



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras distribuir, combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial y, a pesar que son nuevas obras deben siempre rendir crédito y ser no comerciales, no están obligadas a licenciar sus obras derivadas bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA DE ICA



EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD



CONSTANCIA



El que suscribe deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

“Gestión Logística y Exportación al Mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024”

Presentado por:

Bach: EULOGIO MATIAS FLORES.

El resultado obtenido es una coincidencia de **3%**, por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO

Según reglamento de Evaluación de la Originalidad

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Se aprueba el informe final de tesis por tener un porcentaje de similitud inferior a los límites establecidos por el reglamento.

Ica, 25 de noviembre del 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE ADMINISTRACION



Dr. Vicente H. Ecos Quintanilla
DIRECTOR UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Facultad de Administración



Gestión logística y exportación al mercado de China en la
Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024

Línea de investigación

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

INFORME FINAL DE TESIS

AUTOR

EULOGIO MATIAS FLORES

ASESOR

DR. EDDY TULIO PAREDES SUMARI

Ica - Perú

2026

DEDICATORIA

Con profundo amor y gratitud, dedico este trabajo a mis padres, por su apoyo incondicional y sus enseñanzas.

Gracias por ser mi fuerza en los momentos difíciles y mi inspiración constante.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a mi asesor, por su guía constante, sus valiosos aportes y su dedicación en cada etapa del proceso.

Su experiencia y compromiso fueron fundamentales para el desarrollo de esta investigación.

Gracias por acompañarme con paciencia y profesionalismo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	23
III. RESULTADOS.....	26
IV. DISCUSION	52
V. CONCLUSIONES	57
VI. RECOMENDACIONES	58
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
VIII. ANEXOS	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Indicador gestión de compras	26
Figura 2 Indicador gestión de inventario	28
Figura 3 Indicador gestión de despacho.....	30
Figura 4 Indicador conocimiento del mercado.....	32
Figura 5 Indicador participación en el mercado.....	34
Figura 6 Indicador conocimiento técnico.....	36
Figura 7 Variable gestión logística	38
Figura 8 Variable exportación.....	40
Figura 9 Gráfico de normalidad variable gestión logística	43
Figura 10 Gráfico de normalidad variable exportación	43
Figura 11 Gráfico de dispersión hipótesis general.....	45
Figura 12 Gráfico de dispersión hipótesis específica 1.....	47
Figura 13 Gráfico de dispersión hipótesis específica 2.....	49
Figura 14 Gráfico de dispersión hipótesis específica 3.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	22
Tabla 2 Indicador gestión de compras.....	26
Tabla 3 Indicador gestión de inventario	28
Tabla 4 Indicador gestión de despacho	30
Tabla 5 Indicador conocimiento del mercado	32
Tabla 6 Indicador participación en el mercado	34
Tabla 7 Indicador conocimiento técnico	36
Tabla 8 Variable gestión logística.....	38
Tabla 9 Variable exportación	40
Tabla 10 Prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov	42
Tabla 11 Comprobación de hipótesis general	44
Tabla 12 Comprobación de hipótesis específica 1	46
Tabla 13 Comprobación de hipótesis específica 2	48
Tabla 14 Comprobación de hipótesis específica 3	50
Tabla 15 Estadísticas de fiabilidad instrumento gestión logística.....	66
Tabla 16 Estadísticas de fiabilidad instrumento exportación	66

RESUMEN

La presente investigación titulada: Gestión logística y exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024, tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. Se utilizó como metodologías, una investigación aplicada, de nivel correlacional y diseño no experimental transversal, una población de 400 trabajadores, de la cual se extrajo una muestra de 196, aplicando una encuesta como técnica de investigación y un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Para el procesamiento de datos se utilizó el software estadístico SPSS versión 27. Los resultados descriptivos revelaron que el 46.4% de los encuestados percibe una gestión logística moderada, y el 56.6% considera moderado el nivel de exportación. En cuanto a los resultados inferenciales, se determinó que los datos siguen una distribución de normal de acuerdo con el estadístico Kolmogorov-Smirnov obteniéndose una significancia de 0.055 en ambos casos; por lo tanto la prueba estadística que se aplicó para el análisis de las hipótesis fue la estadística paramétrica de r de Pearson, arrojó un valor de 0.513 con una significancia de 0.000, lo que permitió rechazar la hipótesis nula y confirmar una relación positiva y estadísticamente significativa entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la empresa estudiada.

Palabras claves: gestión logística, exportación.

ABSTRACT

The present research entitled: Logistics management and export to the Chinese market in the Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024, aimed to determine the relationship between logistics management and export to the Chinese market in the Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. As methodologies, a applied research, of correlational level and non-experimental cross-sectional design was used, a population of 400 workers, from which a sample of 196 was extracted, applying a survey as a research technique and a questionnaire as a data collection instrument. For data processing, the statistical software SPSS version 27 was used. The descriptive results revealed that 46.4% of the respondents perceive a moderate logistics management, and 56.6% consider the moderate of export to be high. Regarding the inferential results, it was determined that the data follow a normal distribution according to the Kolmogorov-Smirnov statistic, obtaining a significance of 0.055 in both cases; therefore, the statistical test that was applied for the analysis of the hypotheses was the parametric statistic of Pearson's R, which yielded a value of 0.513 with a significance of 0.000, which allowed rejecting the null hypothesis and confirming a positive and statistically significant relationship between logistics management exports to the Chinese market in the company studied..

Key words: logistics management, export.

I. INTRODUCCIÓN

La globalización de los mercados ha impulsado a las empresas agroexportadoras peruanas a mejorar sus procesos logísticos para competir en escenarios internacionales altamente exigentes. En este contexto, la gestión logística se ha convertido en un factor estratégico clave para garantizar la eficiencia en las operaciones de exportación, especialmente hacia mercados de gran demanda como el de la República Popular China. Este país asiático, caracterizado por su crecimiento económico sostenido y su elevada demanda de productos agrícolas, representa una oportunidad significativa para los productores y exportadores del sector agroindustrial peruano.

La región Ica se ha consolidado como una de las principales zonas agroexportadoras del Perú, destacando por su producción de frutas frescas como uvas, arándanos y espárragos, entre otros cultivos de alta demanda internacional. Dentro de este contexto regional, la empresa Sociedad Agrícola Don Luis S.A. se presenta como una organización representativa, que ha orientado sus esfuerzos hacia la internacionalización de su producción, buscando posicionarse en mercados exigentes como el chino. Sin embargo, para lograr un proceso exportador eficiente, es imprescindible una adecuada planificación, control y coordinación de todas las actividades logísticas involucradas.

La gestión logística no solo comprende el almacenamiento y transporte de los productos, sino también la optimización de los flujos de información, el cumplimiento de normativas sanitarias, aduaneras y de calidad, así como la capacidad de respuesta frente a los requerimientos de los clientes internacionales. De este modo, una logística bien gestionada incide directamente en la competitividad de la empresa exportadora, reduciendo costos, mejorando tiempos de entrega y asegurando la satisfacción del cliente final.

A pesar del potencial exportador que tiene la región y del esfuerzo de muchas empresas por alcanzar estándares internacionales, aún persisten desafíos en la cadena logística, como limitaciones en infraestructura, barreras burocráticas y escasa innovación tecnológica. Estos aspectos pueden afectar negativamente la continuidad y sostenibilidad de las exportaciones,

especialmente cuando se trata de ingresar a mercados con altos estándares de calidad y trazabilidad como el chino.

La presente investigación tuvo como propósito analizar la gestión logística de la Sociedad Agrícola Don Luis S.A. y su relación en el proceso de exportación al mercado chino durante el año 2024. Para ello, se identificaron y evaluaron los principales componentes logísticos implementados por la empresa, así como los retos y oportunidades que enfrenta en su proceso exportador. El estudio se enmarcó en un enfoque descriptivo-correlacional y emplea técnicas cuantitativas para evaluar la relación entre las prácticas logísticas y los resultados obtenidos en las exportaciones hacia China.

1.1. Planteamiento del problema

La gestión logística ha sido reconocida como un elemento crucial para la competitividad en los mercados internacionales, particularmente en el sector agroexportador. La globalización y la creciente demanda de productos frescos en mercados emergentes han intensificado la necesidad de sistemas logísticos eficientes que aseguren la calidad, la puntualidad y la sostenibilidad de las exportaciones.

A nivel internacional, la gestión logística en el comercio exterior es un factor determinante para garantizar la competitividad en mercados globales como el de China, uno de los principales importadores de productos agrícolas en el mundo. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2023), las exportaciones agrícolas con destino a Asia representaron el 24% del comercio mundial, impulsadas por la creciente demanda de productos frescos y de calidad. La logística, que abarca el transporte, almacenamiento, y distribución, es clave para cumplir con los estrictos estándares de calidad y tiempos de entrega exigidos por este mercado (Arifin, 2022). Sin embargo, las empresas enfrentan desafíos relacionados con los costos, las regulaciones internacionales y la sostenibilidad, lo que resalta la necesidad de estrategias logísticas más eficientes.

En América Latina, la agroexportación ha experimentado un crecimiento significativo, siendo el mercado de Asia, y particularmente China, un destino clave para productos como frutas

y vegetales frescos. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2024), las exportaciones agrícolas hacia China crecieron un 15% anual entre 2018 y 2022, destacando países como Chile, México y Perú entre los principales proveedores. No obstante, el éxito en este mercado depende en gran medida de la capacidad de las empresas para superar desafíos logísticos, como los altos costos de transporte y las barreras arancelarias. Mientras que algunas empresas han logrado optimizar su logística mediante el uso de tecnología y alianzas estratégicas, otras enfrentan dificultades para cumplir con los estándares de calidad requeridos, evidenciando vacíos en la planificación logística (Asencio y Carrión, 2023).

En el contexto peruano, la agroexportación se ha consolidado como uno de los pilares de la economía nacional, representando el 29% del total de exportaciones en 2023 (Mincetur, 2023). China se ha posicionado como uno de los principales mercados para los productos agrícolas peruanos, especialmente uvas, arándanos y espárragos. Sin embargo, la gestión logística continúa siendo un desafío importante para las empresas agroexportadoras, que deben enfrentar problemas como la insuficiencia de infraestructura, los altos costos de transporte y las limitaciones en el acceso a tecnologías avanzadas. Estas dificultades afectan tanto la competitividad como la capacidad de las empresas para cumplir con los requisitos del mercado chino, que incluye altos estándares de inocuidad y eficiencia en los tiempos de entrega.

En el caso de la Sociedad Agrícola Don Luis S.A., una empresa agroexportadora ubicada en Ica, la logística juega un papel crítico en la expansión hacia mercados internacionales como el de China. Aunque la empresa ha logrado consolidar su posición en mercados tradicionales, enfrenta desafíos significativos para competir en el mercado asiático. Según un informe de PromPerú (2023), las principales limitaciones logísticas de las empresas agroexportadoras peruanas incluyen la falta de optimización en las cadenas de suministro, problemas de transporte en puertos y la falta de integración tecnológica. En la Sociedad Agrícola Don Luis S.A., estos problemas se manifiestan en retrasos en los envíos, pérdidas de productos perecederos y un aumento en los costos operativos, lo que limita su capacidad para competir de manera efectiva.

A pesar de la importancia estratégica del mercado chino para la agroexportación peruana, existen vacíos en el conocimiento sobre cómo las empresas pueden optimizar su gestión logística para acceder a este mercado de manera eficiente. Mientras que algunos estudios han explorado la logística en grandes corporaciones agroexportadoras, se sabe poco sobre las estrategias logísticas específicas necesarias para pequeñas y medianas empresas como la Sociedad Agrícola Don Luis S.A.

Por lo tanto, esta investigación buscó analizar la relación entre la gestión logística y la exportación de la Sociedad Agrícola Don Luis S.A. al mercado de China en el año 2024. Los hallazgos proporcionarán información clave para optimizar los procesos logísticos y mejorar la competitividad de la empresa en el mercado internacional, contribuyendo al desarrollo sostenible de la Empresa Sociedad Agrícola Don Luis S.A.

1.1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1.1. A nivel internacional

Asencio y Carrión (2023), el propósito es examinar el comportamiento de las exportaciones en el año 2021 y, paralelamente, formular estrategias de mejora para continuar penetrando en nuevos mercados internacionales. La metodología se basa en un análisis cuantitativo exhaustivo; se realizaron entrevistas a un grupo de 6 especialistas en actividades acuícolas, concluyendo que para reducir los costos es necesario trabajar desde el agua de las piscinas, disminuyendo el recambio y la salida. Además, se debe crear valor añadido en el empaquetado del camarón como se hace en otros países, lo que permitirá un incremento en las exportaciones.

Paricahua (2022), tuvo como propósito establecer cómo la gestión logística está vinculada a la rentabilidad de las empresas de construcción. Método: Se trató de un estudio correlacional, con un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo. La muestra estuvo compuesta por 53 compañías de construcción de la provincia de San Román. Se utilizó un cuestionario de 33 preguntas con opciones de respuesta valorativas de 5 alternativas. Se llevó a cabo la prueba de correlación de Spearman entre las variables de gestión logística y la rentabilidad de las empresas

constructoras. Resultados: Se identificó una fuerte correlación positiva entre las variables analizadas con un valor significativo de 0,000, que es menor al nivel de significancia de 0,05. Conclusión: La logística empresarial está vinculada de manera directa a la rentabilidad de las compañías constructoras, ya que existe una fuerte correlación positiva entre estas dos variables. De igual forma, con un mayor control en la administración de compras y en la gestión de inventarios, se logra una mayor rentabilidad.

Mahmoud et al. (2020), el propósito principal de esta investigación es examinar la correlación entre el rendimiento logístico y sus elementos y las exportaciones, enfocándose en los países del Medio Oriente y África mediante un modelo de regresión. Los hallazgos de esta investigación señalaron que el rendimiento logístico mejora de manera positiva las exportaciones de las naciones. Además, los elementos del índice de rendimiento logístico, como las aduanas, la infraestructura, los envíos internacionales y la puntualidad, ejercen un efecto considerable de manera individual, a excepción de la calidad logística, la competencia, el monitoreo y el seguimiento. El propósito del documento es respaldar a los encargados de las políticas económicas para optimizar la toma de decisiones en el ámbito de la logística.

