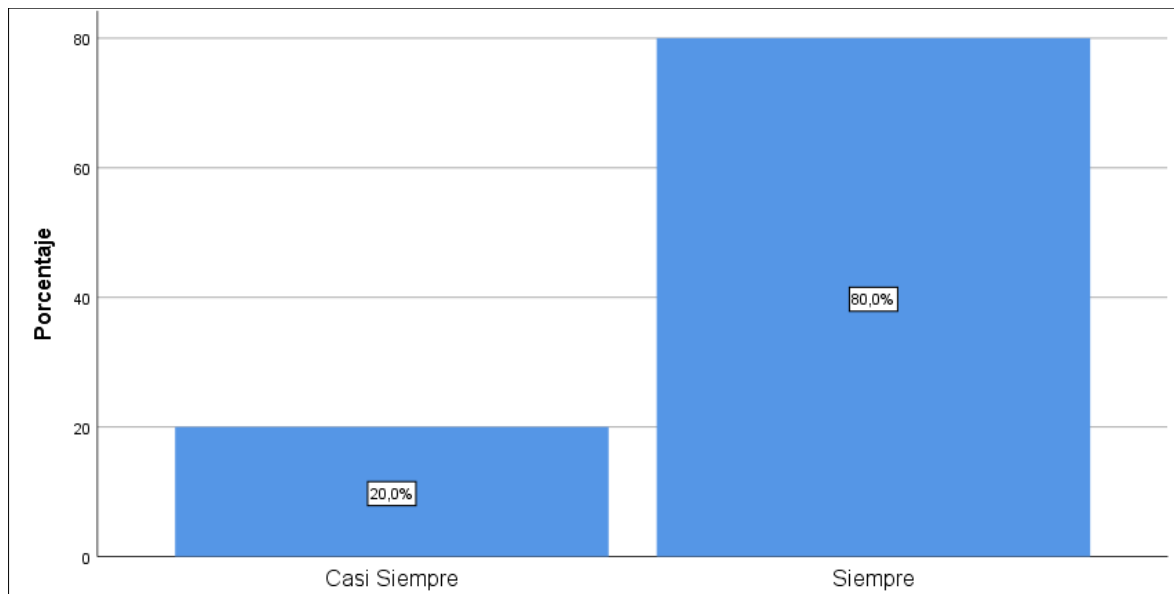


Figura 7. Se planifica la elaboración del producto en la organización.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 8

Existe un esquema general del proceso de elaboración del vino.

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|-------------|
| Válido | Nunca | 2 40,0% |
| | A veces | 2 40,0% |
| | Siempre | 1 20,0% |
| Total | | 5 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°08 se puede observar que el 40% de los Gerentes o Propietarios encuestados manifestaron que nunca y a veces utilizan un esquema general del proceso de elaboración del vino mientras que solo el 20% refiere que siempre lo utiliza.

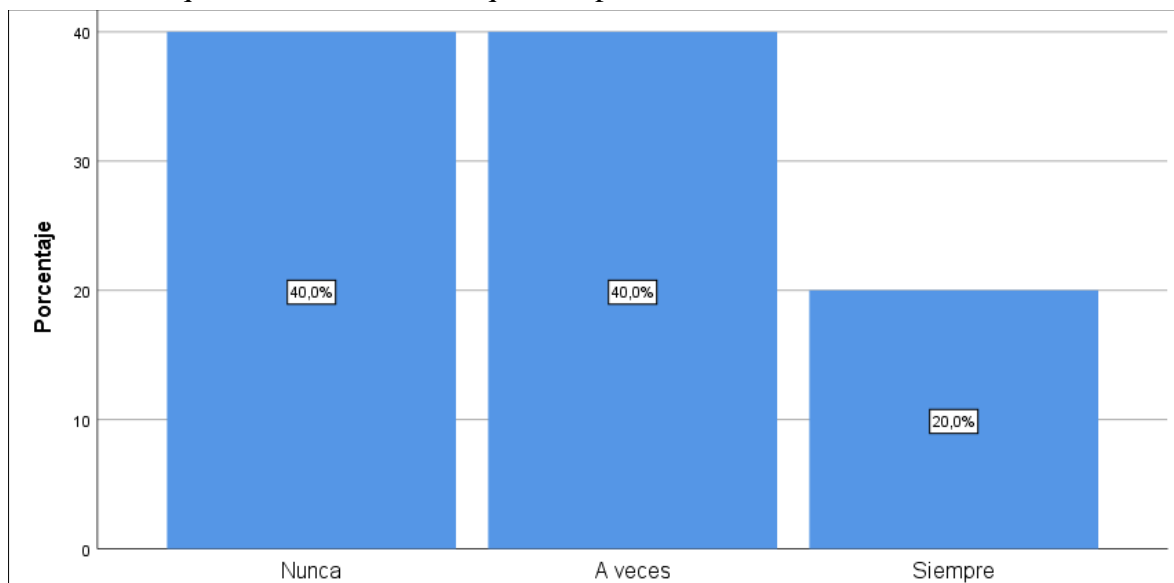


Figura 8. Existe un esquema general del proceso de elaboración del vino.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 9

Utiliza equipos y maquinaria en la elaboración del producto.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------|------------|------------|
| Válido | Siempre | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°09 se puede observar que el 100% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que siempre utiliza equipos y maquinarias en la elaboración del producto.

