

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN MERCADEO**



**ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE EXPORTADORES QUE CUENTAN O NO  
CON UNA CERTIFICACIÓN BASC, PARA LA COMPRA DE UN ESPACIO EN  
ALMACENADORA CON SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTROL Y SEGURIDAD,  
EN EL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA EN 2019**

**LIC. OSCAR FELIPE RAFAEL MIRALLES SOLIS**

**GUATEMALA, MAYO DE 2021.**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN MERCADEO**



**ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE EXPORTADORES QUE CUENTAN O NO  
CON UNA CERTIFICACIÓN BASC, PARA LA COMPRA DE UN ESPACIO EN  
ALMACENADORA CON SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTROL Y SEGURIDAD,  
EN EL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA EN 2019**

**Informe final de tesis para la obtención del Grado Académico de Maestro en Ciencias, con base en el Instructivo de Tesis, aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SÉPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado -SEP- de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, subincisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.**

**Asesor**

**DR. FERNANDO ALFREDO JEREZ GONZALEZ**

**Autor:**

**LIC. OSCAR FELIPE RAFAEL MIRALLES SOLIS**

**GUATEMALA, MAYO DE 2021.**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
HONORABLE JUNTA DIRECTIVA**

Decano: Lic. Luis Antonio Suárez Roldán  
Secretario: Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales  
Vocal I: Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez  
Vocal II: MSc. Byron Giovanni Mejía Victorio  
Vocal III: Vacante  
Vocal IV: BR. CC.LL. Silvia María Oviedo Zacarías  
Vocal V: P. C. Omar Oswaldo García Matzuy

**JURADO EXAMINADOR QUE PRACTICÓ  
EL EXAMEN GENERAL DE TESIS SEGÚN  
EL ACTA CORRESPONDIENTE**

Presidente: Dr. Ahmed Ricardo Arturo Abdalla Álvarez  
Secretaria: MSc. Flory María Valdés Rosales  
Vocal I: MSc. Josué Vinicio Pacheco Castro

## ACTO QUE DEDICO

A Dios	Ser Supremo, por darme Fortaleza, Inteligencia, Sabiduría y Paciencia para poder alcanzar un objetivo más en la vida.
A mi esposa	Que siempre me apoyo y me ayuda a ser una mejor persona con su ejemplo, amor y dedicación
A mi hijo	Oscarito...Mi inspiración de vida y el mejor obsequio que me pudo dar Dios y gracias a él, estar en esta aventura de ser padre.
A mis padres	Que siempre me apoyaron desde muy pequeño a perseguir mis sueños y ser una mejor persona gracias a su ejemplo de constancia, amor y respeto.
A mi hermano, hermanas y cuñadas	Chata, Canchita, Chelly y Tío aunque muy diferentes cada uno de ustedes me ha inspirado de una forma u otra en mis diferentes etapas de la vida ... simplemente les agradezco todas sus enseñanzas y los quiero mucho hoy y siempre. A mi familia política que siempre han estado presentes con mi familia y nos han brindado siempre su apoyo incondicional en esta aventura que se llama vida, especialmente agradecimiento a mi concuño y cuñadas (Chapu, Jannette y Lissette ) gracias, danke, merci, grazie
A mis sobrinos	Los quiero mucho y espero que ustedes lleguen más alto que nosotros ya que cada uno es especial en mi vida. Xime mil gracias por tu apoyo como siempre.
A mis familiares en general	Con mucho cariño y respeto.
A mi asesor de tesis	Estimadísimo Dr. Jerez gracias por todas sus enseñanzas no solo académicas si no de vida usted fue un pilar importante para poder alcanzar este logro académico.
A la Universidad de San Carlos de Guatemala	Casa máxima de estudios, a quien debo mi formación Universitaria, por darme la oportunidad de obtener un título a nivel de Postgrado.