Pittawat (2019), el propósito fue analizar la correlación entre las prácticas de administración de logística ecológica y la magnitud de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas tailandesas en la producción de alimentos y bebidas. El estudio requirió la ejecución de entrevistas detalladas con diez especialistas para esclarecer los elementos de las prácticas GLM. Los escritores emplearon un cuestionario para recopilar información entre 89 pequeñas y medianas empresas exportadoras, mediante un muestreo deliberado con 52 respuestas válidas. Los descubrimientos indican que la implementación más amplia de las prácticas GLM lleva a un incremento en la intensidad de las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas. Los hallazgos señalan que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas implementan prácticas GLM en todos los aspectos para aprovechar las ventajas del mercado de exportación.

1.1.1.2. A nivel nacional

Infante y Montoya (2022), el objetivo general es determinar la relación entre la gestión logística y la exportación de café verde de las MYPES de Lima al mercado canadiense en el año 2019-2020. El enfoque corresponde a un enfoque cuantitativo, tipología básica, diseño no experimental y correlación de rango descriptivo, conformando una muestra de 80 empleados de 10 MYPES exportadoras. Los principales resultados muestran que Rho de Spearman = 0.904, lo que significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre la gestión logística y las exportaciones de café verde al mercado canadiense. Además, se encuentra significancia bilateral = 0,000, es decir, <0,05, por lo que se acepta H_a y se rechaza H_o . Por lo que se concluyó que mientras mejor sea el manejo logístico, mejor será la exportación de café verde al mercado canadiense.

Anton y Shupingahua (2021), objetivo fundamental de esta investigación es establecer la conexión que hay entre la gestión logística y la exportación de cardigans hacia Estados Unidos. La investigación es de carácter aplicado, con un enfoque no experimental - de corte transversal. El estudio presenta un enfoque cuantitativo y es de tipo correlacional. La muestra analizada consistió en 32 trabajadores que desempeñan sus funciones en la empresa objeto de estudio. Se utilizó un cuestionario como herramienta para la recolección de datos, con un total de 36 preguntas. De esta manera, se pudo determinar por medio de los resultados que la gestión logística tiene impacto en la exportación de cardigans a Estados Unidos por parte de las empresas textiles del distrito de Miraflores, 2021. Se llega a la conclusión de que Wayra Perú presenta una relación favorable entre la gestión logística y las exportaciones de cardigans hacia Estados Unidos por parte de las empresas textiles del distrito de Miraflores, 2021.

Chilingano et al. (2020), objetivo principal, establecer la correlación relevante entre la administración logística y la exportación de la quinua al mercado de Canadá. Tipo de investigación descriptiva y aplicada, de orientación cuantitativa, con un diseño longitudinal no experimental. Se determinó que una adecuada administración logística incrementará la demanda

del país de Canadá y disminuirá los costos, lo que generará en la compañía Inca Mystic Grain S.A.C un aumento en la eficiencia y en las ganancias.

Sarmiento y Taipe (2020), tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre Gestión Logística Integral con la Exportación de Café. El método empleado fue aplicado, de diseño no experimental de corte transversal, correlacional. La muestra fue de tipo censal, con una población de 20 trabajadores del área administrativa. Finalmente se concluyó, que el coeficiente de correlación $r=0,811$ alude una relación positiva y significativa entre Gestión Logística Integral con la Exportación de Café de la Cooperativa Aproafch Ltda en la Provincia San Ignacio-Departamento Cajamarca, 2019, ya que el valor de probabilidad ($p=0.000$) es inferior que el valor crítico de 0.05 por lo que, se toma la determinación de denegar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Es decir, al poseer una adecuada gestión logística las exportaciones se ejecutarán con continuidad.

1.1.1.3. A nivel local

Reyes (2023), el propósito fue establecer hasta qué punto la Administración Logística potencia la calidad del servicio en una compañía de exportación agropecuaria, Ica 2023. En cuanto a la metodología, se utilizó un enfoque cuantitativo y aplicado, con un diseño preexperimental. La comunidad estuvo compuesta por 25 empleados. Las herramientas empleadas fueron las fichas para la recopilación de datos y el método empleado fue la observación en campo. El estudio concluye resaltando que, en términos de calidad del servicio, la mejora fue del 10,55%, en términos de calidad en el cumplimiento del servicio, la mejora fue del 40%, en cuanto a la calidad expectativa, la mejora fue del 31,97% y en cuanto a la satisfacción del usuario, la mejora fue del 31,88%.

Condor (2022), identificar la relación entre la administración logística y la exportación de la compañía Agro Export Ica S.A.C., Ica, 2021. Esta investigación es de carácter básico, de nivel correlacional, con un diseño no experimental y una orientación cuantitativa. La cifra total es de 47 empleados. En relación con la administración logística, el 57.4% señaló que los proveedores no respetan las regulaciones legales vigentes en el país. Con relación a la

exportación, el 51.1% expresaron que la compañía no recurre a la venta directa para llevar a cabo sus operaciones de exportación. Conclusión: existe una correlación significativa entre la administración logística y la exportación de la compañía Agro Export Ica S.A.C., Ica, 2021, tal como se evidencia en la prueba de Spearman 0.571 respecto al nivel de significación de $p = 0.000 < 0,05$.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Gestión Logística

La gestión logística es entendida como el conjunto de procesos estratégicos y operativos que permiten planificar, implementar y controlar de manera eficiente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de satisfacer los requerimientos del cliente (Ballou, 2004). En el contexto agroexportador, la logística se convierte en un factor clave para asegurar la calidad, puntualidad y competitividad en los mercados internacionales como en china, que exige estándares elevados.

1.2.1.1. Gestión de Compras

La gestión de compras implica el proceso de adquisición de insumos, materiales y servicios necesarios para la operación de la empresa. Según Monczka et al. (2009), esta dimensión abarca la identificación de proveedores confiables, la negociación de condiciones contractuales, la evaluación del rendimiento de proveedores y la búsqueda de valor agregado. En el ámbito agroexportador, la eficiencia en las compras es crucial para garantizar la calidad de los insumos agrícolas, optimizar costos y reducir riesgos de desabastecimiento.

1.2.1.2. Gestión de Inventarios

La gestión de inventarios es el control sistemático de los niveles de materias primas, productos en proceso y productos terminados. Chopra y Meindl (2016) señalan que una adecuada administración de inventarios permite minimizar el capital inmovilizado, reducir pérdidas por deterioro o caducidad, y mejorar la capacidad de respuesta ante la demanda. En el caso de productos perecibles como los agrícolas, la gestión de inventarios debe ser más rigurosa para evitar mermas y asegurar la trazabilidad exigida en mercados internacionales.

1.2.1.3. Gestión de Despacho

La gestión de despacho incluye la planificación y ejecución del transporte, distribución y entrega de productos terminados hacia los clientes finales o puntos de exportación. De acuerdo con Lambert et al. (2006), esta dimensión busca la eficiencia en rutas, modos de transporte, tiempos de tránsito y cumplimiento de normativas aduaneras. En una agroexportadora que exporta a China, el despacho debe ajustarse a los requerimientos sanitarios, de empaque y documentación establecidos por dicho país, además de asegurar una cadena de frío adecuada cuando se trate de productos frescos.

1.2.2. Exportación

La exportación es el proceso mediante el cual una empresa vende y envía bienes o servicios a un país extranjero, cumpliendo con los requisitos legales y técnicos del mercado de destino. Para Cavusgil et al. (2014), exportar no solo implica transacciones comerciales, sino también la adaptación a normativas internacionales, el conocimiento profundo del entorno económico y sociocultural del país de destino y la construcción de relaciones comerciales sostenibles. La exportación al mercado de China demanda una estrategia sólida dada la competencia, las barreras regulatorias y las exigencias de calidad y volumen.

1.2.2.1. Conocimiento del Mercado

Esta dimensión se refiere a la información que la empresa posee sobre el entorno económico, político, legal y sociocultural del país destino. Según Czinkota y Ronkainen (2013), conocer el mercado permite identificar oportunidades, comprender la demanda, adaptar el producto a las preferencias del consumidor y prever riesgos. En el caso de China, un país con tradiciones comerciales particulares, idioma propio y estrictas regulaciones, el conocimiento del mercado es fundamental para ingresar y permanecer con éxito.

1.2.2.2. Participación en el Mercado

La participación en el mercado hace referencia al grado de presencia y competitividad que tiene la empresa en el país de destino. De acuerdo con Kotler y Keller (2016), esta dimensión puede medirse en términos de volumen de ventas, cuota de mercado y consolidación de relaciones

comerciales. Las agroexportadoras que logran establecerse en el mercado chino deben tener una estrategia constante de diferenciación, calidad y cumplimiento de los plazos de entrega para ganar confianza en el mercado.

1.2.2.3. Conocimiento Técnico

El conocimiento técnico incluye la capacidad de la empresa para cumplir con los estándares técnicos, fitosanitarios, empaque y etiquetado exigidos por el país importador. Según González y González (2019), una empresa exportadora debe dominar los procedimientos de exportación, gestión documental, requisitos logísticos y certificaciones internacionales. Para exportar a China, es indispensable contar con personal calificado, asesoría en comercio exterior y cumplimiento riguroso de las exigencias del gobierno chino.

En general, la gestión logística es clave en el desempeño exportador de las agroexportadoras, ya que permite optimizar procesos desde la adquisición de insumos hasta la entrega del producto final. La gestión de compras asegura la calidad y disponibilidad de insumos agrícolas; la gestión de inventarios permite reducir pérdidas y mantener la frescura de los productos; y la gestión de despacho garantiza el cumplimiento de tiempos y estándares en la distribución internacional. Por su parte, la exportación implica no solo el envío de productos al exterior, sino también la adaptación al mercado destino. El conocimiento del mercado chino es vital para identificar oportunidades y ajustar estrategias. La participación en el mercado refleja la competitividad de la empresa en dicho entorno. Finalmente, el conocimiento técnico es indispensable para cumplir con las exigencias sanitarias, logísticas y documentarias del comercio internacional con China. Ambos procesos, gestión logística y exportación, se interrelacionan para lograr el éxito en mercados globales.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Existe relación entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024?

1.3.2. Problemas específicos

PE1. ¿Existe relación entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024?

PE2. ¿Existe relación entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024?

PE3. ¿Existe relación entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024?

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación

Justificación práctica: tiene una relevancia práctica fundamental, ya que aborda los desafíos y oportunidades de una adecuada gestión logística en la agroexportación, específicamente al mercado chino, uno de los principales destinos para los productos agrícolas peruanos. En el contexto actual, donde la competitividad y la eficiencia logística son clave para cumplir con las exigencias internacionales, este estudio permitirá identificar áreas de mejora en el manejo de la cadena de suministro, desde la producción hasta la distribución. Los resultados proporcionarán soluciones prácticas para optimizar procesos como el transporte, almacenamiento, distribución y cumplimiento de normativas internacionales, lo cual contribuirá a reducir costos, mejorar tiempos de entrega y garantizar la calidad de los productos exportados.

Justificación metodológica: este estudio tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con nivel correlacional y diseño no experimental, que permite analizar la correlación entre la gestión logística y los resultados en las exportaciones al mercado chino sin alterar las variables estudiadas. La metodología seleccionada se basa en la recolección de datos estructurados a través de encuestas, registros logísticos y análisis estadístico, lo que garantiza un enfoque riguroso y objetivo.

Justificación teórica: contribuye teóricamente al campo de la logística y el comercio internacional, al explorar cómo la gestión logística influye en la competitividad y el acceso a mercados internacionales, como el de China. Este estudio enriquecerá estas teorías al

proporcionar evidencia empírica en el sector agroexportador peruano, un área poco explorada en la literatura, específicamente en la exportación al mercado asiático, con sus particularidades culturales, normativas y logísticas.

Justificación Social: tiene un impacto social significativo, ya que el desarrollo de estrategias logísticas eficientes para la exportación fortalece la industria agroexportadora, un sector clave en la economía peruana y fuente de empleo para miles de familias en la región de Ica. Al mejorar la capacidad de exportación hacia mercados internacionales como el chino, no solo se beneficia la empresa, sino también la comunidad local a través de la generación de empleo estable y el impulso al desarrollo económico de la región.

1.4.2. Importancia

La importancia de este estudio radica en su capacidad para abordar los desafíos logísticos de la agroexportación en un contexto globalizado y competitivo. El mercado chino representa una oportunidad estratégica para los exportadores peruanos, pero también impone exigencias rigurosas en términos de calidad, tiempo de entrega y costos. Los hallazgos permitirán a la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. aumentar su competitividad, posicionarse en el mercado chino y, en última instancia, contribuir al desarrollo del sector agroexportador peruano como motor de crecimiento económico sostenible.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

1.5.2. Objetivos específicos

OE1. Determinar la relación que existe entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

OE2. Determinar la relación que existe entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

OE3. Determinar la relación que existe entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

1.6. Hipótesis y variables

1.6.1. Hipótesis

1.6.1.1. Hipótesis general

Existe una relación directa entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

1.6.1.2. Hipótesis específicas

HE1. Existe una relación directa entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

HE2. Existe una relación directa entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

HE3. Existe una relación directa entre la gestión despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

1.6.2. Variables

Variable: gestión logística

Indicadores:

- Gestión de compras
- Gestión de inventarios
- Gestión de despacho

Variable: exportación

Indicadores:

- Conocimiento del mercado
- Participación en el mercado
- Conocimiento técnico

1.6.3. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores
Gestión logística	Condor (2022), es el proceso de planificar, implementar y controlar el flujo eficiente y efectivo de bienes y servicios, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes y optimizar los recursos de la organización.	La variable gestión logística se medirá a través de indicadores aplicando un cuestionario de tipo Likert en una escala ordinal.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de compras • Gestión de inventarios • Gestión de despacho
Exportación	Entendida como la venta o movimiento de bienes y servicios de un país a otro. Por otro lado, en el Perú consiste en la salida de mercancías nacionales y nacionalizadas para su utilización en el exterior, la cual no está afecta a tributo, no obstante, los pagos que se realizan son correspondientes al traslado, transporte, etc (Meza et al., 2022).	La variable exportación se medirá a través de indicadores aplicando un cuestionario de tipo Likert en una escala ordinal.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del mercado • Participación en el mercado • Conocimiento técnico

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

2.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación se enmarcó dentro de la investigación aplicada, orientada a resolver problemas prácticos específicos en contextos reales. Se apoya en teorías y conocimientos previos para generar soluciones útiles e inmediatas. Su finalidad es mejorar procesos, técnicas o productos en distintos campos del saber (Hernández y Mendoza, 2018).