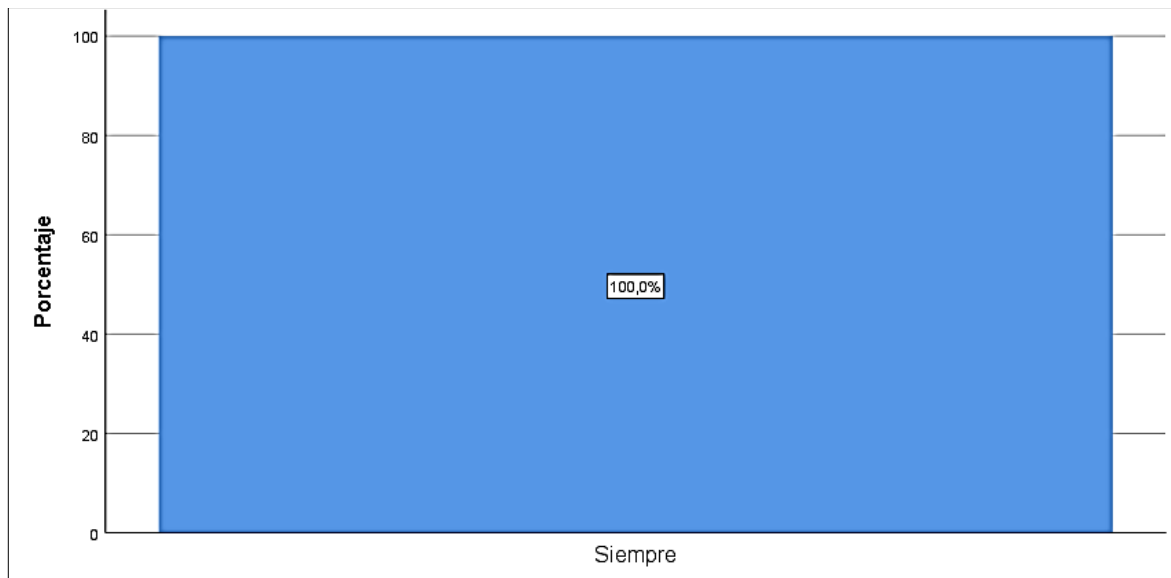


Figura 9. Utiliza equipos y maquinaria en la elaboración del producto

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 10

Los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción.

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|-------------|
| Válido | A veces | 2 40,0% |
| | Casi Siempre | 2 40,0% |
| | Siempre | 1 20,0% |
| Total | | 5 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°10 se puede observar que el 40% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que a veces los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción; al igual que el 40% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que casi siempre.

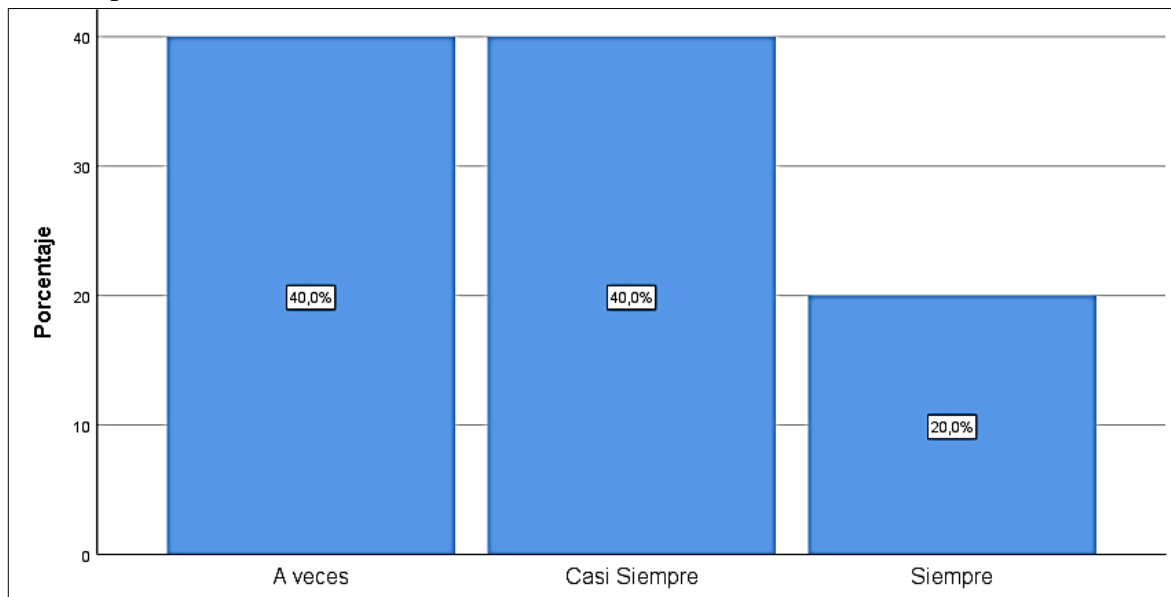


Figura 10. Los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 11

Tiene personal calificado dentro del área de producción.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Casi Siempre | 3 | 60,0% |
| | Siempre | 2 | 40,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°11 se puede observar que el 60% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que casi siempre tiene personal calificado dentro del área de producción.

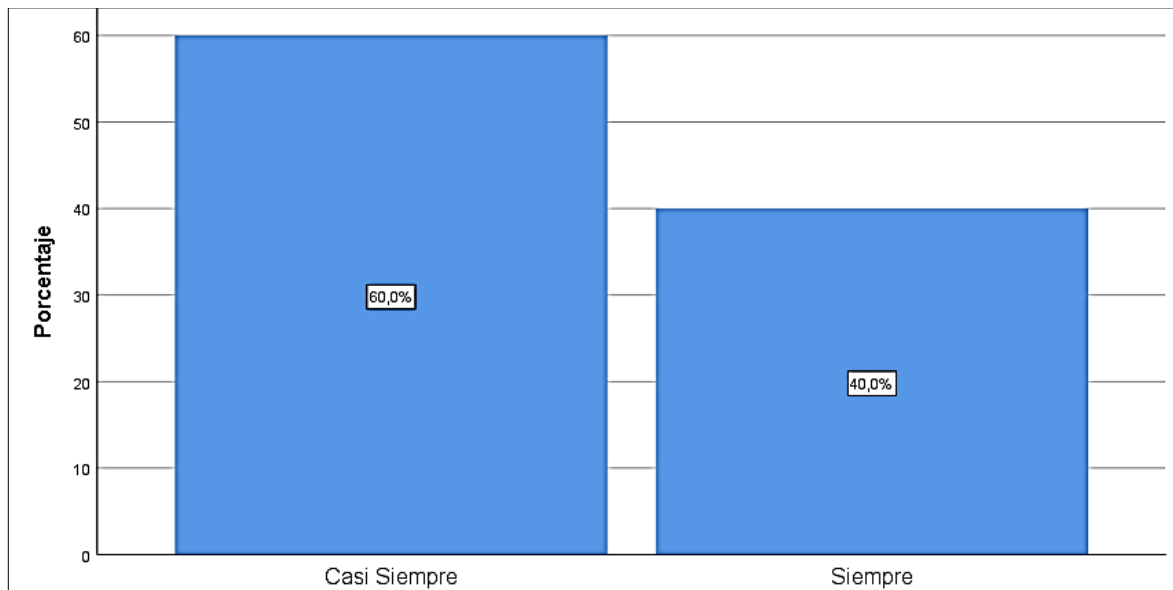


Figura 11. Tiene personal calificado dentro del área de producción.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 12

Aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración.