## Contenido

Resumen	i
Introducción	iv
1. Antecedentes	1
2. Marco teórico	21
2.1 Proceso de decisiones de compra	21
2.1.1 Reconocimiento de la necesidad	23
2.1.2 Búsqueda de información	24
2.1.3 Evaluación de las alternativas	26
2.1.4 Compra	27
2.1.5 Comportamiento posterior a la compra	28
2.2 Almacenadoras	29
2.2.1 Promoción de servicios	30
2.2.2 Atención al cliente	30
2.2.3 Ubicación de mercancías	30
2.2.4 Seguridad y custodia de mercancías	30
2.2.5 Almacenaje Fiscal	31
2.2.6 Almacenaje General	31
2.2.7 Procesos de almacenamiento	31
2.2.8 Cobro de almacenaje	31
2.2.8.1 Por área	31
2.2.8.2 Por volumen	31
2.2.8.3 Por peso	32
2.2.8.4 Por valores	32
2.2.8.5 Por posición	32
2.3 Sistemas de gestión de control y seguridad (BASC)	32
3. Metodología	36
3.1 Enfoque	36
3.2 Definición y delimitación del problema	36
3.3 Objetivos	37
3.3.1 General	37

3.3.2 Específicos	37
3.4 Hipótesis	38
3.5 Especificación de variables	39
3.6 Universo y muestra	39
3.7 Unidad de análisis	41
3.8 Prueba de hipótesis	41
3.9 Técnica	42
3.10 Instrumento	42
3.11 Ámbito	43
3.12 Resumen del procedimiento	43
Discusión de Resultados	45
Conclusiones	59
Recomendaciones	61
Bibliografía	63
Anexos	69
Análisis de Indicadores	70
Índice de gráficas	73
Índice de cuadros	74

## Resumen

El propósito de esta investigación fue determinar las diferencias de compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad entre empresas exportadoras ubicadas en el Departamento de Guatemala, por lo que se estudiaron los temas relacionados a compra, así como al sistema de gestión de control y seguridad.

Por lo tanto, la pregunta de investigación que guio este estudio fue:

¿Compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, difiere entre empresas exportadoras en el Departamento de Guatemala?

Y en congruencia con lo anteriormente expuesto, el objetivo general de esta investigación fue determinar las diferencias de compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras en el Departamento de Guatemala.

La justificación del presente estudio se basó en la importancia que tiene conocer el fenómeno de estudio “Compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en el Departamento de Guatemala”, desde la perspectiva del sector de empresas que prestan el servicio de espacio para almacenamiento, así como del sector de empresas que utilizan el servicio de espacio para almacenamiento.

Para el sector de empresas que prestan el servicio de arrendamiento de espacio para almacenamiento, los resultados del presente estudio les permitirá conocer mejor al exportador y conocer si el sistema de gestión de control y seguridad incide en la compra de espacio en almacenadora; asimismo identificar si es importante para el exportador la existencia del sistema de gestión de control y seguridad; e identificar el tipo de exportador que considera que es importante el sistema de gestión de control y seguridad.



Y para el sector de empresas que utilizan el servicio de espacio para almacenamiento, los resultados del presente estudio les permitirán optar a participar en los mercados internacionales a través de aquellos compradores que exigen hacer negocios con empresas que aseguren la trazabilidad del producto, desde el origen de las materias primas, hasta su entrega en puerta, pasando por el proceso de transporte y exportación; situación que solo se puede dar con un sistema de gestión de control y seguridad.

En lo relacionado a la metodología, en la presente investigación se utilizó el enfoque cuantitativo puesto que se hizo uso de la medición numérica a través de la recolección de datos primarios por medio de un cuestionario estructurado (instrumento) y seleccionado para tal fin, dentro de la técnica de encuesta.

También es importante mencionar que la población objetivo del estudio estuvo formada por empresas exportadoras; específicamente, por empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC, en un total de ochenta (80) empresas. Y en cuanto a los sujetos que respondieron el cuestionario por parte de estas empresas, fueron hombres y mujeres mayores de 18 años que tienen experiencia en comercio internacional, logística, exportaciones o desempeñen dentro de las empresas exportadoras puestos relacionados con exportación de mercaderías como por ejemplo jefe o gerente de logística, jefe de compras u otro, que estén al tanto de los procesos de logística, almacenamiento y exportación.

Es necesario indicar que, para la presente investigación, se constituyó en 71 empresas en total.