2.1.2. Nivel de investigación

Para la presentación investigación se usó el nivel correlacional, y según la postura de Hernández y Mendoza (2018), que analiza la relación entre dos o más variables, buscando determinar si existe una asociación entre ellas, aunque no necesariamente implica causalidad.

2.1.3. Diseño de investigación

De acuerdo con la naturaleza de investigación fue de un diseño no experimental, tipo de diseño en el que no se manipulan las variables independientes. El investigador se limita a observar y analizar fenómenos en su contexto natural, tal como ocurren, para describir o explorar relaciones (Bernal, 2010).

Asimismo, fue de corte transversal, diseño que implica la recolección de datos en un único momento en el tiempo, permitiendo analizar las variables en un instante determinado (Arias, 2012).

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

La población de estudio de acuerdo con Quincho et al. (2022), es el grupo total de individuos, objetos o eventos que comparten características comunes y que son objeto de estudio. De esta población se extraen muestras representativas para realizar análisis e inferencias.

Para la presente investigación la población quedó conformado por 400 trabajadores de la Empresa Agroexportadora sociedad agrícola Don Luis S.A, Ica 2024.

2.2.2. Muestra

El tamaño de la muestra de la Empresa Agroexportadora sociedad agrícola Don Luis S.A. se determinará mediante la aplicación de la fórmula finita cuando se conoce la población. Siendo la siguiente:

Datos para la aplicación de la fórmula finita

N: Población 400

Z: Nivel de confianza 95% = 1.96

n: Tamaño de la muestra

E: Error muestral (0.05)

p: Proporción a favor (0.5)

q: Proporción en contra (0.5)

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

$$n = \frac{400 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (400 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{400 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 399 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{384.16}{0.9975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{384.16}{1.9579}$$

Muestra n = 196 trabajadores

2.3. Técnicas de recolección de datos

Para la presente investigación se empleó como técnica de investigación la encuesta, y de acuerdo a la propuesta de Ñaupas et al. (2018), procedimiento utilizado para recolectar información de una muestra representativa de una población, mediante preguntas estructuradas en un cuestionario o entrevista para explorar características, actitudes o comportamientos.

2.4. Instrumentos de recolección de datos

En el estudio se usó como instrumento de investigación el cuestionario, un conjunto de preguntas diseñadas de manera estructurada o semiestructurada, utilizado para recolectar datos de manera estandarizada de los participantes. Generalmente incluye escalas o ítems específicos (Casas et al., 2010).

2.5. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de resultados

En el presente estudio se usó la estadística descriptiva e inferencial, Sánchez (2022):

Estadística descriptiva: conjunto de métodos y técnicas que se utilizan para resumir, organizar y presentar datos de manera clara, mediante gráficos y tablas.

Estadística inferencial: rama de la estadística que permite extraer conclusiones y realizar generalizaciones sobre una población a partir de los datos obtenidos de una muestra, utilizando herramientas como intervalos de confianza y pruebas de hipótesis (paramétricas y no paramétricas).

III. RESULTADOS

3.1. Análisis de resultados descriptivos

Figura 1

Dimensión gestión de compras

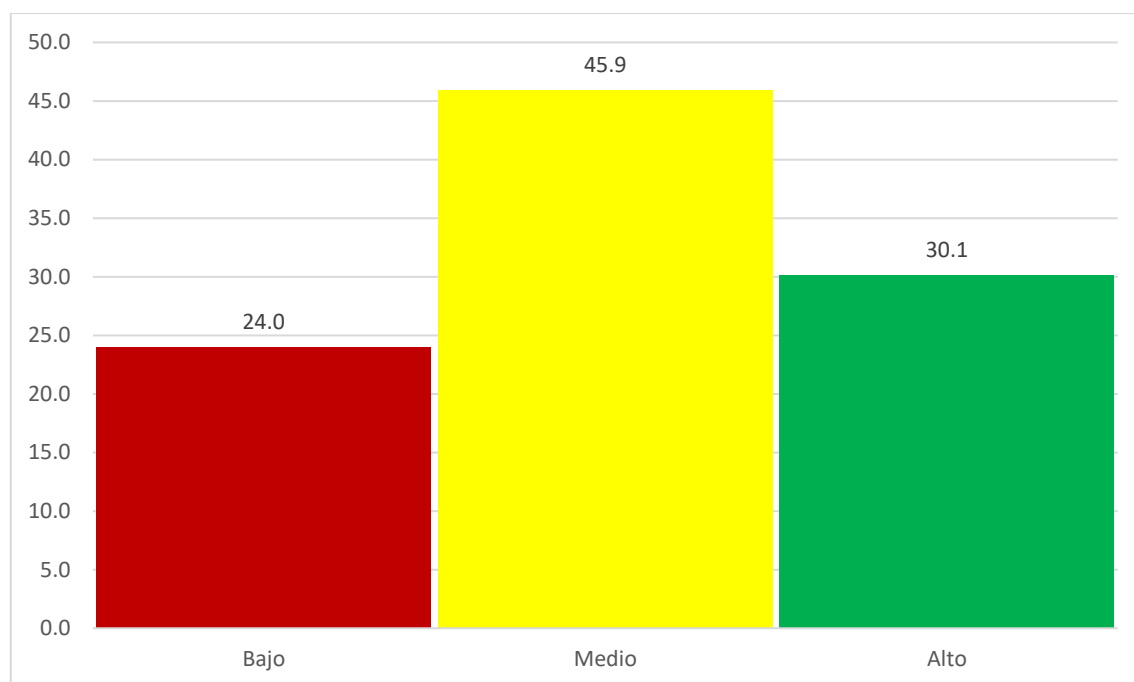


Tabla 2

Dimensión gestión de compras

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	47	47	24.0	24.0
Medio	90	137	45.9	69.9
Alto	59	196	30.1	100.0
Total	196		100.0	

Según los resultados presentados en la Figura 1 y Tabla 2, el 45.9% de los trabajadores encuestados calificó la gestión de compras como de nivel medio, lo cual representa el porcentaje más alto entre las categorías analizadas. Este dato sugiere que, si bien existen prácticas logísticas implementadas en la organización, estas aún presentan limitaciones o áreas que requieren mejoras

para alcanzar un desempeño logístico óptimo. El nivel medio indica que los procesos de adquisición de insumos o materiales se realizan con relativa eficacia, pero posiblemente sin una planificación estratégica constante o sin la debida integración con otras áreas de la cadena de suministro.

En segundo lugar, el 30.1% de los encuestados percibe la gestión de compras como de nivel alto, lo cual refleja que una parte significativa de los trabajadores reconoce avances positivos en la eficiencia de los procesos logísticos. Esta percepción puede estar asociada a una mejora en la selección de proveedores, cumplimiento de plazos de entrega y control de calidad en los insumos adquiridos. Sin embargo, el hecho de que esta valoración no sea mayoritaria podría indicar que estos avances aún no son consistentes o generalizados en todas las áreas de la empresa.

Finalmente, el 24.0% de los trabajadores calificó la gestión de compras como de nivel bajo, lo que representa una proporción importante que no debe ser desestimada. Esta percepción revela la existencia de deficiencias en el proceso de adquisición, como demoras en la compra de insumos, falta de criterios técnicos para seleccionar proveedores o ausencia de un control sistemático de inventarios. Tales debilidades pueden afectar negativamente el desempeño global de la gestión logística y comprometer los resultados del proceso de exportación hacia el mercado chino, que demanda altos estándares de calidad y puntualidad.

En conjunto, los resultados muestran que, si bien la empresa Sociedad Agrícola Don Luis S.A. ha logrado establecer procesos básicos en su gestión de compras, existe una necesidad clara de fortalecimiento en esta dimensión logística. La concentración mayoritaria en el nivel medio sugiere que se deben implementar estrategias de mejora continua, integrando tecnologías de información, metodologías de control de abastecimiento y capacitación del personal logístico, a fin de elevar los estándares de gestión y responder eficientemente a las exigencias del mercado de exportación, especialmente el de China, que exige cumplimiento riguroso en toda la cadena de suministro.

Figura 2

Dimensión gestión de inventario

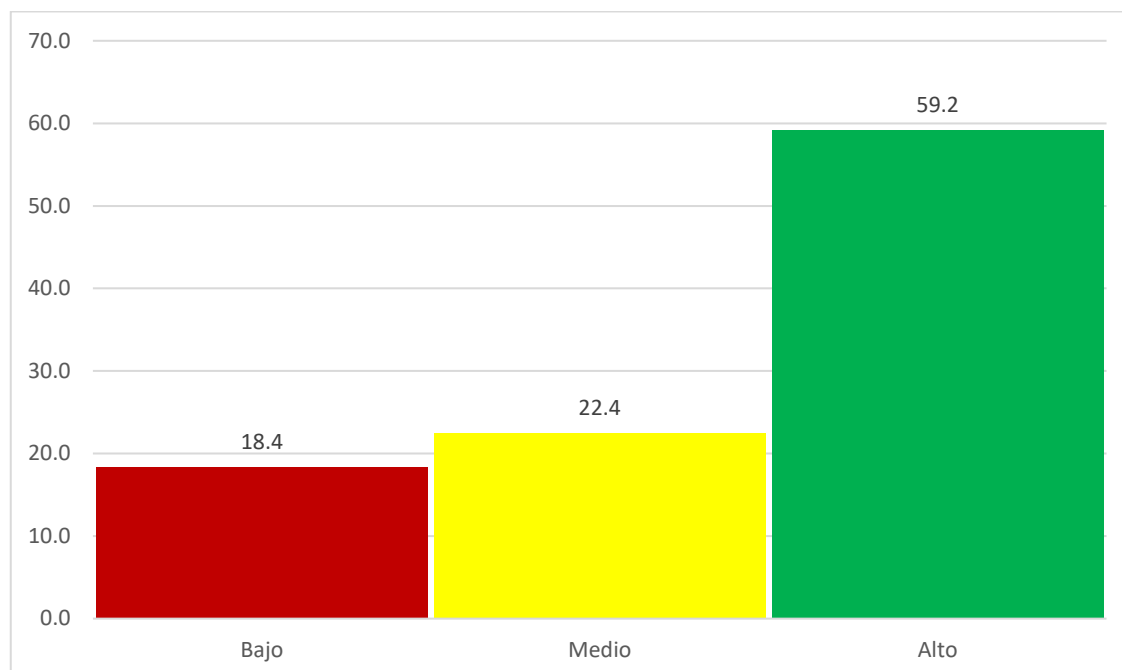


Tabla 3

Dimensión gestión de inventario

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	36	36	18.4	18.4
Medio	44	80	22.4	40.8
Alto	116	196	59.2	100.0
Total	196		100.0	

Según los datos obtenidos en la Figura 2 y Tabla 3, el 59.2% de los trabajadores encuestados considera que la gestión de inventario en la Sociedad Agrícola Don Luis S.A. se encuentra en un nivel alto, siendo esta la categoría con mayor representación. Este resultado es altamente positivo, ya que indica que la mayoría percibe una organización eficiente en el manejo de existencias, control de stock, reposición de insumos y registro de productos. Esta eficiencia en la gestión de inventarios es fundamental para el sector agroexportador, dado que permite mantener

la calidad de los productos perecibles y asegurar la continuidad en los procesos de producción y exportación hacia mercados internacionales como el chino, que exigen entregas oportunas y sin interrupciones.

En segundo lugar, el 22.4% de los trabajadores evaluó la gestión de inventario como de nivel medio, lo cual sugiere que, si bien existen procedimientos establecidos, aún se presentan ciertas deficiencias o áreas de mejora. Este grupo podría estar observando situaciones como retrasos en la actualización del stock, limitaciones en el uso de sistemas automatizados o dificultades para prever adecuadamente la demanda, lo cual puede generar sobrecostos o pérdidas de eficiencia en el proceso logístico. Aunque no representa la mayoría, este porcentaje señala la necesidad de revisar y ajustar ciertos procedimientos internos.

Finalmente, el 18.4% calificó esta dimensión como de nivel bajo, lo que, si bien es el porcentaje menor, no deja de ser relevante. Esta percepción podría reflejar experiencias puntuales de desabastecimiento, falta de control en los registros de inventario o inadecuada coordinación entre almacén y otras áreas operativas. En un contexto de exportación hacia mercados exigentes como el de China, cualquier falla en el inventario puede afectar la trazabilidad del producto y comprometer el cumplimiento de los compromisos comerciales asumidos.

En conjunto, los resultados reflejan que la gestión de inventario en la empresa presenta un desempeño mayoritariamente positivo, con más de la mitad de los encuestados reconociendo un nivel alto. Esto constituye una fortaleza dentro de la gestión logística, que puede ser potenciada aún más mediante la adopción de tecnologías de información, mejores prácticas de rotación de stock y un sistema integrado de abastecimiento. De este modo, se consolidará una cadena logística robusta y alineada con los estándares que exige el comercio internacional con China, favoreciendo la competitividad y sostenibilidad de la agroexportación de la empresa.