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|-------------|
| Válido | Nunca | 3 60,0% |
| | Casi Nunca | 1 20,0% |
| | A veces | 1 20,0% |
| | Total | 5 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°12 se puede observar que el 60% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que nunca aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración.

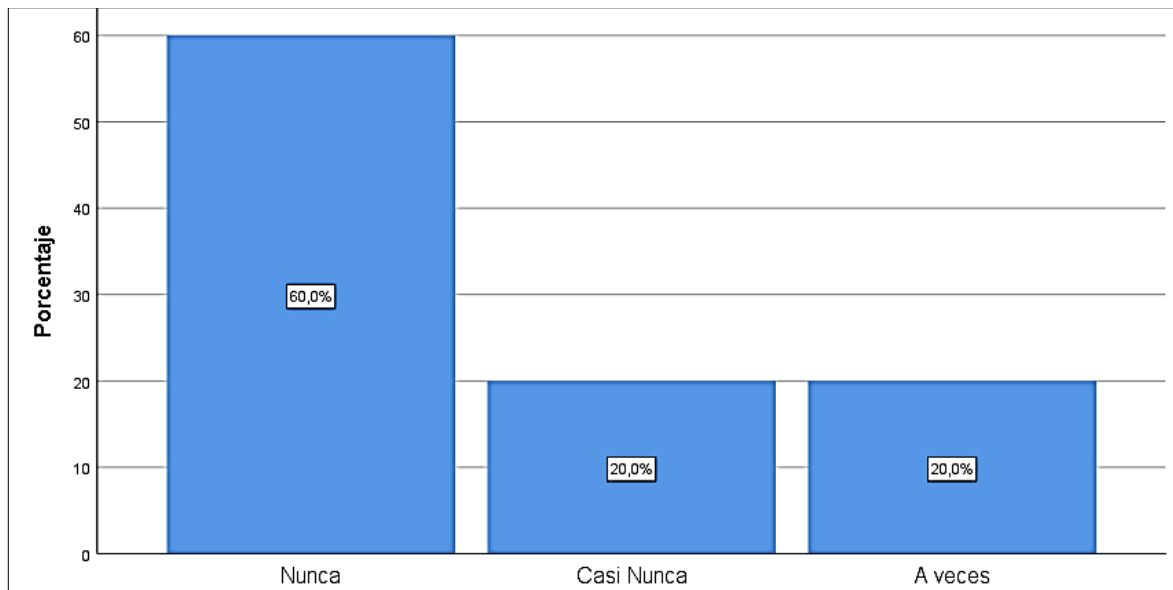


Figura 12. Aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 13

Se cuenta con un control de calidad de los productos terminados.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------|------------|------------|
| | Nunca | 4 | 80,0% |
| Válido | A veces | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°13 se puede observar que el 80% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que nunca se cuenta con un control de calidad de los productos terminados.

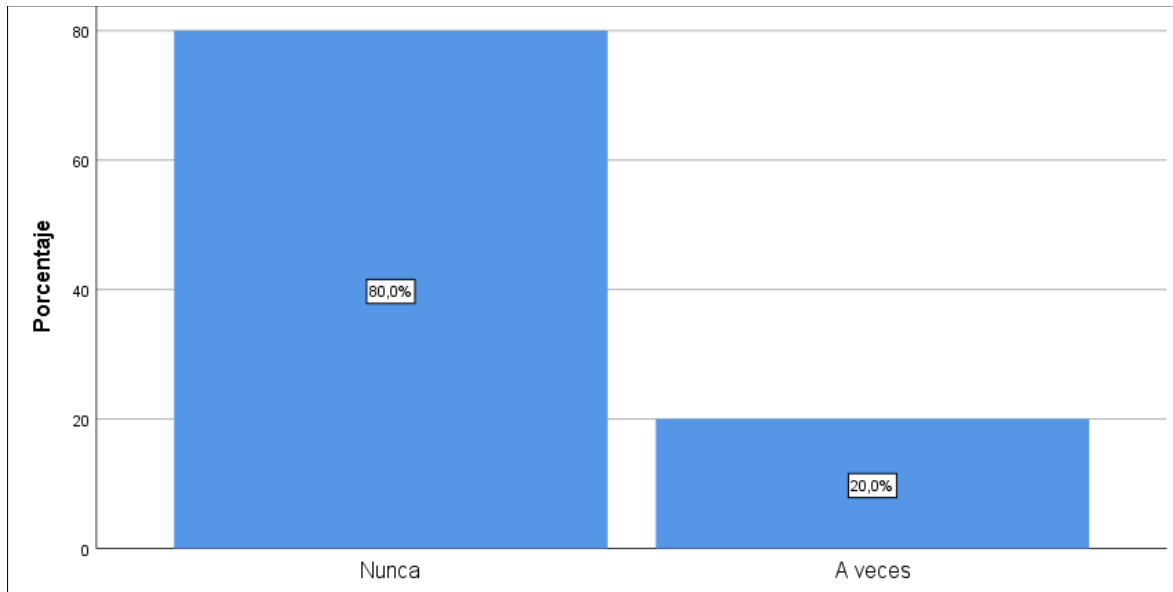


Figura 13. Se cuenta con un control de calidad de los productos terminados.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 14

Se efectúa embalaje y etiquetado de los productos.

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|---------------|
| Nunca | 3 | 60,0% |
| A veces | 1 | 20,0% |
| Siempre | 1 | 20,0% |
| Válido | | |
| Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°14 se puede observar que el 60% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que nunca se efectúa embalaje y etiquetado de los productos.