Por lo tanto, los hallazgos para el presente estudio sufrieron el tratamiento estadístico propio al proceso inferencial para toma de decisiones donde, se planteó una hipótesis nula ( $H_0$ ) y respectiva hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

Los hallazgos más relevantes del presente estudio, se presentan en función de los tres aspectos más importantes que se evaluaron, los cuales fueron, el conocimiento del sistema de gestión de control y seguridad; la compra de espacio de

almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión de control y seguridad; y la oportunidad de hacer mayores negocios internacionalmente debido a que los servicios de almacenaje cuenten con un sistema de gestión de control y seguridad.

Con relación a la compra de espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión de control y seguridad, se estableció que sesenta y cuatro por ciento (64%) de las empresas exportadoras certificadas BASC si lo haría; porcentaje que, para el caso de las empresas exportadoras no certificadas BASC, es treinta y cinco por ciento (35%).

Adicionalmente a lo anteriormente indicado relacionado a la compra de espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión de control y seguridad, también se realizó la prueba de hipótesis correspondiente a la diferencia entre proporciones muestrales la cual, a un nivel de significación de 0.05 permitió rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ), o sea, permitió rechazar la hipótesis que plantea que “no existen diferencias estadísticamente significativas en la compra de espacio en almacenadoras, en función en un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC en el Departamento de Guatemala.” Por lo tanto, la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC en el Departamento de Guatemala es diferente.

## Introducción

El propósito de esta investigación fue determinar las diferencias en la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad entre empresas exportadoras ubicadas en el Departamento de Guatemala, por lo que se estudiaron los temas relacionados a la compra, así como al sistema de gestión de control y seguridad.

Es por ello, que el presente trabajo se convierte en una herramienta útil para la empresa para la cual ha sido desarrollada, Para el sector de empresas que prestan el servicio de espacio para almacenamiento, los resultados del presente estudio les permitirá conocer mejor su mercado y definir las estrategias mercadológicas que ayuden a su plan de negocios a través de conocer si el sistema de gestión de control y seguridad incide en la compra de espacio en almacenadora; identificar si es importante para el exportador la existencia del sistema de gestión de control y seguridad; e identificar el tipo de exportador que considera que es importante el sistema de gestión de control y seguridad.

Lo anterior les permitirá a las empresas establecer un punto de diferenciación y, por ende, una ventaja competitiva en el mercado.

Para el sector de empresas que utilizan el servicio de espacio para almacenamiento, los resultados del presente estudio les permitirán optar a participar en los mercados internacionales a través de aquellos compradores que exigen hacer negocios con empresas que aseguren la trazabilidad del producto, desde el origen de las materias primas, hasta su entrega en puerta, pasando por el proceso de transporte y exportación; situación que solo se puede dar con un sistema de gestión de control y seguridad.

Expuesto lo anterior, la pregunta de investigación es ¿Compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, difiere entre empresas exportadoras en el Departamento de Guatemala? Y el objetivo general de esta investigación es determinar las diferencias en la compra de espacio

en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras en el Departamento de Guatemala.

Para alcanzar el objetivo general se establecieron los siguientes objetivos específicos: determinar cómo es la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en las empresas exportadoras certificadas BASC; y determinar cómo es la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en las empresas exportadoras no certificadas BASC.

La hipótesis de investigación fue: compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, difiere entre empresas exportadoras en el Departamento de Guatemala. En donde la variable independiente es el sistema de gestión de control de seguridad y la dependiente es compra.

Por lo tanto, se trata de un estudio con enfoque cuantitativo porque buscó, a través de la medición numérica y la estadística, determinar las diferencias en compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras en el Departamento de Guatemala.

Se utilizó la técnica de encuesta personal y el instrumento de apoyo fue un cuestionario estructurado para la obtención de la información de campo que se realizó sobre una población de 80 empresas exportadoras, Sin embargo, debido a que nueve (9) de las empresas exportadoras no certificadas BASC no participaron en el estudio (cuatro porque al momento de la investigación no estaban ejerciendo actividad de exportación y cinco por políticas internas), los datos obtenidos correspondieron a estadísticos, o sea, a datos producidos por una muestra, que, para la presente investigación, se constituyó entonces, en 71 empresas exportadoras.