Figura 3

Dimensión gestión de despacho

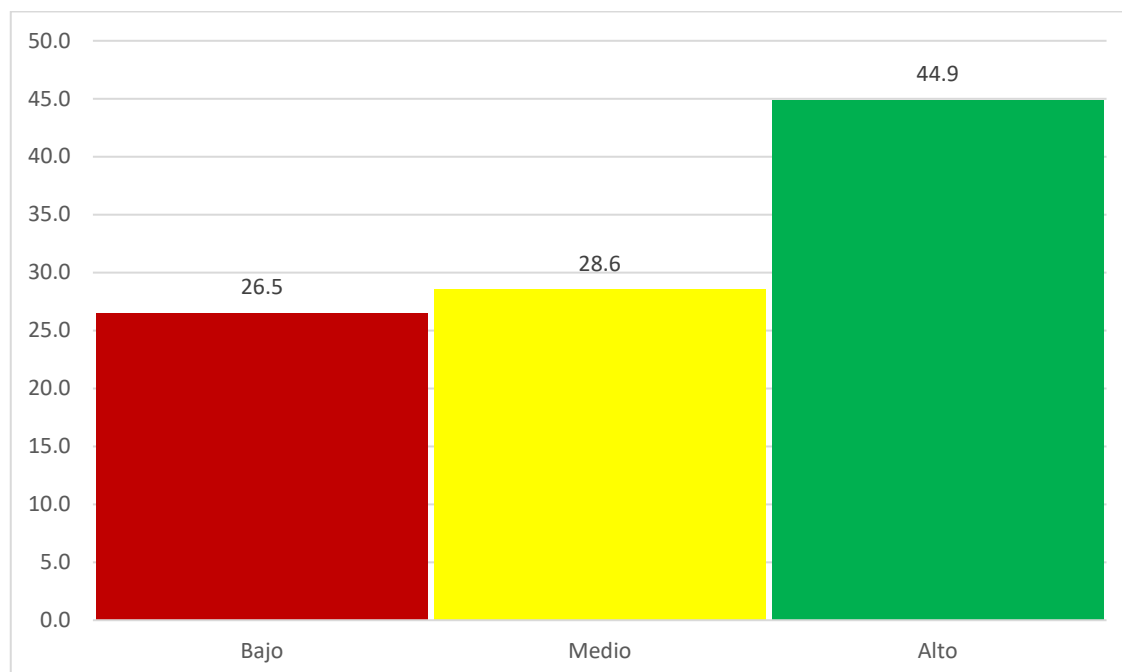


Tabla 4

Dimensión gestión de despacho

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	52	52	26.5	26.5
Medio	56	108	28.6	55.1
Alto	88	196	44.9	100.0
Total	196		100.0	

De acuerdo con los datos presentados en la Figura 3 y Tabla 4, el 44.9% de los trabajadores encuestados considera que la gestión de despacho en la Sociedad Agrícola Don Luis S.A. se encuentra en un nivel alto, lo cual evidencia una percepción positiva sobre los procesos relacionados con la preparación, salida y distribución final de los productos. Este resultado sugiere que la empresa ha logrado implementar mecanismos eficientes para el despacho de mercadería, incluyendo programación adecuada, control de rutas, documentación precisa y cumplimiento de

tiempos de entrega. Estos factores son esenciales para garantizar una exportación exitosa, especialmente cuando se dirige a mercados internacionales exigentes como el de China, donde la puntualidad y trazabilidad del producto son condiciones indispensables.

En segundo lugar, el 28.6% de los encuestados califica esta dimensión como de nivel medio, lo que indica que una proporción significativa de trabajadores percibe que los procesos de despacho cumplen con lo básico, aunque podrían mejorarse. Esta valoración podría estar relacionada con ciertas demoras ocasionales, problemas de coordinación logística interna, o dificultades en el uso de herramientas tecnológicas que aseguren una gestión automatizada y eficiente del despacho. Si bien el nivel medio no representa una deficiencia grave, sí evidencia la necesidad de fortalecer la articulación entre las áreas de producción, logística y transporte.

Por último, el 26.5% de los trabajadores manifestó que la gestión de despacho se encuentra en un nivel bajo, lo cual representa un porcentaje considerable y digno de atención. Esta percepción puede reflejar situaciones como entregas fuera de plazo, errores en la documentación de exportación, mala planificación de horarios o deficiente coordinación con los operadores logísticos. Tales deficiencias afectan directamente la confiabilidad de la empresa frente a sus clientes internacionales y ponen en riesgo la continuidad de las exportaciones hacia destinos exigentes como China, donde los márgenes de error logístico deben ser mínimos.

En conjunto, los resultados revelan que, aunque una mayoría relativa reconoce una gestión de despacho eficiente, aún existe una proporción importante de trabajadores que perciben niveles medios y bajos. Esto indica la necesidad de implementar acciones de mejora continua, tales como la optimización de procesos, inversión en sistemas de trazabilidad, capacitación del personal y fortalecimiento de la coordinación interdepartamental. Asegurar un sistema de despacho sólido y fiable no solo mejora la eficiencia operativa, sino que refuerza la imagen internacional de la empresa, consolidando su posición en el mercado agroexportador hacia China.

Figura 4

Dimensión conocimiento del mercado

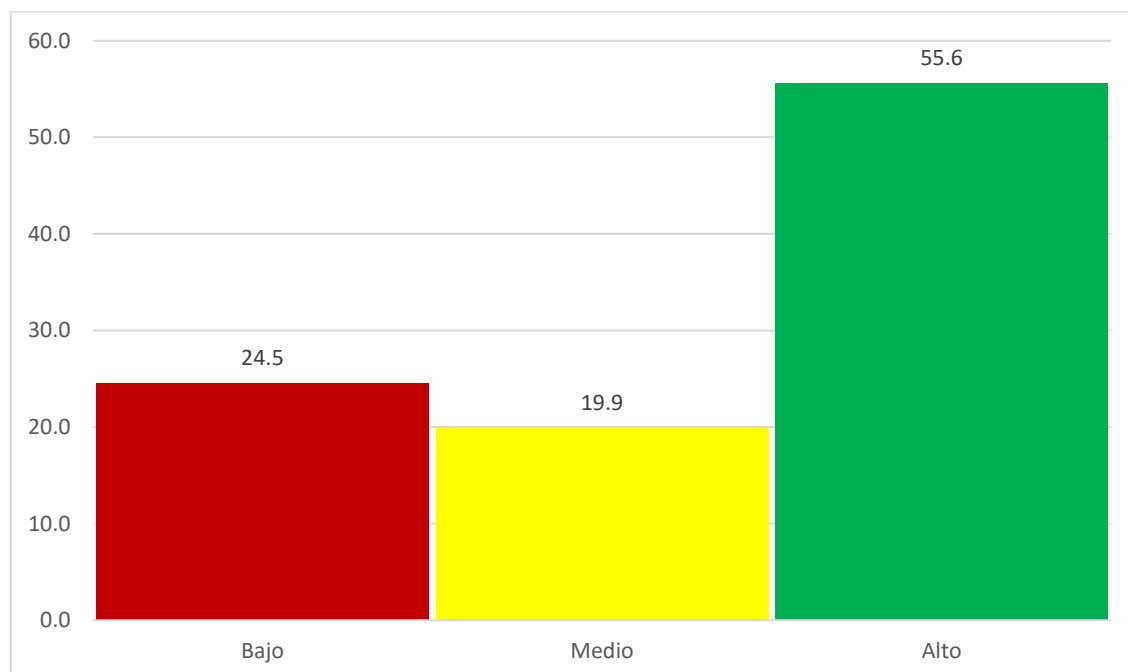


Tabla 5

Dimensión conocimiento del mercado

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	48	48	24.5	24.5
Medio	39	87	19.9	44.4
Alto	109	196	55.6	100.0
Total	196		100.0	

Según los resultados obtenidos en la Figura 4 y Tabla 5, el 55.6% de los trabajadores encuestados considera que el nivel de conocimiento del mercado chino en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. es alto. Este dato evidencia que más de la mitad del personal reconoce que la empresa posee información relevante sobre las condiciones del mercado de destino, incluyendo las preferencias del consumidor, normativas sanitarias y fitosanitarias, barreras arancelarias y oportunidades comerciales. Esta fortaleza representa una ventaja

competitiva fundamental, ya que el conocimiento profundo del mercado permite diseñar estrategias de exportación más efectivas, adaptadas a los requerimientos específicos del país de destino, en este caso, China.

En segundo lugar, el 24.5% de los trabajadores señala que el conocimiento del mercado se encuentra en un nivel bajo, lo que representa un porcentaje significativo que no debe pasarse por alto. Esta percepción podría estar asociada a una falta de capacitación en comercio internacional, acceso limitado a información actualizada o escasa participación en estudios de mercado por parte del personal operativo. La presencia de este grupo sugiere que el conocimiento no está completamente difundido entre todas las áreas de la organización, lo cual podría limitar la capacidad de respuesta coordinada ante las demandas del mercado chino y reducir la eficiencia de los procesos de internacionalización.

Finalmente, el 19.9% de los encuestados considera que el conocimiento del mercado se encuentra en un nivel medio, lo cual podría reflejar una comprensión parcial de las características del mercado de destino. Este grupo puede estar al tanto de aspectos generales, pero sin un dominio detallado de elementos clave como la segmentación del cliente chino, las tendencias de consumo o los mecanismos logísticos y comerciales vigentes. Este nivel intermedio indica que, si bien existen nociones básicas, aún falta consolidar una cultura exportadora más profunda y transversal dentro de la empresa.

En conjunto, los resultados muestran una tendencia positiva, con una mayoría destacando un conocimiento sólido del mercado, pero también revelan la necesidad de fortalecer las capacidades informativas y formativas a nivel interno. Para mejorar esta dimensión, se recomienda implementar programas de formación continua en comercio exterior, establecer vínculos con oficinas comerciales en China, y fomentar la participación en ferias internacionales, estudios de mercado y misiones comerciales. Solo así se garantizará que el conocimiento del mercado sea una herramienta estratégica compartida por todo el equipo, facilitando la toma de decisiones oportunas y mejorando la inserción competitiva de la empresa en el mercado chino.

Figura 5

Dimensión participación en el mercado

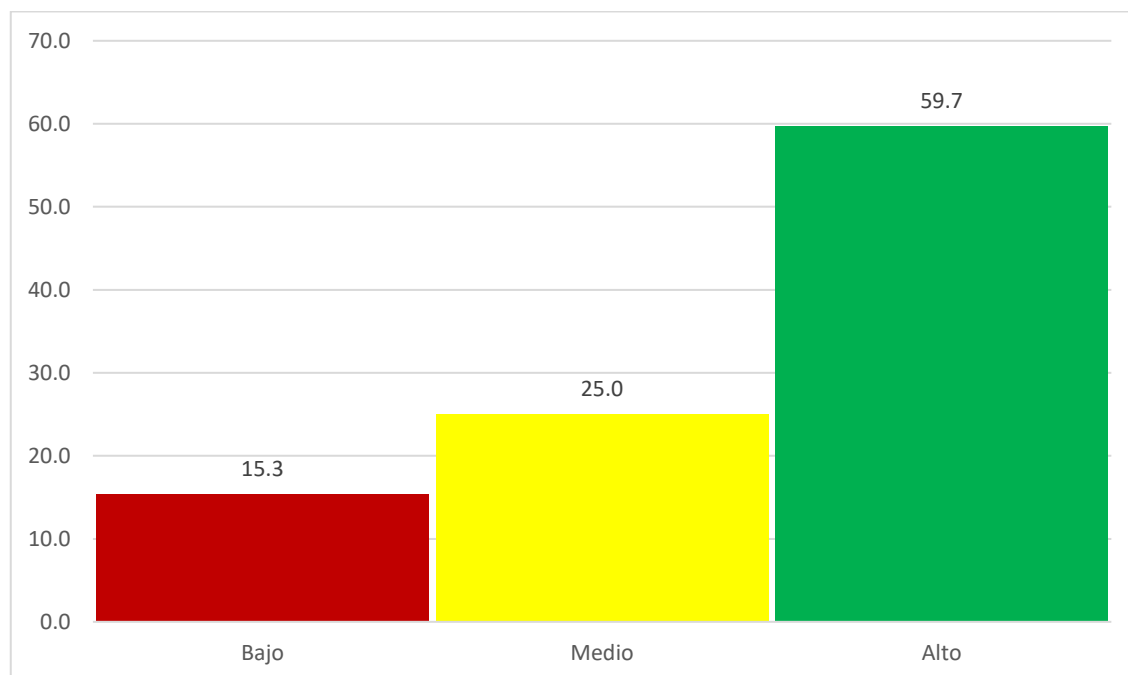


Tabla 6

Dimensión participación en el mercado

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	30	30	15.3	15.3
Medio	49	79	25.0	40.3
Alto	117	196	59.7	100.0
Total	196		100.0	

Según los datos presentados en la Figura 5 y Tabla 6, el 59.7% de los trabajadores encuestados considera que la participación de la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. en el mercado chino es alta, lo cual representa un resultado alentador. Esta valoración indica que una mayoría significativa del personal reconoce que la empresa mantiene una presencia consolidada en el mercado de destino, con productos posicionados, clientes fidelizados y volúmenes de exportación estables o en crecimiento. Este nivel de participación sugiere que la

organización ha logrado establecer relaciones comerciales sostenidas y posiblemente cuente con certificaciones, alianzas estratégicas o cadenas logísticas confiables, que refuerzan su presencia en un mercado competitivo y exigente como el chino.

En segundo lugar, el 25.0% de los trabajadores califica esta dimensión como nivel medio, lo que podría interpretarse como una percepción de participación parcial, inestable o en proceso de consolidación. Es posible que este grupo observe que la empresa sí exporta regularmente, pero con márgenes de participación limitados o sin una expansión notable dentro del mercado chino. Este dato también podría reflejar ciertas debilidades en la diferenciación del producto, la falta de posicionamiento de marca o la escasa visibilidad en determinados segmentos del mercado asiático. En consecuencia, se evidencia la necesidad de profundizar las estrategias de marketing internacional y diversificación comercial.