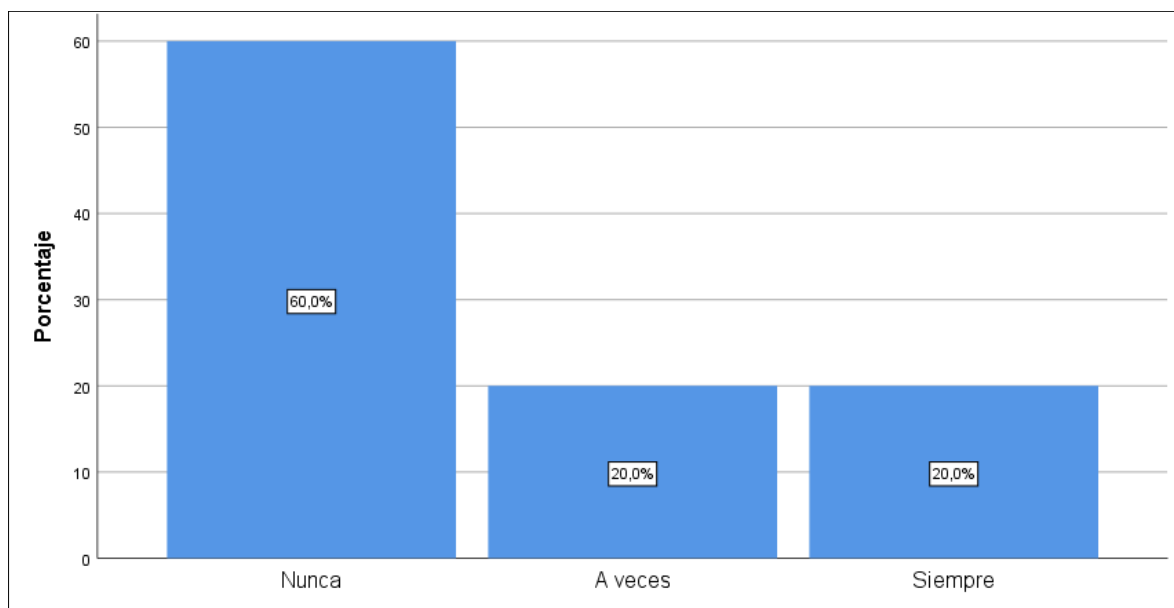


Figura 14. Se efectúa embalaje y etiquetado de los productos.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 15

Los productos están clasificados y ordenados según sus características

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|-------------|
| Válido | Nunca | 3 60,0% |
| | Casi Nunca | 1 20,0% |
| | Siempre | 1 20,0% |
| | Total | 5 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°15 se puede observar que el 60% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que nunca los productos están clasificados y ordenados según sus características.

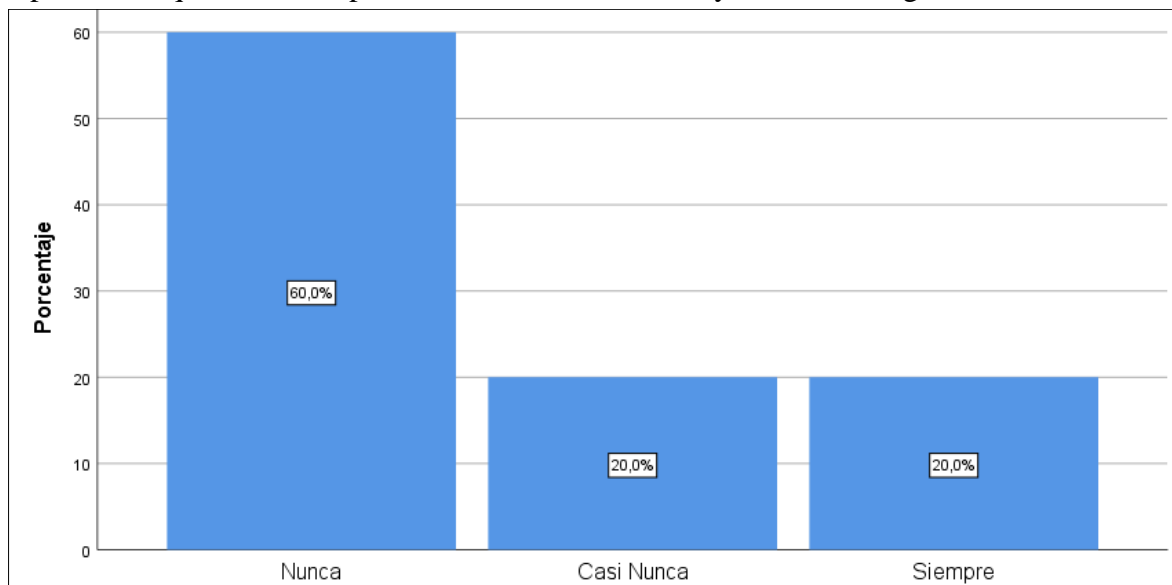


Figura 15. Los productos están clasificados y ordenados según sus características

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 16

Se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 4 | 80,0% |
| | A veces | 1 | 20,0% |
| Total | | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°16 se puede observar que el 80% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que nunca se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos.

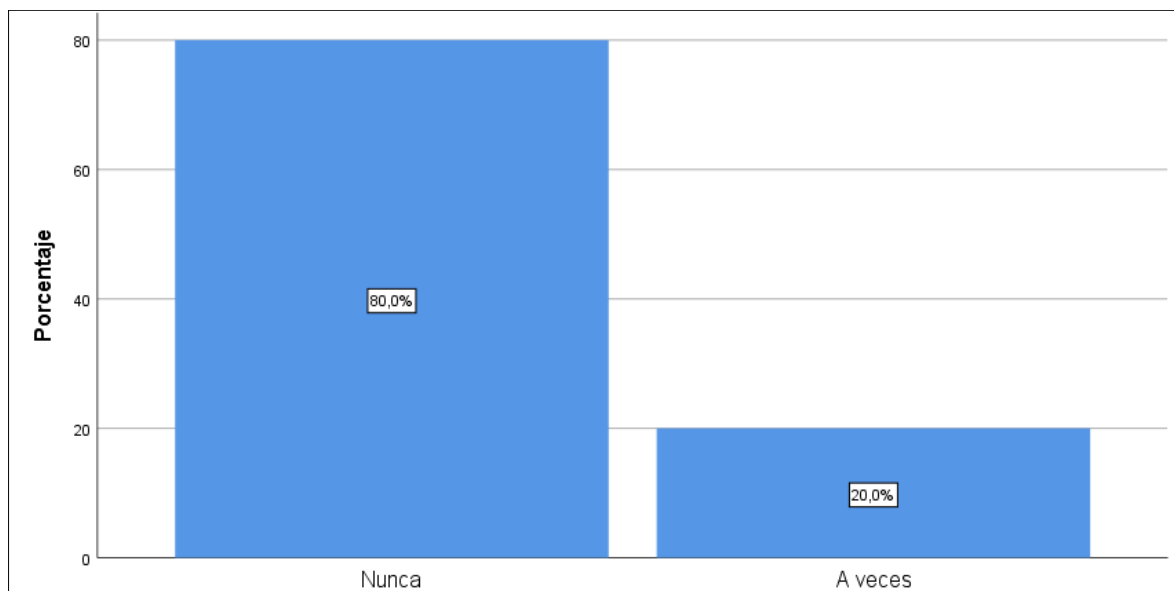


Figura 16. Se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 17

Utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|---------------|
| Válido | A veces | 4 | 80,0% |
| | Siempre | 1 | 20,0% |
| | Total | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°17 se puede observar que el 80% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que a veces utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos.