Los sujetos fueron hombres y mujeres mayores de 18 años con tengan experiencia en comercio internacional, logística, exportaciones o desempeñan dentro de las empresas exportadoras puestos relacionados con exportación de mercaderías

como por ejemplo jefe o gerente de logística, jefe de compras, que estén al tanto de los procesos de almacenamiento y exportación; quienes respondieron a la pregunta: ¿Compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión control y seguridad? y que permitió realizar el análisis estadístico sobre la hipótesis nula: no existen diferencias estadísticamente significativas en compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en almacenadora, entre empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC en el Departamento de Guatemala.

La presente investigación se conforma de los siguientes capítulos: el capítulo uno lo componen los antecedentes del estado en que se describe del tema de investigación. El capítulo dos, marco teórico, contiene la exposición y análisis de las teorías y enfoques teóricos y conceptuales utilizados para fundamentar la investigación. Mientras que el capítulo tres expone la metodología, que describe los métodos y técnicas, así como los criterios y procedimientos que sirvieron para resolver el problema de investigación.

El análisis de los resultados relacionados con la presenta investigación, se presentan en el capítulo cuatro, discusión de resultados. Por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación, bibliografía consultada y anexos.

## 1. Antecedentes

### 1.1 Almacenadoras

Las almacenadoras, también conocidas como almacenes generales de depósito, son organismos auxiliares de crédito que tienen por propósito el almacenar, guardar o conservar bienes o mercancías y la emisión de certificados de depósito y bonos de prenda, siendo los últimos opcionales, cuando a solicitud del depositante se emitan como no negociables los certificados de depósitos.

Sus orígenes se encuentran en Europa; sin embargo, en la época colonial ya se encontraban en América antecedentes de éstos, tales como los pósitos y las alhóndigas, los primeros como bodegas destinadas al almacenamiento de productos y semillas para precaver las épocas de escasez y las alhóndigas como instituciones destinadas a evitar el acaparamiento de los víveres, al obligar a los agricultores a depositar en bodegas oficiales sus productos para ser vendidas directamente al consumidor a precios justos.(Urrea, 1982:67). La actividad de los almacenes generales de depósito en Guatemala se desarrolló en la época Colonial, con el establecimiento de los pósitos y alhóndigas.

En 1925 se creó la Ley de Instituciones de Crédito, donde se hace mención de los almacenes generales de depósito, posteriormente se concretó con la constitución y organización del Departamento de Almacenes de Depósito del Crédito Hipotecario Nacional, como una dependencia de esa institución bancaria. En 1968 se emitió la Ley de Almacenes Generales de Depósito (Decreto Ley número 1746), que permitió a la iniciativa privada incorporarse dentro de esta actividad bajo un concepto moderno, para resolver los problemas inherentes a la producción nacional y mercadeo de los productos agrícolas, importación de materias primas y mercancías en general.

El almacén o bodega fiscal, representa el área separada y adecuadamente delimitada, en la cual los Almacenes Generales de Depósito almacenan mercancías provenientes del exterior y que no han pagado los derechos arancelarios e impuestos que cause la importación respectiva. De manera que en estos casos, estas mercancías almacenadas

quedan pignoradas de pleno derecho a favor del estado y con preferencia absoluta sobre cualquier otro gravamen, por el monto de las sumas adeudadas al fisco; si no se cubrieren los mencionados derechos de importación, los almacenes quedan obligados a vender directamente, sin más trámite, los bienes pignorados, para que con su producto puedan cubrir, en primer término, las acreedorías a favor del estado y los gastos de almacenaje y, si hubiere sobrante, este quedara a disposición de los depositantes.

Los almacenes o bodegas fiscales son depósitos aduaneros privados autorizados por la Superintendencia de Administración Tributaria, en los cuales se puede almacenar mercancías con la suspensión temporal de todos los impuestos hasta un plazo máximo de un año. (Urrea, 1982:67). Entre sus funciones el almacén fiscal tiene el control del traslado, recepción, clasificación para almacenaje, custodia y despacho de las mercancías. Otra de las características de las operaciones en almacenes fiscales, es que no se pueden emitir bonos de prenda con garantía de mercancías, solamente puede emitirse a los depositantes, certificado de depósito, con la cláusula “No negociable o no transferible”; estos certificados de depósito se emiten por mercancías en tránsito, por el plazo de un año, que puede ser prorrogable.