Finalmente, el 15.3% de los encuestados manifestó que la participación en el mercado chino es baja, lo cual, si bien representa la menor proporción, es una señal de alerta. Esta percepción podría estar asociada a la dependencia de intermediarios, baja frecuencia de envíos, escasa innovación o poca diversificación de destinos dentro del mismo mercado chino. También podría deberse a la falta de acceso a información sobre los resultados comerciales o a una desconexión entre las áreas operativas y los objetivos estratégicos de exportación. Si esta brecha no se atiende, podría limitar el crecimiento sostenido de la empresa en este mercado clave.

En conjunto, los resultados de la Figura 5 y Tabla 6 muestran una valoración ampliamente positiva, pero que no excluye la existencia de desafíos. Se recomienda reforzar la inteligencia comercial, afianzar la marca peruana en China, participar en plataformas digitales de comercio internacional y consolidar la logística postventa. Estas acciones permitirán que la empresa no solo mantenga, sino que amplíe su participación en el mercado chino, garantizando sostenibilidad y rentabilidad en su proceso exportador.

Figura 6

Dimensión conocimiento técnico

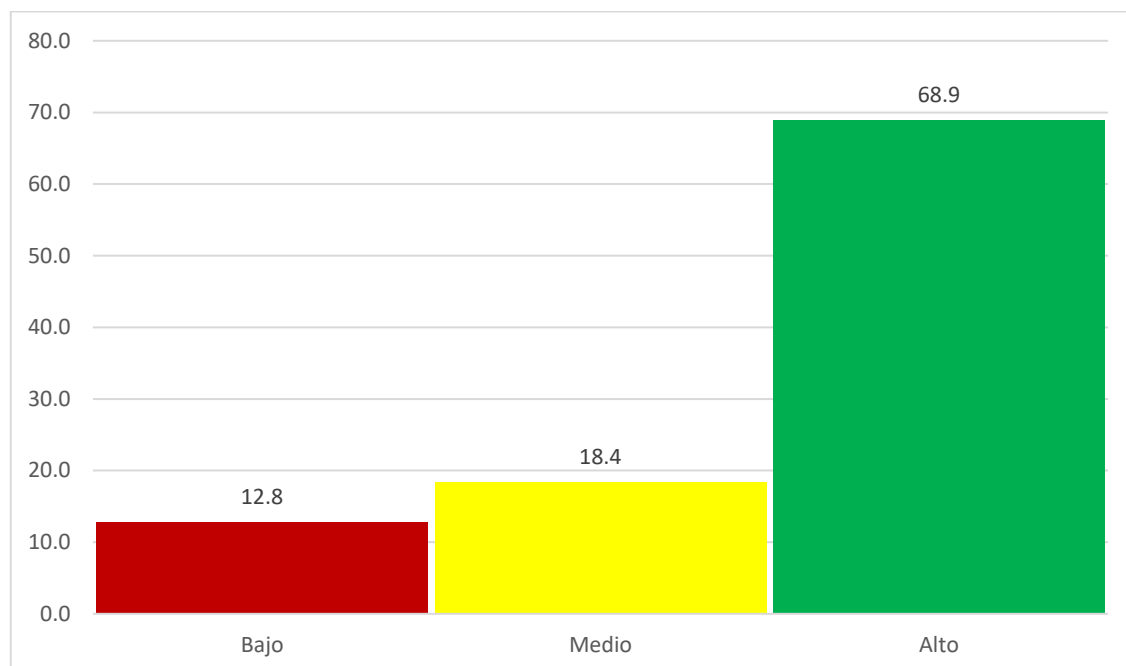


Tabla 7

Dimensión conocimiento técnico

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	25	25	12.8	12.8
Medio	36	61	18.4	31.1
Alto	135	196	68.9	100.0
Total	196		100.0	

Según los resultados mostrados en la Figura 6 y Tabla 7, el 68.9% de los trabajadores encuestados considera que el nivel de conocimiento técnico relacionado con el proceso de exportación hacia el mercado chino en la Sociedad Agrícola Don Luis S.A. es alto. Este resultado, mayoritario y claramente destacado, sugiere que el personal cuenta con una formación sólida, experiencia práctica y dominio de los aspectos técnicos vinculados a la exportación, tales como normas de calidad, certificaciones fitosanitarias, trazabilidad, embalaje adecuado y requisitos

aduaneros internacionales. Esta fortaleza es fundamental para garantizar el cumplimiento riguroso de las exigencias del mercado chino, conocido por sus estrictas regulaciones y estándares de importación.

En segundo lugar, el 18.4% de los encuestados considera que el conocimiento técnico se encuentra en un nivel medio. Esta percepción puede reflejar que ciertos trabajadores poseen nociones básicas o parciales, pero aún requieren actualización, especialización o acompañamiento para alcanzar un dominio completo del proceso exportador. Este grupo podría incluir a personal nuevo o de áreas indirectas, que, si bien participa de la cadena logística, aún no ha interiorizado completamente los requisitos técnicos vinculados a la exportación. Este resultado sugiere la necesidad de reforzar la capacitación continua y de promover espacios de integración entre las áreas operativas, técnicas y comerciales.

Por último, el 12.8% de los trabajadores encuestados indica que el conocimiento técnico es bajo, lo que representa la menor proporción, pero sigue siendo una señal relevante. Esta percepción puede evidenciar la falta de información o formación de algunos colaboradores respecto a las especificaciones técnicas exigidas por el mercado chino. Si bien este porcentaje es reducido, no debe subestimarse, ya que cualquier brecha de conocimiento técnico en la cadena de exportación podría generar errores, retrasos, pérdidas de producto o incluso devoluciones, lo que afectaría la imagen de la empresa y su desempeño comercial.

En resumen, los datos de la Figura 6 y Tabla 7 muestran que la Sociedad Agrícola Don Luis S.A. cuenta con una base sólida de conocimiento técnico en su personal, lo cual le permite operar con eficiencia en el contexto internacional. No obstante, se recomienda continuar con programas de actualización permanente, asesorías especializadas y simulaciones de procesos aduaneros, para garantizar que todo el equipo esté alineado con los estándares de calidad, sostenibilidad y competitividad que exige el mercado chino. Fortalecer este conocimiento consolidará la capacidad exportadora de la empresa y contribuirá a su posicionamiento en mercados globales.

Figura 7

Variable gestión logística

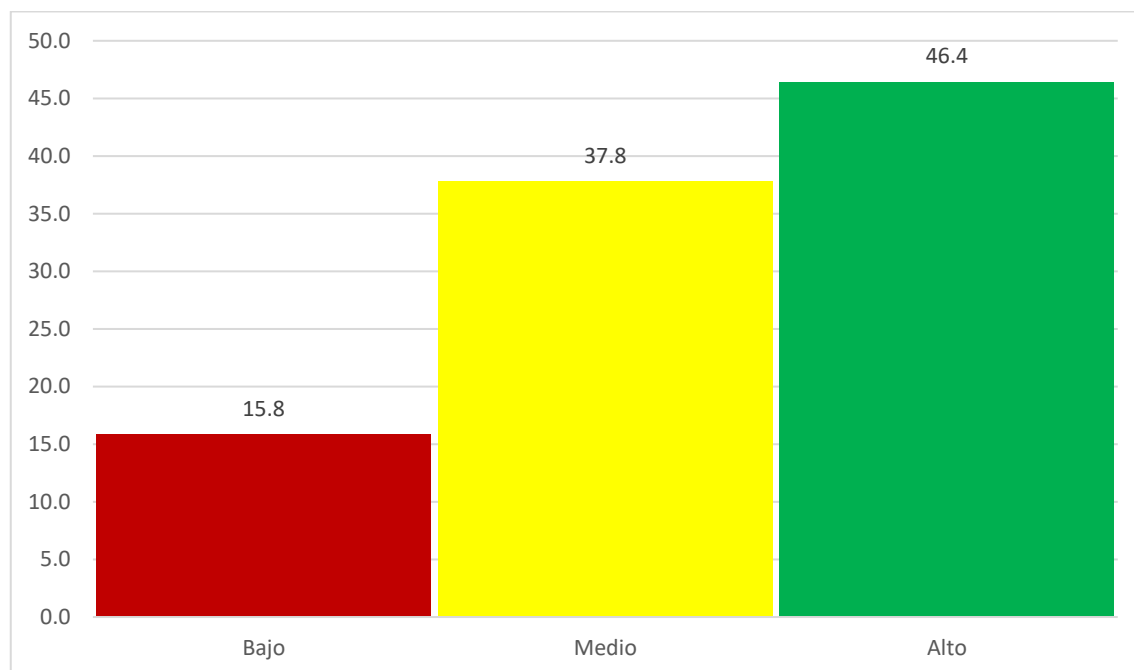


Tabla 8

Variable gestión logística

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	31	31	15.8	15.8
Medio	74	105	37.8	53.6
Alto	91	196	46.4	100.0
Total	196		100.0	

De acuerdo con los resultados obtenidos en la Figura 7 y Tabla 8, el 46.4% de los trabajadores encuestados considera que la gestión logística en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. se encuentra en un nivel alto, lo que evidencia un desempeño favorable en las distintas etapas que conforman la cadena logística. Este alto porcentaje refleja que una parte considerable del personal percibe eficiencia en aspectos clave como la gestión de compras, inventario, almacenamiento, despacho y distribución, los cuales son fundamentales para una

operación exportadora orientada a mercados internacionales exigentes, como el de China. Esta valoración implica que la empresa está en capacidad de cumplir con plazos, calidad y trazabilidad, optimizando así su competitividad en el ámbito agroexportador.

En segundo lugar, el 37.8% de los trabajadores califica la gestión logística como de nivel medio, lo cual indica que un número importante de colaboradores percibe que, si bien existen procesos organizados, todavía se presentan debilidades o márgenes de mejora en su implementación. Esta percepción podría relacionarse con deficiencias en la articulación entre áreas logísticas, uso limitado de herramientas tecnológicas, falta de estandarización o poca automatización de procesos. Esta categoría intermedia señala una oportunidad para fortalecer los procedimientos internos y alinearlos aún más con las exigencias de los mercados internacionales.

Finalmente, el 15.8% de los encuestados considera que la gestión logística es baja, lo cual, aunque representa la menor proporción, constituye un punto crítico a atender. Esta percepción puede deberse a experiencias de retrasos, problemas en el despacho, stock desorganizado o poca capacitación logística. En un contexto de exportación, estos factores pueden impactar negativamente en la cadena de valor, generar sobrecostos, pérdida de productos perecibles y comprometer relaciones comerciales con clientes internacionales, especialmente en mercados como el chino, donde la puntualidad y cumplimiento normativo son esenciales.

En conjunto, los resultados reflejan una tendencia mayoritariamente positiva en la gestión logística de la empresa, aunque coexistente con niveles de desempeño intermedio y bajo. Esto resalta la necesidad de reforzar una cultura organizacional basada en la mejora continua, la capacitación permanente del personal, y la adopción de tecnologías de información logística (TIL) para integrar los procesos de manera más eficiente. Optimizar la gestión logística no solo permitirá reducir costos y tiempos, sino que fortalecerá la posición de la empresa en el comercio internacional y mejorará su desempeño exportador hacia el mercado de China.

Figura 8

Variable exportación

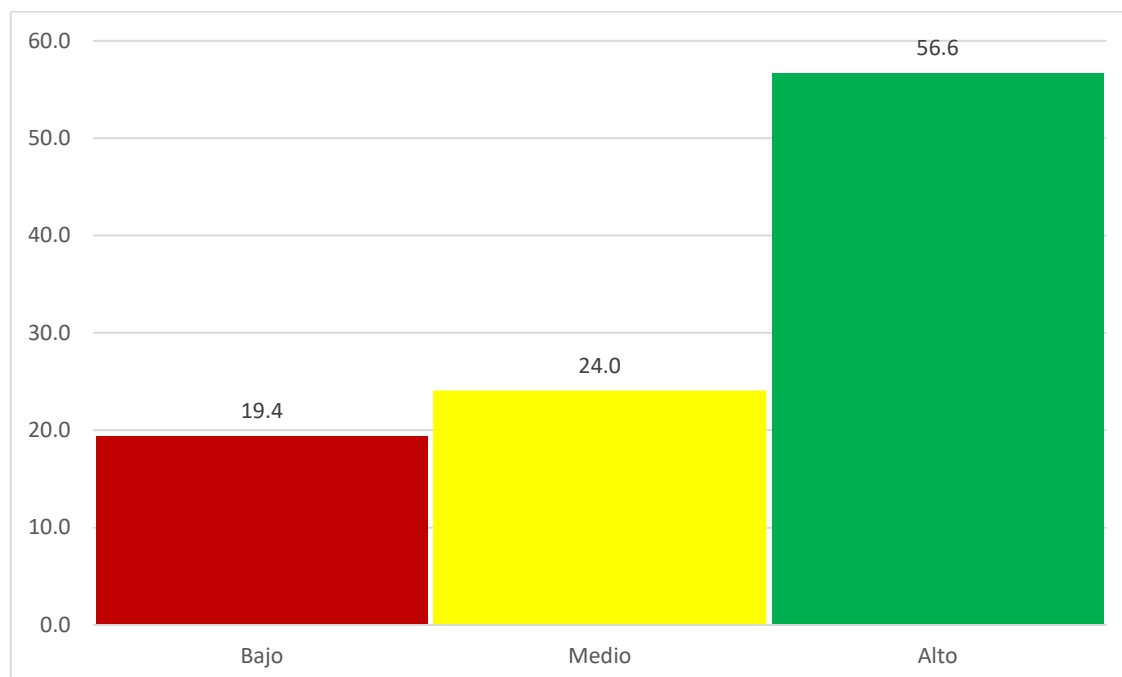


Tabla 9

Variable exportación

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	38	38	19.4	19.4
Medio	47	85	24.0	43.4
Alto	111	196	56.6	100.0
Total	196		100.0	

Según los datos procesados en la Figura 8 y Tabla 9, el 56.6% de los trabajadores encuestados considera que el nivel de exportación en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. es alto. Este resultado mayoritario indica que existe una percepción positiva sobre el desempeño de la empresa en los procesos de exportación, especialmente hacia el mercado de China. Este nivel elevado sugiere que la organización cuenta con procedimientos bien definidos, cumplimiento de normativas internacionales, experiencia comercial en mercados globales, y una

adecuada articulación entre áreas técnicas, logísticas y comerciales. Además, da cuenta de una presencia consolidada en el mercado destino, una planificación de embarques eficiente y un conocimiento claro de las exigencias del país receptor.