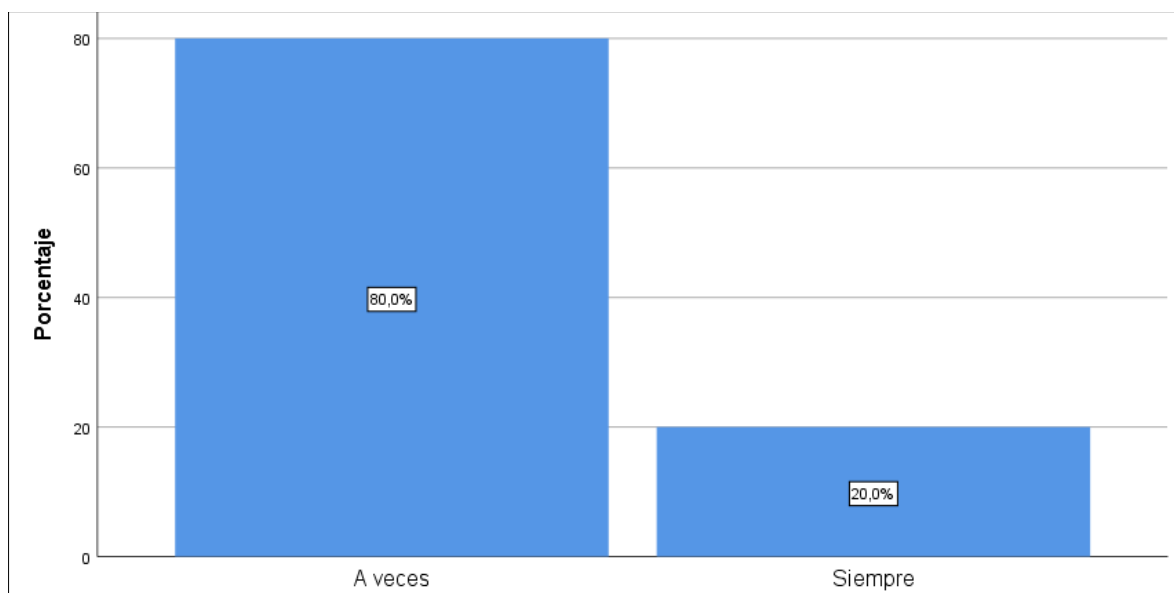


Figura 17. Utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 18

Aplica alguna estrategia de distribución de productos

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 4 | 80,0% |
| | A veces | 1 | 20,0% |
| Total | | 5 | 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°18 se puede observar que el 80% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que nunca aplica alguna estrategia de distribución de productos.

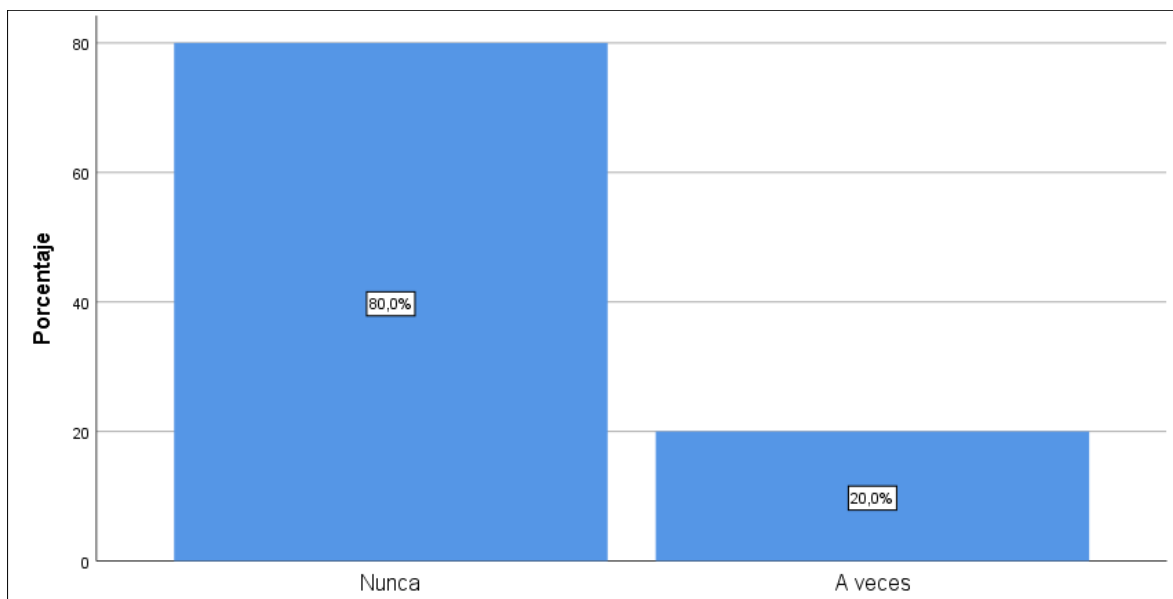


Figura 18. Aplica alguna estrategia de distribución de productos

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 19

Siempre utiliza documentación para el traslado de los productos.

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|-------------|
| Válido | A veces | 1 20,0% |
| | Casi Siempre | 2 40,0% |
| | Siempre | 2 40,0% |
| Total | | 5 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°19 se puede observar que el 40% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que casi siempre y siempre utilizan documentación para el traslado de los productos mientras que solo el 20% refieren que a veces la utilizan.