Los almacenes fiscales funcionan como fuente de financiamiento directo, para las personas que requieran ingresar mercancía al país y no cuenten con el dinero necesario para cubrir los gastos por concepto de impuestos y aranceles. Como consecuencia de la firma de los convenios centroamericanos de integración económica, Guatemala firmó, con fecha 13 de diciembre de 1963, el protocolo que contiene el libro tercero, llamado “Código Aduanero Uniforme Centroamericano”, denominado CAUCA, el que también fue firmado por los restantes países de Centroamérica, se aprobó también el Reglamento del Código Aduanero Uniforme Centroamericano.

Con fecha veintisiete de marzo de mil novecientos sesenta y ocho, el Congreso de la República aprobó el Decreto 1746 que contiene la Ley de Almacenes Generales de Depósito. El primer Almacén Fiscal en Guatemala fue Central Almacenadora, Sociedad Anónima, mediante el acuerdo gubernativo de fecha 17 de julio de 1970, asentado en el libro 2, folio 150, casilla 57, aprobando una concesión de 10 años a Central Almacenadora, Sociedad Anónima también conocido como Cealsa.

Años más tarde fueron creados como almacenes fiscales de depósito: Almaguate en mayo de 1975, Algesa el 1 de junio de 1977 y posteriormente, a inicios de la década de los ochenta, como consecuencia de la diversificación de servicios que prestan los bancos surgieron la mayor cantidad de almacenes generales de depósito, que incluían la autorización para operar como almacenes fiscales. En la actualidad existen muchas almacenadoras autorizadas con esta misma función, organizadas por la Asociación de Almacenadoras (ASALGE) las cuales tienen grandes inversiones en terrenos, edificaciones, equipo y soporte humano.

En el marco teórico se estarán presentando definiciones y procedimientos utilizados en almacenadoras los cuales están basados en conceptos y procedimientos internos, de una almacenadora que cuenta con un sistema de gestión de control y seguridad en la ciudad de Guatemala con más de 50 años de experiencia ofreciendo almacenamiento.

## 1.2 Sistema de gestión de control y seguridad

Como antecedentes sobre este tema, se citan las investigaciones de tesis de Xicara (2014) a nivel de maestría en Gestión de la Calidad con especialización en Inocuidad de Alimentos, y Palma (2015) en maestría en producción más limpia.

En su tesis de maestría, Xicara (2014) titulada “Elaboración de un manual de control y seguridad para una empresa exportadora de caucho y látex ubicada en el departamento de Suchitepéquez, con base en la Norma BASC Versión 04-2012 y el Estándar de Seguridad del Exportador Versión 04-2012”, plantea que la administración de sistemas que ayuden a las organizaciones a crear guías de trabajo orientadas a un manejo eficaz de sus actividades, se ha convertido en una herramienta de gran valor hoy en día. Todos los controles creados están orientados a manejar aquellos riesgos que se derivan de amenazas tales como: pérdida, robo, contrabando, terrorismo, lavado de activo, tráfico de drogas, etc., que puedan afectar las relaciones con los asociados del negocio (clientes y proveedores), la integridad de la carga (equipos y producto final), las instalaciones de la empresa, personal que labora en ella, procesos internos e información sensible de la organización. Los controles mencionados se basan principalmente en procedimientos e



instrucciones de trabajo y formatos que permiten dejar evidencia objetiva de que las acciones que se están tomando cumplen con los requisitos estipulados en la normativa de sistema de gestión de control y seguridad. La empresa que se tomó como sujeto de estudio está ubicada en el departamento de Suchitepéquez, se constituye en una de las industrias importantes de producción de Hule Natural en Guatemala, con una extensión de bosque artificial de hule de aproximadamente 4,480,000 metros cuadrados con árboles de hasta 25 años donde se extrae la materia prima látex.