En segundo lugar, el 24.0% del personal califica la exportación en un nivel medio, lo que señala que existe un grupo significativo de trabajadores que perciben que, si bien se realizan exportaciones, aún hay aspectos por optimizar. Esta valoración podría estar relacionada con desafíos como la falta de diversificación de productos exportables, canales de comercialización poco desarrollados o deficiencias en la promoción internacional. Este resultado evidencia la necesidad de fortalecer algunos eslabones de la cadena exportadora, como la investigación de mercados, la innovación en productos y el uso de plataformas digitales para ampliar la llegada a nuevos compradores.

Finalmente, el 19.4% de los encuestados señala que la exportación se encuentra en un nivel bajo, lo que representa una proporción que no puede ser ignorada. Este grupo podría percibir limitaciones en la frecuencia de los envíos, en la capacidad de respuesta ante requerimientos internacionales, en los mecanismos de negociación con clientes o en el conocimiento general de los procesos de exportación por parte de algunos sectores del personal. La existencia de este porcentaje revela que no todos los colaboradores están alineados o suficientemente involucrados en el enfoque exportador de la empresa, lo cual puede afectar la eficiencia del proceso y la imagen de la organización en el exterior.

En conclusión, los resultados de la Figura 8 y Tabla 9 revelan una tendencia predominantemente favorable, donde más de la mitad del personal reconoce un alto nivel de desempeño exportador. Sin embargo, también se identifican espacios de mejora y percepción de debilidades en algunos sectores. Para consolidar el crecimiento y asegurar una posición competitiva sostenida en el mercado chino, se recomienda seguir impulsando la capacitación del personal en comercio internacional, fortalecer los canales logísticos y comerciales, y diseñar estrategias de fidelización de clientes en el exterior, alineando todas las áreas hacia una cultura organizacional plenamente orientada a la exportación.

3.2. Análisis inferencial

3.2.1. Prueba de normalidad

Para el análisis inferencial se utilizó la prueba paramétrica Kolmogórov-Smirnov, para poder determinar si las puntuaciones siguen una distribución normal o no.

Tabla 10

Prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov

	Estadístico	Gl	Sig.
Gestión logística	0.112	196	0.055
Exportación	0.124	196	0.055

En la tabla 10, La prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov que se aplicó a los datos de las variables "Gestión logística" y "Exportación", obteniendo un estadístico de 0.112 y 0.124 respectivamente, y una significancia de 0.055 en ambos casos. Estos resultados indicaron que las distribuciones de ambas variables seguían un patrón normal, ya que el valor de significancia fue mayor a 0.05, lo que llevó a aceptar la hipótesis de normalidad y sugirió la necesidad de emplear métodos estadísticos paramétricos para posteriores análisis. Por lo tanto, para análisis y contratación de la hipótesis se empleó la prueba estadística paramétrica r de Pearson.

Figura 9

Gráfico de normalidad variable gestión logística

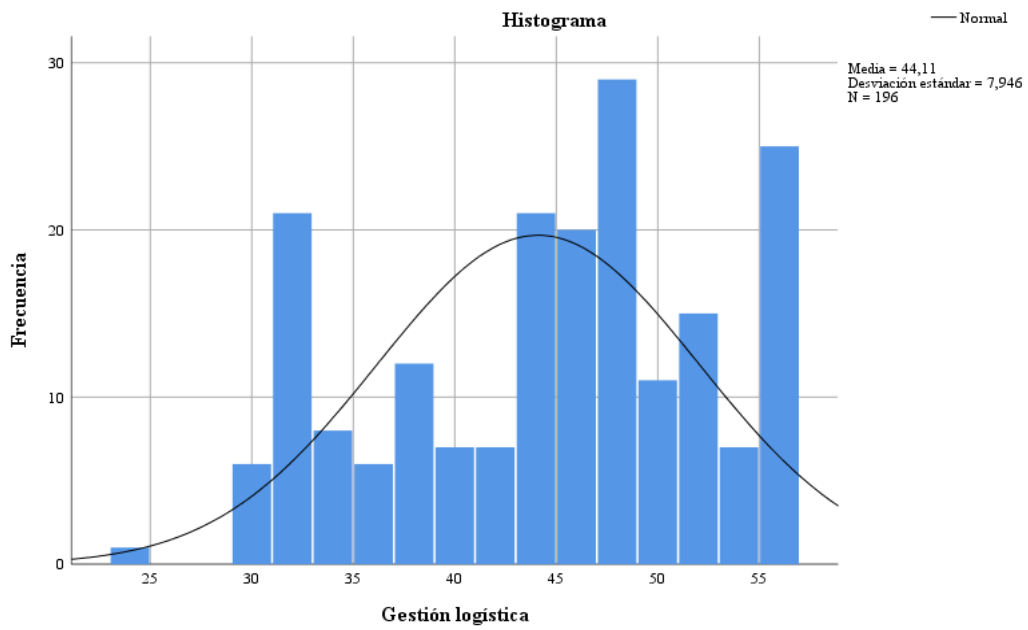
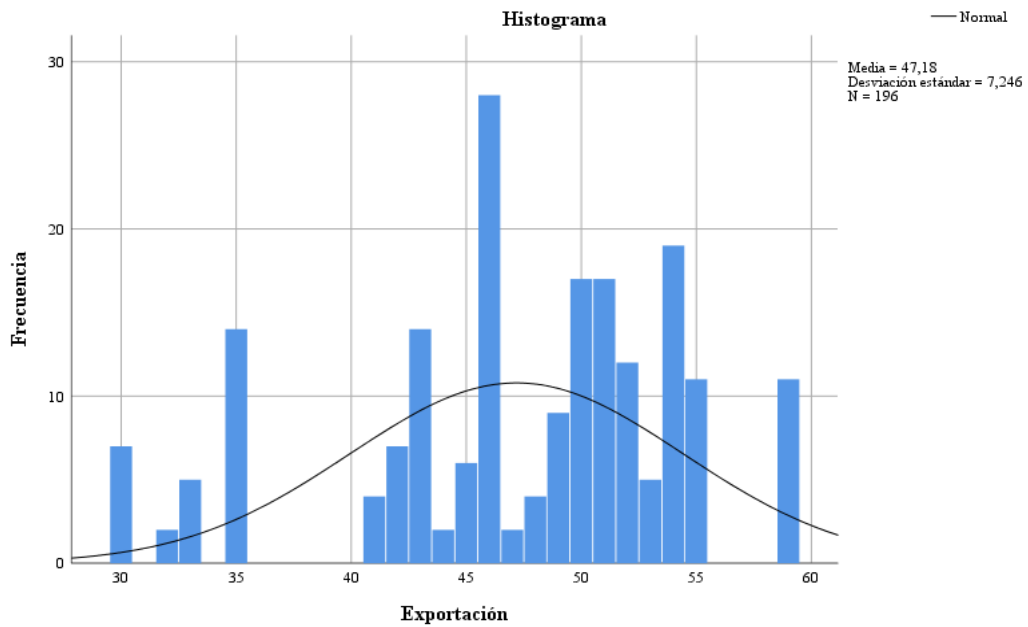


Figura 10

Gráfico de normalidad variable exportación



3.2.2. Hipótesis general

Hipótesis nula

No existe una relación directa entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

Hipótesis alterna

Existe una relación directa entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

Tabla 11

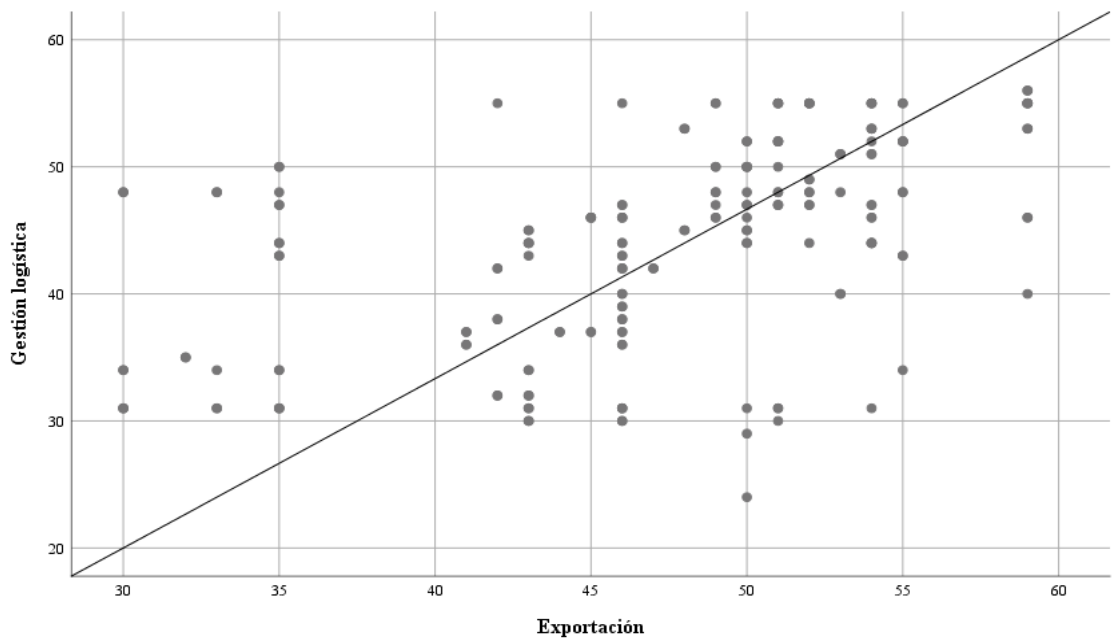
Comprobación de hipótesis general

		Gestión logística	Exportación
Gestión logística	Correlación de Pearson	1	,513**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	196	196
Exportación	Correlación de Pearson	,513**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	196	196

La tabla 11 presentó los resultados de la correlación de r de Pearson entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. durante el año 2024. El coeficiente de correlación de 0.513 indicó una relación moderada y positiva entre ambas variables. La significancia bilateral de 0.000 sugirió que esta correlación fue estadísticamente significativa. Por lo tanto, se pudo rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, lo que implicó que existió una relación directa entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A.

Figura 11

Gráfico de dispersión hipótesis general



3.2.3. Hipótesis específica 1

Hipótesis nula

No existe una relación directa entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

Hipótesis alterna

Existe una relación directa entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

Tabla 12

Comprobación de hipótesis específica 1

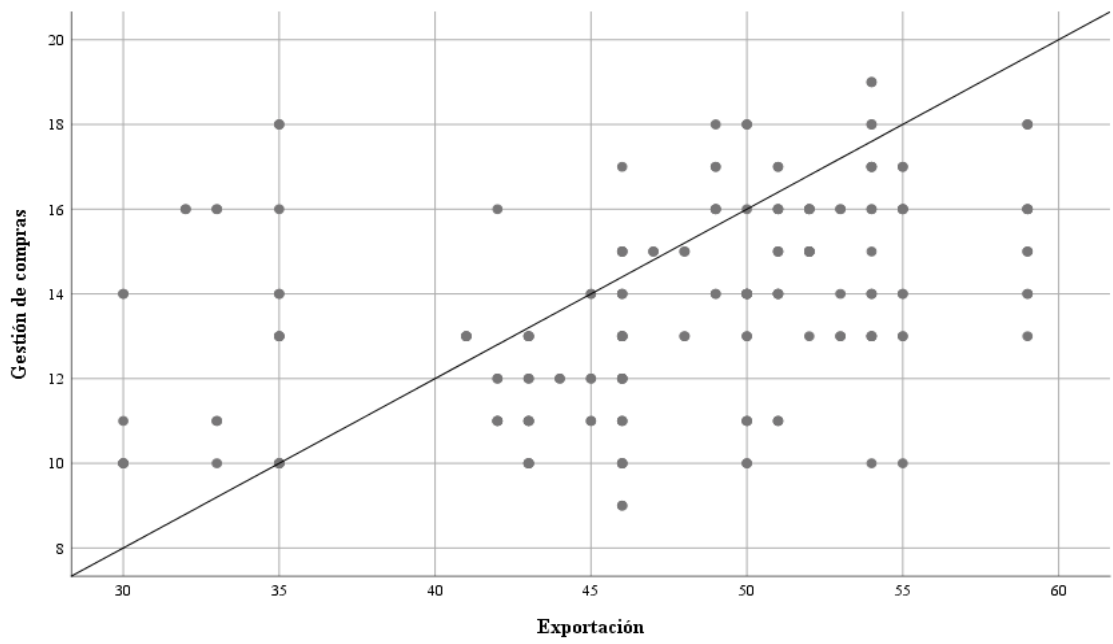
		Gestión de compras	Exportación
Gestión de compras	Correlación de Pearson	1	,423**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	196	196
Exportación	Correlación de Pearson	,423**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	196	196

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

La tabla 12 presentó los resultados de la correlación r de Pearson entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. durante el año 2024. El coeficiente de correlación de 0.423 indicó una relación moderada y positiva entre ambas variables. La significancia bilateral de 0.000 sugirió que esta correlación fue estadísticamente significativa. Por lo tanto, se pudo rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, lo que implicó que existió una relación directa entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A.