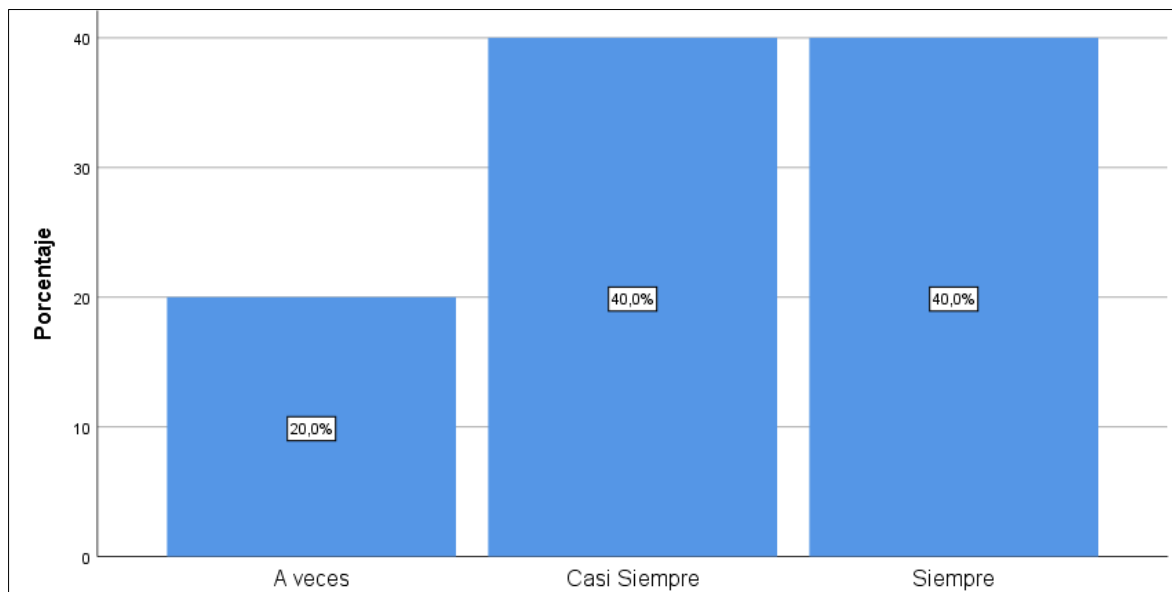


Figura 20. Siempre utiliza documentación para el traslado de los productos.

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 20

Se realiza seguimiento del producto hasta el cliente final.

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|-------------|
| Válido | Nunca | 1 20,0% |
| | A veces | 2 40,0% |
| | Casi Siempre | 2 40,0% |
| Total | | 5 100,0% |

Nota. Resultados de la encuesta aplicada.

En la tabla N°20 se puede observar que el 40% de los Gerentes o Propietarios encuestados respondieron que a veces y casi siempre realizan seguimiento del producto hasta el cliente final mientras que solo el 20% refiere que nunca lo realiza.

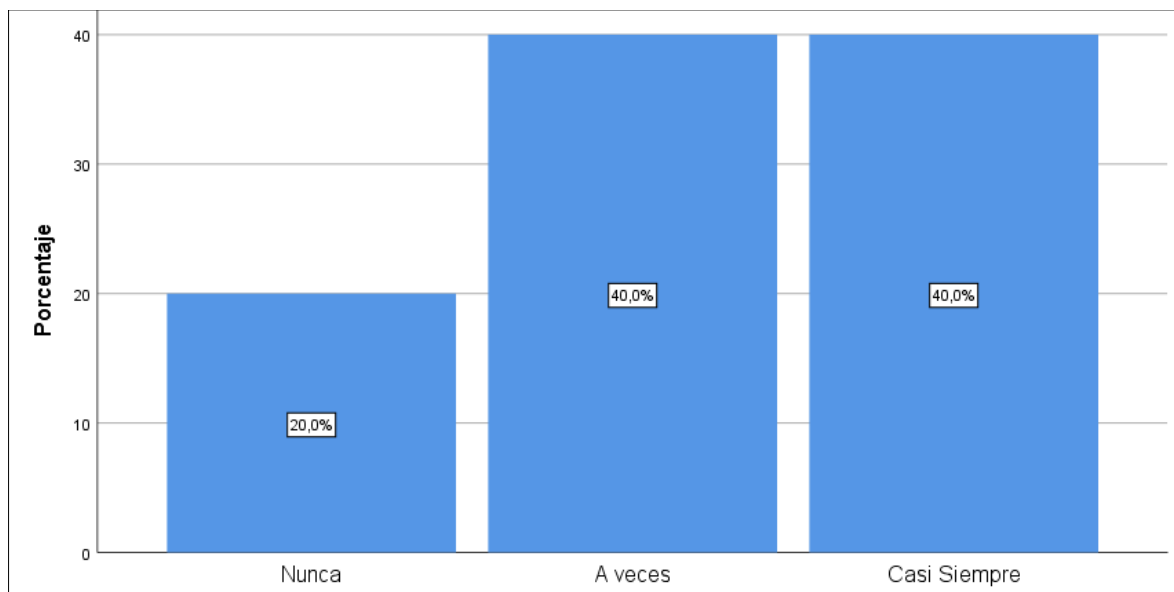


Figura 21 Se realiza seguimiento del producto hasta el cliente final.

Nota. Elaboración Propia.

Anexo N° 14. Encuestas realizadas a las empresas.

Cuestionario sobre el diagnóstico de la cadena logística

Estimado trabajador: La presente encuesta es parte de un estudio sobre la cadena logística de una empresa elaboradora de vino de uva en Cascas. La encuesta es ANÓNIMA, por lo que le solicito sinceridad en sus respuestas. Marque con (X) según la siguiente clasificación:

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. A veces
4. Casi Siempre
5. Siempre

| Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Función de aprovisionamiento | | | | | |
| 1. Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto. | | | | X | |
| 2. Utiliza algún método de evaluación de proveedor para la compra de insumos. | X | | | | |
| 3. Se registran los productos que ingresan a almacén. | | | | | X |
| 4. Se efectúa inventario de los productos en almacén. | | | | | X |
| 5. Se cuenta con políticas de gestión de inventarios. | X | | | | |
| 6. Se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación. | X | | | | |
| Función de producción | | | | | |
| 7. Se planifica la elaboración del producto en la organización. | | | | | X |
| 8. Existe un esquema general del proceso de elaboración del vino. | | | | | X |
| 9. Utiliza equipos y maquinaria en la elaboración del producto. | | | | | X |
| 10. Los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción. | | | | X | |
| 11. Tiene personal calificado dentro del área de producción. | | | | | X |
| 12. Aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración. | | | X | | |

| | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|
| 13. Se cuenta con un control de calidad de los productos terminados. | | | X | | |
| Función de distribución | | | | | |
| 14. Se efectúa embalaje y etiquetado de los productos. | | | | | X |
| 15. Los productos están clasificados y ordenados según sus características. | | | | | X |
| 16. Se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos. | | | X | | |
| 17. Utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos. | | | X | | |
| 18. Aplica alguna estrategia de distribución de productos. | X | | | | |
| 19. Siempre utiliza documentación para el traslado de los productos. | | | | X | |
| 20. Se realiza seguimiento del producto hasta el cliente final. | | | | X | |

6.