Por su parte Palma (2015) en su tesis de maestría titulada “Sistema de gestión de calidad y seguridad BASC (Business Alliance for Secure Commerce) para la certificación de un operador logístico de la empresa United Parcel Service”, manifiesta que el propósito de la investigación fue generar una propuesta para la implementación de un sistema de gestión de calidad y seguridad BASC para la empresa de logística United Parcel Service - Ecuador, según análisis realizado de su proceso actual se evidenció que no cumple con las normativas de seguridad por lo cual al implementar el sistema de control y seguridad BASC se identificarían, mitigaría y eliminarían los riesgos de contrabando, robo, terrorismo y narcotráfico. La siguiente investigación fue de carácter cuantitativo mediante encuestas de un universo de 60 empleados de la compañía desde el Gerente General, Gerente de Ventas y Operarios. Se pudo definir que algunos beneficios que proporcionaría la certificación del método de seguridad BASC la empresa logrará ser más competitiva dentro del mercado nacional, y mundial, accediendo a nuevas oportunidades de negocio, que seguramente darán como resultado un crecimiento económico de la compañía, aspecto que no solo beneficia a la organización mencionada sino que también al recurso humano que labora en la empresa y a la sociedad, ya que al ser United Parcel Service una empresa con cobertura global podrá transportar con mayor facilidad y seguridad los productos nacionales.

Según Granados (2018), en su tesis de maestría “Diseño de un sistema integrado de gestión bajo la norma BASC versión 5:2017, ntc ISO 6001:2017 y ntc ISO 28000: 2008, caso tienda de ropa STWO”, el objetivo de este estudio es la implementación del sistema BASC en la tienda de ropa STWO. Mediante el análisis de su sistema actual se pudo evidenciar algunos riesgos como robo interno de los productos y disminución de ventas

por la insatisfacción de los clientes por pedidos incompletos que han ocasionado pérdida de venta a nivel nacional. Con la implementación de un sistema BASC podrá identificar, mitigar y eliminar riesgos internos y externos como el robo. Eliminando los riesgos tendrá mayor satisfacción de sus clientes nacionales con las entregas adecuadas y precisas de sus pedidos, dándole la oportunidad de poder comercializar su vestimenta a nivel nacional e internacional gracias la certificación del sistema BASC mejorará sus procesos actuales en el control y seguridad. El presente estudio fue realizado bajo la metodología de investigación descriptiva y exploratoria con el personal administrativo y operativo de la empresa.

Por su parte Méndez y Yupa (2019), en su tesis titulada “Estrategia para la implementación de Sistema Business Alliance For Secure Commerce BASC para la empresa Servireefertransport S.A., AÑO 2019”, realizó un estudio de caso que tuvo como finalidad establecer estrategias que permitan garantizar la implementación exitosa de la certificación BASC en la empresa Servireefertransport S.A; En cuanto a la base metodológica utilizada, se recurrió a realizar una verificación de los requisitos que establece la normativa por medio de un Check List, para definir la situación actual de la organización en cuanto a seguridad y control de sus operaciones como operador logístico. Seguidamente se utilizó la herramienta FODA, para determinar los factores internos y externos de la empresa; los mismo que fueron priorizados para identificar los factores de mayor relevancia y poder definir estrategias que permitan asegurar en gran medida la sostenibilidad del proceso de acreditación, aprovechando sus fortalezas comparativas y competitivas. Finalmente se concluye en un plan operativo y en un análisis de costo-beneficio de la inversión realizada; el cual se lo establece por medio del indicador financiero ROI (Retorno sobre lo inversión), mostrando como resultado una rentabilidad significativa, donde los beneficios superan los costos generados.

Como se puede observar, la implementación de un procedimiento que puede ser validado mediante formatos que confirman su ejecución y que a la vez, confeccionan su respectivo plan de acción para identificar y así, reducir y hasta eliminar aquellos factores que pongan en peligro las operaciones de una empresa, tales como pérdida, robo, contrabando, terrorismo, lavado de activo, tráfico de drogas, doping de empleados es de vital

importancia para que la misma pueda garantizar el bienestar a sus empleados, clientes y proveedores. De ahí la importancia de la implementación de un sistema de gestión y control de seguridad.