Figura 12

Gráfico de dispersión hipótesis específica 1



3.2.4. Hipótesis específica 2

Hipótesis nula

No existe una relación directa entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

Hipótesis alterna

Existe una relación directa entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

Tabla 13

Comprobación de hipótesis específica 2

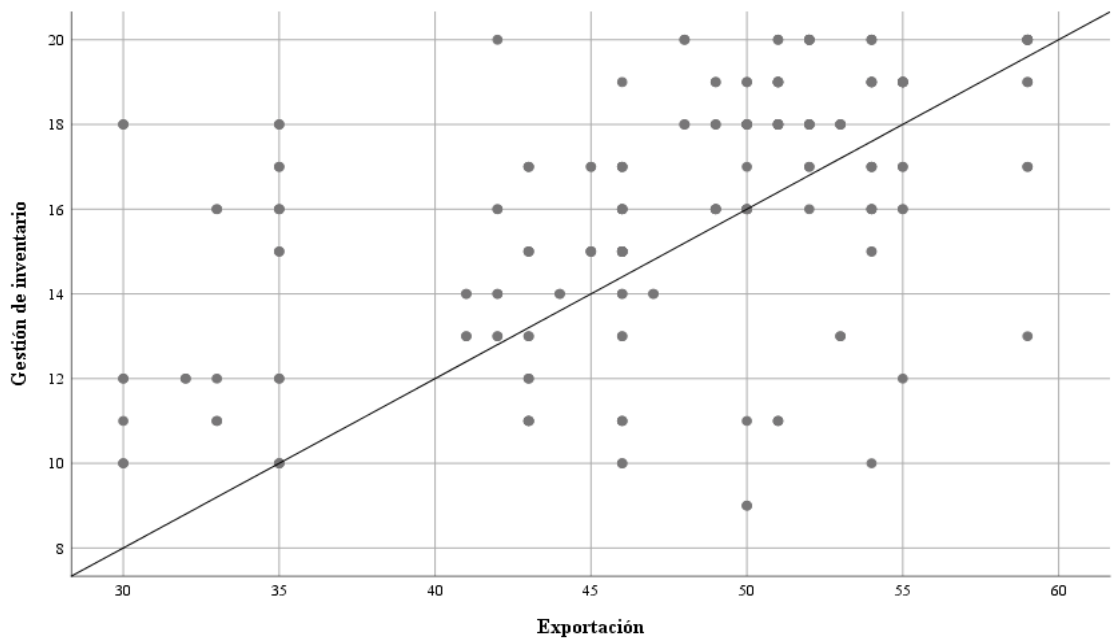
		Gestión de inventario	Exportación
Gestión de inventario	Correlación de Pearson	1	,511**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	196	196
Exportación	Correlación de Pearson	,511**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	196	196

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

La tabla 13 presentó los resultados de la correlación de r de Pearson entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. durante el año 2024. El coeficiente de correlación de 0.511 indicó una relación moderada y positiva entre ambas variables. La significancia bilateral de 0.000 sugirió que esta correlación fue estadísticamente significativa. Por lo tanto, se pudo rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, lo que implicó que existió una relación directa entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A.

Figura 13

Gráfico de dispersión hipótesis específica 2



3.2.5. Hipótesis específica 3

Hipótesis nula

No existe una relación directa entre la gestión despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

Hipótesis alterna

Existe una relación directa entre la gestión despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.

Tabla 14

Comprobación de hipótesis específica 3

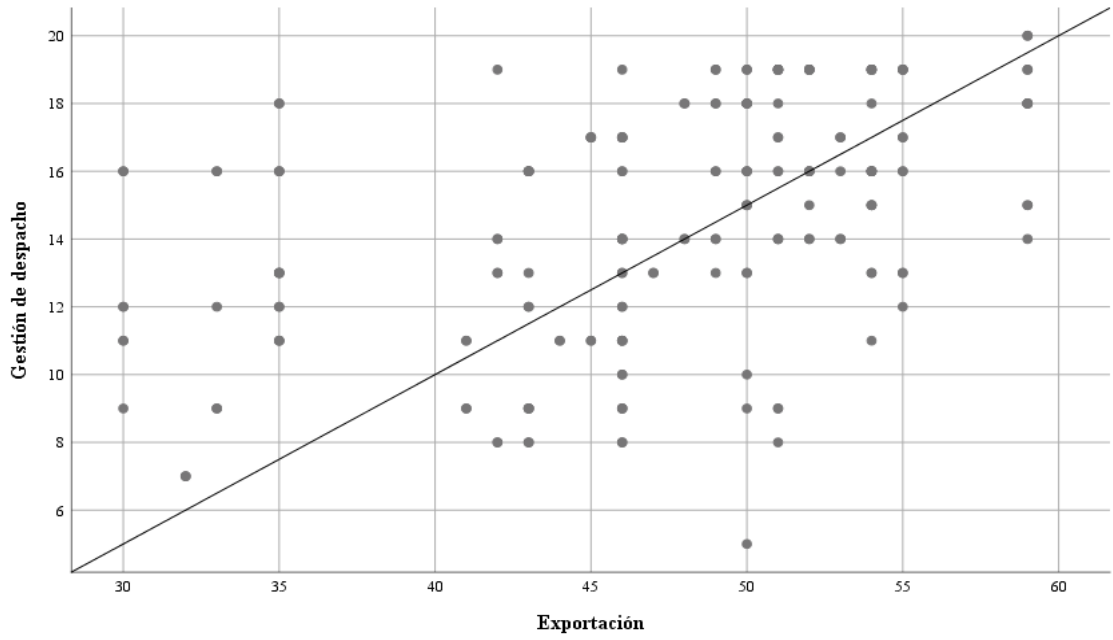
		Gestión de despacho	Exportación
Gestión de despacho	Correlación de Pearson	1	,453**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	196	196
Exportación	Correlación de Pearson	,453**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	196	196

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

La tabla 14 presentó los resultados de la correlación r de Pearson entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. durante el año 2024. El coeficiente de correlación de 0.453 indicó una relación moderada y positiva entre ambas variables. La significancia bilateral de 0.000 sugirió que esta correlación fue estadísticamente significativa. Por lo tanto, se pudo rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, lo que implicó que existió una relación directa entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A.

Figura 14

Gráfico de dispersión hipótesis específica 3



IV. DISCUSION

En esta investigación, al determinar la relación entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024, se encontró un coeficiente de correlación r de Pearson de 0.513 con una significancia bilateral (p -valor) de 0.000. Lo que evidencia que existe una relación positiva moderada y altamente significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que una gestión logística eficaz, abarcando procesos desde la cadena de suministro hasta la entrega final, tuvo una influencia directa y positiva en el volumen y la eficiencia de las exportaciones de la empresa al mercado chino.

Frente a lo mencionado, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación, que refería que existía una relación entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. Estos resultados fueron corroborados por Paricahua (2022), quien concluyó una fuerte correlación positiva entre la gestión logística y la rentabilidad de las empresas, señalando que un mayor control logístico conduce a mejores resultados. Asimismo, Mahmoud et al. (2020) indicaron que el rendimiento logístico mejora positivamente las exportaciones de las naciones, y que elementos como aduanas, infraestructura y envíos internacionales ejercen un efecto considerable. A nivel nacional, Infante y Montoya (2022) también encontraron una correlación positiva muy fuerte entre la gestión logística y las exportaciones de café verde al mercado canadiense. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar estos resultados, confirmamos que una gestión logística robusta y optimizada es un factor crucial para el éxito exportador de productos agrícolas, hacia mercados demandantes como el chino, impactando directamente en la competitividad y la rentabilidad de la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A.

Respecto al objetivo específico 1, Al determinar la relación entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024, se obtuvo un coeficiente de correlación r de Pearson de 0.423 con una significancia bilateral (p -valor) de 0.000. Este hallazgo nos dio a entender que existió una relación positiva moderada y altamente significativa entre la gestión de compras y la exportación. Esto significó

que una gestión eficiente de las compras, que incluyó la selección de proveedores, la adquisición de insumos y materiales de calidad, y la negociación de precios y condiciones favorables, influyó positivamente en la capacidad de la empresa para exportar al mercado chino. Una adecuada gestión de compras se tradujo en la disponibilidad de los recursos necesarios en el momento oportuno y al costo óptimo, lo que contribuyó a la eficiencia de toda la cadena de exportación.

Con base en estos resultados, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, la cual sostenía que existía una relación entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China. Estos hallazgos fueron respaldados por Paricahua (2022), quien destacó que un mayor control en la administración de compras contribuye a una mayor rentabilidad en las empresas. De igual forma, Chilingano et al. (2020) en su estudio sobre la quinua al mercado de Canadá, señalaron que una adecuada administración logística, que incluye las compras, incrementa la demanda y disminuye los costos. En consecuencia, y al analizar estos resultados, se afirmó que la optimización de la gestión de compras es un pilar fundamental para el éxito exportador, ya que impactó directamente en la calidad del producto final y en la eficiencia de los procesos, factores críticos para la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. en su estrategia de penetración del mercado chino.

En cuanto al segundo objetivo específico 2, se determinó la relación entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024, se halló un coeficiente de correlación r de Pearson de 0.511 con una significancia bilateral (p -valor) de 0.000. Este resultado nos dio a entender que existió una relación positiva moderada y altamente significativa entre la gestión de inventarios y la exportación. Esto implicó que una administración eficiente del inventario, que incluyó un control preciso de las existencias, la reducción de mermas y la optimización de los tiempos de almacenamiento, tuvo un impacto directo y favorable en la capacidad de la empresa para cumplir con los volúmenes y plazos de exportación al mercado chino. La gestión de inventarios adecuada aseguró la disponibilidad del producto en óptimas condiciones para su despacho.

Frente a lo expuesto, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, que afirmaba la existencia de una relación entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China. Estos resultados se vieron en sintonía con lo planteado por Paricahua (2022), quien, en su estudio sobre la rentabilidad de empresas de construcción, concluyó que un mayor control en la gestión de inventarios conduce a una mayor rentabilidad. En este sentido, y al analizar estos resultados, se confirmó que una gestión de inventarios estratégica no solo optimiza los costos operativos, sino que también garantiza la frescura y disponibilidad, elementos esenciales para satisfacer las exigencias del mercado de exportación y consolidar la presencia de la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. en China.

Finalmente, respecto al objetivo específico 3, se determinó la relación entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024, se obtuvo un coeficiente de correlación r de Pearson de 0.453 con una significancia bilateral (p -valor) de 0.000. Este resultado nos dio a entender que existió una relación positiva moderada y altamente significativa entre la gestión de despacho y la exportación. Esto indicó que una gestión eficiente de los procesos de despacho, desde la preparación de la carga hasta la documentación aduanera y el embarque, contribuyó directamente al éxito y la fluidez de las exportaciones al mercado chino. Una gestión de despacho organizada y sin contratiempos aseguró la entrega oportuna y en condiciones óptimas del producto.

En consecuencia, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, la cual sostenía que existía una relación entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China. Estos hallazgos se alinearon con los planteamientos de Mahmoud et al. (2020), quienes señalaron que elementos del índice de rendimiento logístico como las aduanas y los envíos internacionales ejercen un efecto considerable en las exportaciones. Asimismo, Sarmiento y Taipei (2020) concluyeron que una adecuada gestión logística integral, que incluye el despacho, permite que las exportaciones se ejecuten con continuidad. De esta manera, y al analizar estos resultados, se pudo afirmar que la optimización de la gestión de despacho es crítica para garantizar la competitividad y la confiabilidad de las exportaciones de la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. hacia el mercado chino, minimizando retrasos y costos adicionales.

La presente investigación adoptó un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, lo que permitió identificar la existencia y magnitud de la relación entre las variables estudiadas. Sin embargo, este diseño no permitió establecer relaciones de causalidad directa. La muestra se centró en una única empresa agroexportadora en Ica, lo que, si bien proporcionó una profundidad considerable en el análisis, limitó la generalización de los resultados a otras empresas del sector o regiones. La recolección de datos se basó en la percepción de los colaboradores, lo que podría introducir un sesgo inherente a la subjetividad humana.

Los resultados de esta tesis ofrecen implicaciones prácticas significativas para la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. y otras empresas del sector. Se destaca la necesidad de invertir en la optimización continua de todos los componentes de la gestión logística: compras, inventarios y despacho. Esto podría traducirse en la implementación de tecnologías para la trazabilidad, sistemas de gestión de almacenes (WMS), y la capacitación constante del personal en las mejores prácticas logísticas y normativas internacionales. La eficiencia logística es un diferenciador clave en un mercado tan competitivo como el de exportación de productos frescos a China.

Para futuras investigaciones, se sugiere ampliar el alcance de la muestra para incluir a un mayor número de empresas agroexportadoras, lo que permitiría validar y generalizar los resultados. Sería relevante considerar la inclusión de un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) para obtener una comprensión más profunda de los factores que influyen en la gestión logística y las exportaciones, por ejemplo, mediante entrevistas a profundidad con gerentes y socios estratégicos. Asimismo, se podría explorar la relación entre la gestión logística y otros indicadores de rendimiento empresarial, como la rentabilidad o la satisfacción del cliente final en el mercado de destino. Finalmente, un estudio longitudinal podría ofrecer una perspectiva sobre la evolución de estas relaciones a lo largo del tiempo.

En suma, esta investigación demostró de manera contundente la existencia de una relación positiva y significativa entre la gestión logística (incluyendo sus dimensiones de compras, inventarios y despacho) y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora

Sociedad Agrícola Don Luis S.A. de Ica. Los hallazgos subrayan la importancia crítica de una gestión logística eficiente como factor determinante para el éxito y la sostenibilidad de las operaciones de exportación en el sector agroindustrial, especialmente hacia mercados internacionales de alta demanda y exigencia como el chino. La optimización de cada etapa de la cadena logística no solo facilita el cumplimiento de los objetivos de exportación, sino que también contribuye a la mejora de la competitividad y la rentabilidad de la empresa.