Cuestionario sobre el diagnóstico de la cadena logística

Estimado trabajador: La presente encuesta es parte de un estudio sobre la cadena logística de una empresa elaboradora de vino de uva en Cascas. La encuesta es ANÓNIMA, por lo que le solicitó sinceridad en sus respuestas. Marca con (X) según la siguiente clasificación:

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. A veces
4. Casi Siempre
5. Siempre

| Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Función de aprovisionamiento | | | | | |
| 1. Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto. | | | | X | |
| 2. Utiliza algún método de evaluación de proveedor para la compra de insumos. | | | X | | |
| 3. Se registran los productos que ingresan a almacén. | | | X | | |
| 4. Se efectúa inventario de los productos en almacén. | | | X | | |
| 5. Se cuenta con políticas de gestión de inventarios. | X | | | | |
| 6. Se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación. | X | | | | |
| Función de producción | | | | | |
| 7. Se planifica la elaboración del producto en la organización. | | | | | X |
| 8. Existe un esquema general del proceso de elaboración del vino. | | | X | | |
| 9. Utiliza equipos y maquinaria en la elaboración del producto. | | | | | X |
| 10. Los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción. | | | X | | |
| 11. Tiene personal calificado dentro del área de producción. | | | | X | |
| 12. Aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración. | X | | | | |
| 13. Se cuenta con un control de calidad de los productos terminados. | X | | | | |
| Función de distribución | | | | | |
| 14. Se efectúa embalaje y etiquetado de los productos. | X | | | | |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|
| 15. Los productos están clasificados y ordenados según sus características. | X | | | | |
| 16. Se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos. | X | | | | |
| 17. Utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos. | | | | | X |
| 18. Aplica alguna estrategia de distribución de productos. | X | | | | |
| 19. Siempre utiliza documentación para el traslado de los productos. | | | | | X |
| 20. Se realiza seguimiento del producto hasta el cliente final. | | | X | | |

6.

Cuestionario sobre el diagnóstico de la cadena logística

Estimado trabajador: La presente encuesta es parte de un estudio sobre la cadena logística de una empresa elaboradora de vino de uva en Cascas. La encuesta es ANÓNIMA, por lo que le solicité sinceridad en sus respuestas. Marca con (X) según la siguiente clasificación:

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. A veces
4. Casi Siempre
5. Siempre

| Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Función de aprovisionamiento | | | | | |
| 1. Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto. | | | X | | |
| 2. Utiliza algún método de evaluación de proveedor para la compra de insumos. | X | | | | |
| 3. Se registran los productos que ingresan al almacén. | X | | | | |
| 4. Se efectúa inventario de los productos en almacén. | | X | | | |
| 5. Se cuenta con políticas de gestión de inventarios. | X | | | | |
| 6. Se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación. | X | | | | |
| Función de producción | | | | | |
| 7. Se planifica la elaboración del producto en la organización. | | | | | X |
| 8. Existe un esquema general del proceso de elaboración del vino. | X | | | | |
| 9. Utiliza equipos y maquinaria en la elaboración del producto. | | | | | X |
| 10. Los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción. | | | | | X |
| 11. Tiene personal calificado dentro del área de producción. | | | | | X |
| 12. Aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración. | X | | | | |
| 13. Se cuenta con un control de calidad de los productos terminados. | X | | | | |
| Función de distribución | | | | | |
| 14. Se efectúa embalaje y etiquetado de los productos. | X | | | | |

| | | | | | |
|---|---|--|---|---|--|
| 15. Los productos están clasificados y ordenados según sus características. | X | | | | |
| 16. Se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos. | X | | | | |
| 17. Utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos. | | | X | | |
| 18. Aplica alguna estrategia de distribución de productos. | X | | | | |
| 19. Siempre utiliza documentación para el traslado de los productos. | | | | X | |
| 20. Se realiza seguimiento del producto hasta el cliente final. | X | | | | |

6.

Cuestionario sobre el diagnóstico de la cadena logística

Estimado trabajador: La presente encuesta es parte de un estudio sobre la cadena logística de una empresa elaboradora de vino de uva en Cascas. La encuesta es ANÓNIMA, por lo que le solicité sinceridad en sus respuestas. Marca con (X) según la siguiente clasificación:

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. A veces
4. Casi Siempre
5. Siempre

| Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Función de aprovisionamiento | | | | | |
| 1. Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto. | | | | X | |
| 2. Utiliza algún método de evaluación de proveedor para la compra de insumos. | X | | | | |
| 3. Se registran los productos que ingresan al almacén. | X | | | | |
| 4. Se efectúa inventario de los productos en almacén. | | | X | | |
| 5. Se cuenta con políticas de gestión de inventarios. | X | | | | |
| 6. Se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación. | X | | | | |
| Función de producción | | | | | |
| 7. Se planifica la elaboración del producto en la organización. | | | | | X |
| 8. Existe un esquema general del proceso de elaboración del vino. | X | | | | |
| 9. Utiliza equipos y maquinaria en la elaboración del producto. | | | | | X |
| 10. Los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción. | | | X | | |
| 11. Tiene personal calificado dentro del área de producción. | | | | X | |
| 12. Aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración. | X | | | | |
| 13. Se cuenta con un control de calidad de los productos terminados. | X | | | | |
| Función de distribución | | | | | |
| 14. Se efectúa embalaje y etiquetado de los productos. | X | | | | |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|--|
| 15. Los productos están clasificados y ordenados según sus características. | X | | | | |
| 16. Se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos. | X | | | | |
| 17. Utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos. | | | X | | |
| 18. Aplica alguna estrategia de distribución de productos. | | | X | | |
| 19. Siempre utiliza documentación para el traslado de los productos. | | | X | | |
| 20. Se realiza seguimiento del producto hasta el cliente final. | | | X | | |

6.