V. CONCLUSIONES

- Se concluye que existe una relación moderada entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. Esto de acuerdo con el coeficiente de correlación r de Pearson de 0.513 y una significancia bilateral de 0.000. Lo obtenido evidencia que una gestión logística eficiente impacta directamente en el éxito de las operaciones de exportación.
- Se concluye que existe una relación moderada entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. Esto se sustenta en un coeficiente de correlación r de Pearson de 0.423 y una significancia bilateral de 0.000. Esto sugiere que una adecuada gestión de compras de insumos y materiales es fundamental para la fluidez y el éxito del proceso de exportación.
- Se concluye que existe una relación considerable entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. Lo anterior se verifica con un coeficiente de correlación r de Pearson de 0.511 y una significancia bilateral de 0.000. Esto demuestra que un control y manejo eficiente de los inventarios, influye directamente en la capacidad de la empresa para cumplir con los requisitos y tiempos de exportación.
- Se concluye que existe una relación fundamental entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. Este hallazgo se basa en un coeficiente de correlación r de Pearson de 0.453 y una significancia bilateral de 0.000. Esto indica que una gestión de despacho optimizada, desde la preparación hasta el envío, es crucial para la eficiencia y la efectividad de las exportaciones.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A. implemente un sistema integrado de gestión logística que cubra desde la producción hasta la entrega final en destino. Este sistema debe estar basado en tecnologías de información logística, rastreo en tiempo real y monitoreo de cadenas de frío, lo cual garantizará mayor eficiencia, trazabilidad y cumplimiento puntual en las exportaciones hacia China, mejorando así su competitividad internacional.
- Se recomienda establecer estrategias de abastecimiento proactivo y sostenible de insumos agrícolas esenciales, priorizando proveedores confiables, certificados y con capacidad de respuesta ágil. Además, se propone la adopción de herramientas de planificación de necesidades de materiales (MRP) para asegurar disponibilidad oportuna de recursos, evitar interrupciones productivas y mantener la continuidad operativa requerida para el proceso exportador.
- Se recomienda que la empresa implemente el fortalecimiento y actualización permanente del sistema informatizado de gestión de inventarios que permita monitorear en tiempo real los niveles de stock, la calidad del producto almacenado y los tiempos óptimos de despacho. Este control eficiente ayudará a reducir pérdidas por sobre almacenamiento o escasez, asegurando que la exportada en condiciones ideales y dentro de los plazos establecidos por los mercados internacionales, especialmente el exigente mercado chino.
- Se recomienda que la empresa diseñe procesos estandarizados de preparación, embalaje, etiquetado y coordinación logística con agentes aduaneros, transportistas y embarcación. La implementación de protocolos claros y capacitación constante del personal encargado del despacho garantizará la agilidad en el envío, minimizará errores operativos y elevará la percepción de calidad del cliente internacional, consolidando así a Sociedad Agrícola Don Luis S.A. como un proveedor confiable en el mercado asiático.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anton, A., & Shupingahua, L. (2021). *Gestión logística y exportación de cardigans a Estados Unidos por las empresas textiles del distrito de Miraflores, 2021* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/66910>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica* (6.ª ed.). Editorial Episteme.
- Arifin, M. (2022). Application of Good Logistics Practices to Export-Oriented SMEs through Export Regulation Applications. *OPSI (Yogyakarta)*, 15(2), 293-293. <https://doi.org/10.31315/opsi.v15i2.8242>
- Asencio, Lady, & Carrión, A. (2023). *Diseño de estrategias para la exportación de camarón: Caso Ecuatoriano* [Tesis de Maestría, Universidad Politécnica Salesiana]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/26482>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3.ª ed.). Pearson Educación.
- Borda, M. (2013). *El Proceso de Investigación: Visión general de desarrollo*. Universidad del Norte.
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. (2010). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527-538. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- CEPAL. (2024). *Panorama de la Gestión Pública en América Latina y el Caribe, 2023: Un Estado preparado para la acción climática*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/69075-panorama-la-gestion-publica-america-latina-caribe-2023-un-estado-preparado-la>
- Chilingano, J., Condeña, J., Huillcahuari, F., & Ramirez, M. (2020). *Gestión logística y la exportación de la quinua al mercado canadiense, por la Empresa Inca Mystic Grain*

- S.A.C., 2013-2018 [Tesis de grado, Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55770>
- Condor, V. (2022). *Gestión logística y exportación de la empresa Agro Export Ica S.A.C., Ica, 2021* [Tesis de grado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Tesis de pre grado]. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/5915>
- Hernández, R., & Mendoza, M. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Education.
- Infante, K., & Montoya, J. (2022). *Gestión logística y exportación de café verde de MYPES en Lima hacia el mercado canadiense, 2019 – 2020* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/102432>
- Mahmoud, R., Gamal, H., & Ahmed, E. (2020). Enhancing Exports through Managing Logistics Performance: Evidence From Middle East and African Countries. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 11(2), 2131-2140.
<https://typeset.io/papers/enhancing-exports-through-managing-logistics-performance-2667cc5j7c>
- Meza, D. C. V., Vizúete, M. G. C., Portalanza, D. C. A., & Palacios, K. A. M. (2022). Optimización de los procesos de logística, su mejora y satisfacción al cliente. *ConcienciaDigital*, 5(1.3), Article 1.3.
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i1.3.2137>
- Mincetur. (2023). *Exportaciones peruanas no tradicionales sumaron USD 18,468 millones en el 2023*. <https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/916925-exportaciones-peruanas-no-tradicionales-sumaron-usd-18-468-millones-en-el-2023>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5.^a ed.). Ediciones de la U - Carrera.
- Organización Mundial del Comercio. (2023). *OMC | Recursos—Información sobre comercio internacional y aranceles*.
https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/tradeserv_stat_s.htm

- Paricahua, H. (2022). Gestión logística y su relación con la rentabilidad de empresas constructoras en Bolivia. *Quipukamayoc*, 30(62), 67-75. <https://doi.org/10.15381/quipu.v30i62.22179>
- Pinto, M., & Valle, L. (2019). EL MARKETING EXPERIENCIAL COMO ESTRATEGIA DE COMPRA-VENTA POR IMPULSO DE LAS MARCAS DE CONSUMO MASIVO EN LOS AUTOSERVICIOS DE GUAYAQUIL-ECUADOR. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 6(1), 43-58. <https://doi.org/10.46677/compendium.v6i1.766>
- Pittawat, S. (2019). Analysis of the Relation between Green Logistics Management Practices and Export Intensity for Thai Food and Drinks SMEs. *Journal of International Logistics and Trade*, 16(2), 46-56. <https://doi.org/10.24006/JILT.2018.16.2.46>
- PromPerú. (2023). *Resultados de Exportaciones Perú 2023 | PROMPERÚ*. <https://exportemos.pe/recurso/31154/resultados-de-exportaciones-peru-2023>
- Quincho, R., Cárdenas, J. C., Inga, V., Bada, W. N., Espinoza, G. M., & Carlos, H. A. (2022). *Metodología de la investigación científica: El sentido crítico, ante todo con uno mismo* (1.ª ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=873864>
- Reyes, E. (2023). *La gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa Agroexportadora, Ica 2023* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/136001>
- Sánchez, F. (2022). *El instrumento y su estadística en una tesis*. CENTRUM LEGALIS.
- Sarmiento, Lady, & Taipe, L. (2020). *Gestión logística integral y exportación de Café de la cooperativa aproafch Ltda en la provincia San Ignacio Región-Cajamarca, 2019* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/67537>

VIII. ANEXOS

8.1. Encuesta

8.1.1. Instrumento de recolección de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA”

PROYECTO DE TESIS

Gestión logística y exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad

Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024

CUESTIONARIO

Instrucciones: Agradecemos de antemano su amable disposición para participar en esta encuesta, la cual forma parte de un trabajo de investigación. Su colaboración es fundamental para garantizar la calidad y precisión de los resultados obtenidos. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y será tratada de manera confidencial. Se solicita responder con la mayor sinceridad y objetividad posible, marcando con una “x” la opción que considere adecuada. Cada respuesta es importante para enriquecer el estudio y contribuir a su desarrollo. Su apoyo es altamente valorado y apreciado.

I. VARIABLE: Gestión logística

1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

N	INDICADORES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Los criterios que utiliza la empresa para seleccionar y evaluar a sus proveedores, impactan en el desempeño logístico?					
2	¿La planificación de compras influye en la continuidad y eficiencia de las operaciones de la empresa?					
3	¿Los mecanismos de control que utiliza la empresa garantizan niveles óptimos de inventario y evita desabastecimientos?					

4	¿La capacitación del personal encargado de las compras contribuye a la mejora de la gestión logística?					
	Gestión de inventarios	1	2	3	4	5
5	A su opinión, ¿los sistemas o herramientas que utiliza la empresa para controlar el inventario son efectivos en la gestión logística?					
6	¿La empresa determina de forma adecuada las cantidades óptimas de productos e insumos para evitar excesos o faltantes en el inventario?					
7	A su parecer, ¿las estrategias que implementa la empresa para gestionar productos perecibles, minimizan pérdidas en el inventario?					
8	¿El uso de la tecnología impacta en la precisión y eficiencia de la gestión de inventarios?					
	Gestión de despacho	1	2	3	4	5
9	¿Los criterios que utiliza la empresa para planificar las rutas y horarios de despacho, impactan en el cumplimiento de los tiempos de entrega?					
10	A su conocimiento, ¿las estrategias que emplea la empresa para minimizar costos y mejorar la eficiencia influye en el proceso de despacho?					
11	¿Las herramientas tecnológicas que utiliza la empresa optimizan el monitoreo y la trazabilidad de los envíos?					
12	¿La gestión de despacho influye en la satisfacción del cliente con respecto a los tiempos y condiciones de entrega?					

II. VARIABLE: Exportación

1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

N	INDICADORES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	Conocimiento del mercado					
13	Cree usted, ¿que los métodos utilizados por la empresa para identificar oportunidades y evaluar tendencias de demanda son adecuados para mercados internacionales?					
14	A su parecer, ¿los criterios que emplea la empresa son ideales para segmentar los mercados internacionales y determinar los principales clientes objetivos?					
15	¿La empresa considera relevante el conocimiento de factores culturales en los mercados a los que exporta?					
16	¿El conocimiento del mercado influye en la selección de los canales de distribución y estrategias de posicionamiento?					
	Participación en el mercado	1	2	3	4	5
17	¿La innovación en productos o procesos influye en el incremento de la participación de la empresa en el mercado internacional?					
18	¿Las mejoras en los procesos productivos o en los productos han contribuido a incrementar la participación de la empresa en mercados internacionales?					
19	¿La empresa realiza acciones específicas para aumentar su participación en mercados internacionales clave?					
20	¿La empresa emplea estrategias de fidelización para fortalecer las relaciones con sus principales clientes internacionales?					
	Conocimiento técnico	1	2	3	4	5
21	A su opinión, ¿la empresa proporciona capacitación técnica continua sobre los requisitos internacionales para la exportación de productos?					
22	¿La empresa mantiene un conocimiento actualizado sobre las normativas técnicas y de calidad exigidas en los mercados de exportación?					
23	¿La empresa utiliza tecnologías avanzadas para garantizar la calidad técnica de los productos destinados a la exportación?					

24	¿La empresa asegura el cumplimiento de los estándares internacionales de calidad y seguridad en sus procesos de exportación?					
----	--	--	--	--	--	--

Nombre del encuestador:.....

Lugar: _____ Fecha: _____ Hora: _____

Observaciones:.....
.....
.....

8.1.2. Confiabilidad de instrumentos

Tabla 15

Estadísticas de fiabilidad instrumento gestión logística

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.897	12

El análisis de fiabilidad del instrumento de gestión logística, basado en el coeficiente Alfa de Cronbach, mostró un valor de 0.897 con 12 elementos, lo que indicó una alta consistencia interna en los ítems evaluados. Este resultado sugirió que la escala utilizada fue fiable y adecuada para medir la variable, asegurando la coherencia en las respuestas y la solidez del instrumento dentro del estudio.

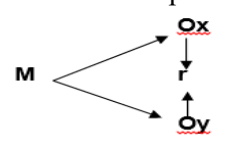
Tabla 16

Estadísticas de fiabilidad instrumento exportación

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.916	12

El análisis de fiabilidad del instrumento de exportación, basado en el coeficiente Alfa de Cronbach, mostró un valor de 0.916 con 12 elementos, lo que indicó una excelente consistencia interna en los ítems evaluados. Este resultado sugirió que la escala utilizada fue altamente fiable y adecuada para medir la variable, asegurando la coherencia en las respuestas y la solidez del instrumento dentro del estudio.

8.2. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿Existe relación entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024?</p> <p>Problemas Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe relación entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024? • ¿Existe relación entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024? • ¿Existe relación entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024? 	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación que existe entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. • Determinar la relación que existe entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. • Determinar la relación que existe entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. 	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación directa entre la gestión logística y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe una relación directa entre la gestión de compras y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. • Existe una relación directa entre la gestión de inventarios y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. • Existe una relación directa entre la gestión de despacho y la exportación al mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024. 	<p>Variable: gestión logística</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de compras • Gestión de inventario • Gestión de despacho <p>Variable: exportación</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del mercado • Participación en el mercado • Conocimiento técnico 	<p>Tipo: Investigación aplicada</p> <p>Nivel: Investigación descriptivo correlacional.</p> <p>Diseño: No experimental.</p>  <p>Población: Está conformada por 400 trabajadores</p> <p>Muestra: 196 trabajadores</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario.</p> <p>Técnicas de procesamiento y análisis de datos: Estadístico SPSS, r de Pearson.</p>

Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024?	mercado de China en la Agroexportadora Sociedad Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.	Agrícola Don Luis S.A., Ica 2024.		
-----------------------------------	---	-----------------------------------	--	--