Cuestionario sobre el diagnóstico de la cadena logística

Estimado trabajador: La presente encuesta es parte de un estudio sobre la cadena logística de una empresa elaboradora de vino de uva en Cascas. La encuesta es ANÓNIMA, por lo que le solicito sinceridad en sus respuestas. Marque con (X) según la siguiente clasificación:

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. A veces
4. Casi Siempre
5. Siempre

| Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Función de aprovisionamiento | | | | | |
| 1. Se planifica la compra de materiales para la elaboración del producto. | | | X | | |
| 2. Utiliza algún método de evaluación de proveedor para la compra de insumos. | | | X | | |
| 3. Se registran los productos que ingresan al almacén. | X | | | | |
| 4. Se efectúa inventario de los productos en almacén. | X | | | | |
| 5. Se cuenta con políticas de gestión de inventarios. | X | | | | |
| 6. Se lleva un control estadístico de los productos con alta rotación. | X | | | | |
| Función de producción | | | | | |
| 7. Se planifica la elaboración del producto en la organización. | | | | X | |
| 8. Existe un esquema general del proceso de elaboración del vino. | | | X | | |
| 9. Utiliza equipos y maquinaria en la elaboración del producto. | | | | | X |
| 10. Los ambientes están correctamente distribuidos en la planta de producción. | | | | X | |
| 11. Tiene personal calificado dentro del área de producción. | | | | X | |
| 12. Aplican herramientas y métodos de mejora dentro del proceso de elaboración. | | X | | | |
| 13. Se cuenta con un control de calidad de los productos terminados. | X | | | | |
| Función de distribución | | | | | |
| 14. Se efectúa embalaje y etiquetado de los productos. | | | X | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 15. Los productos están clasificados y ordenados según sus características. | | X | | | |
| 16. Se efectúan métodos y herramientas en la preparación de pedidos. | X | | | | |
| 17. Utiliza un canal de distribución óptimo para el envío de productos. | | | X | | |
| 18. Aplica alguna estrategia de distribución de productos. | X | | | | |
| 19. Siempre utiliza documentación para el traslado de los productos. | | | | | X |
| 20. Se realiza seguimiento del producto hasta el cliente final. | | | | X | |

6.

Ficha guía para entrevistar

La presente guía de entrevista es parte de un estudio sobre la cadena logística de una empresa elaboradora de vino de uva en Cascas. Por lo que le solicitó sinceridad en sus respuestas.

Entrevistado: Don Manuelito Vinos

Puesto: Propietario

Fecha: 20/11/2021

| | | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 1. ¿Cómo califica el trabajo del área de logística dentro de la compañía? Maneja un nivel básico en lo que se refiere a logística. | | | | | | |
| 2. ¿Se analiza el comportamiento de los stocks periodo a periodo? Solo se realiza el análisis de las ventas de los productos. | | | | | | |
| 3. ¿Qué cree Ud. que los lleva a tener esos niveles de stock? La alta demanda de los productos. | | | | | | |
| 4. ¿Qué tipo de políticas se manejan dentro del área de compras y almacenes? Aún se maneje de forma empírica las operaciones que se realiza en dichas áreas. | | | | | | |
| 5. ¿Cuál es la visión logística de la empresa para los próximos 5 años? Lograr mejorar la gestión y control mediante herramientas o métodos logísticos innovadores. | | | | | | |
| 6. Podrías indicarnos el Grado de Criticidad que se ve en los siguientes escenarios. | | | | | | |
| Posibles causas críticas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Total |
| ● Falta de planificación de necesidades | X | | | | | 1 |
| ● Falta de gestión en los inventarios | | | | X | | 4 |
| ● Insuficientes políticas de compra | X | | | | | 1 |
| ● Insuficientes políticas de inventarios | X | | | | | 1 |
| ● Falta de procedimientos | | | X | | | 3 |
| ● Diferencia en inventarios | | | X | | | 3 |
| ● Altos niveles de inventarios. | X | | | | | 1 |

Anexo N° 15. Validación de Expertos

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

| | |
|--|--|
| Título de la investigación: | Diagnóstico de la cadena logística para facilitar el comercio internacional en empresas elaboradoras de vino de uva en Cascas, 2020. |
| Línea de investigación: | |
| Apellidos y nombres del experto: | ZEGARRA ESCALANTE DORA LUZ |
| El instrumento de medición pertenece a la variable: | Cadena Logística |

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

| Ítems | Preguntas | Aprecia | | Observaciones |
|-------|---|---------|----|---------------|
| | | SÍ | NO | |
| 1 | ¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado? | X | | |
| 2 | ¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación? | X | | |
| 3 | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación? | X | | |
| 4 | ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación? | X | | |
| 5 | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio? | X | | |
| 6 | ¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas? | X | | |
| 7 | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores? | X | | |
| 8 | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos? | X | | |
| 9 | ¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición? | X | | |
| 10 | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio? | X | | |
| 11 | ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos? | X | | |

Sugerencias:

Firma del experto:



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

| | |
|--|--|
| Título de la investigación: | Diagnóstico de la cadena logística para facilitar el comercio internacional en empresas elaboradoras de vino de uva en Cascas, 2020. |
| Línea de investigación: | |
| Apellidos y nombres del experto: | Luigi Cabos Villa |
| El instrumento de medición pertenece a la variable: | Cadena Logística |

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

| Items | Preguntas | Aprecia | | Observaciones |
|-------|---|---------|----|---------------|
| | | SÍ | NO | |
| 1 | ¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado? | x | | |
| 2 | ¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación? | x | | |
| 3 | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación? | x | | |
| 4 | ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación? | x | | |
| 5 | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio? | x | | |
| 6 | ¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas? | x | | |
| 7 | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores? | x | | |
| 8 | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos? | x | | |
| 9 | ¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición? | x | | |
| 10 | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio? | x | | |
| 11 | ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos? | x | | |

Sugerencias:

De acuerdo con el indicador, se debe colocar la escala correcta.

Firma del experto:



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

| | |
|--|--|
| Título de la investigación: | Diagnóstico de la cadena logística para facilitar el comercio internacional en empresas elaboradoras de vino de uva en Cascas, 2020. |
| Línea de investigación: | |
| Apellidos y nombres del experto: | Mg. Julio Octavio Sánchez Quiroz |
| El instrumento de medición pertenece a la variable: | Cadena Logística |

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

| Items | Preguntas | Aprecia | | Observaciones |
|-------|---|---------|----|---------------|
| | | SÍ | NO | |
| 1 | ¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado? | X | | |
| 2 | ¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación? | X | | |
| 3 | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación? | X | | |
| 4 | ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación? | X | | |
| 5 | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio? | X | | |
| 6 | ¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas? | X | | |
| 7 | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores? | X | | |
| 8 | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos? | X | | |
| 9 | ¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición? | X | | |
| 10 | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio? | X | | |
| 11 | ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos? | X | | |

Sugerencias:

El instrumento de evaluación es adecuado para la investigación a realizarse.

Firma del experto:



Mg. Julio Octavio Sánchez Quiroz
DNI 40003184