Por su parte Castillo (2016), en su tesis titulada “Documentación de procesos para la certificación de la norma y estándar BASC en la empresa consultoría en protección integral y logística”, manifiesta que la empresa Consultoría en Protección Integral y Logística se dedica a prestar servicios de poligrafía, estudios socioeconómicos, pruebas psicométricas y de doping para garantizar la confiabilidad de los empleados en la cadena de logística de sus clientes. A la empresa no le ha sido posible generar la documentación y procedimientos basados en la Norma y Estándar BASC para prevenir amenazas, como pérdida, robo, contrabando, terrorismo, lavado de activos, tráfico de drogas, entre otros; los cuales puedan afectar las relaciones entre los clientes y los proveedores, las instalaciones de la empresa, el personal que labora en ella, procesos internos e información confidencial de la organización. Para garantizar la relación de actividades lícitas o mitigar la probabilidad de ocurrencia, es de suma importancia el desarrollo de la documentación de la empresa basada en la norma y estándar BASC. Dentro de sus conclusiones se menciona que previo a la implementación de sistema de control y seguridad se sugiere que el gerente general esté involucrado en el proceso, para no solo garantizar la ejecución, sino además promover la mejora continua de las actividades y procesos de dicho sistema en el cual se pueda realizar un diagnóstico detallado para el correcto desarrollo del sistema.

Como se puede observar, la implementación de un procedimiento que puede ser validado mediante formatos que confirman su ejecución y que a la vez, confeccionan su respectivo plan de acción para identificar y así, reducir y hasta eliminar aquellos factores que pongan en peligro las operaciones de una empresa, tales como pérdida, robo, contrabando, terrorismo, lavado de activo, tráfico de drogas, doping de empleados es de vital importancia para que la misma pueda garantizar el bienestar a sus empleados, clientes y proveedores. De ahí la importancia de la implementación de un sistema de gestión y control de seguridad.

Ecce-Chávez (2014) en su tesis para optar el título de Ingeniero Industrial y de Sistemas titulado “Diseño e implementación del sistema de gestión en control y seguridad BASC en una empresa de seguridad privada”. Facultad de Ingeniería Área departamental de Ingeniería Industrial y de Sistemas Piura, Perú.

Afirma que las organizaciones se ven en la necesidad de desarrollar e implementar Sistemas de Gestión que garanticen al cliente la satisfacción de sus necesidades y a la vez transmitan a éste las intenciones de la mejora continua en la calidad del servicio, conservando su identidad y permitiendo el sostenimiento a largo plazo, debido a las exigencias del cliente; los cuales demandan nuevos servicios, hacen que la competencia sea cada vez más dura y que las empresas que asuman al reto de mejorar continuamente serán éstas que podrán sobrevivir y convertirse en organizaciones de categoría mundial.

En febrero del 2012 BASC Perú, realizó un diagnóstico inicial a una empresa de seguridad privada en Perú. En este diagnóstico se realizó un reconocimiento general de la empresa, haciendo especial énfasis en la seguridad de los procesos. De esta visita se generó un informe de los resultados de la preauditoría el cual fue una guía para el diseño e implementación del Sistema de Gestión en Control y Seguridad (BASC), para luego poder levantar las observaciones y estar acorde con las exigencias de la normativa de BASC.

El diagnóstico realizado en el inicio del proyecto a través de la aplicación del Check List, permitió establecer un plan de trabajo para el desarrollo e implementación del mismo de acuerdo con la realidad actual de la empresa. El levantamiento de las observaciones encontradas en este primer diagnóstico permitió a Gerencia General preguntarse ¿Dónde estamos ahora? ¿Cómo estamos ahora?, ¿Qué queremos lograr? Encontrar las fortalezas y debilidades de la empresa.

Aguayo y Valverde (2016) en su tesis “Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC, como herramienta de marketing internacional para los agroexportadores peruanos”. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales para optar el título profesional en Administración de Negocios Internacionales Lima, Perú.

Esta tesis tiene como objetivo general identificar el aporte estratégico de la certificación BASC en las agroexportaciones peruanas, es decir, si esta funciona como una herramienta de marketing internacional consiguiendo introducir, promocionar, posicionar y generar un valor agregado de los productos que estas empresas ofrecen brindando una cadena logística segura y determinando una trazabilidad en las operaciones.

La metodología empleada para la obtención de los resultados está basada en un diseño de tipo exploratorio cualitativo, las variables están expresadas en términos cualitativos. La investigación está conformada por tres poblaciones, las cuales fueron analizadas mediante instrumentos que fueron las guías no estructuradas de entrevistas a profundidad. La primera población estará conformada por aquellas empresas agroexportadoras peruanas que cuenten con la certificación BASC. El total de las empresas agroexportadoras que se encuentran en el Perú al año 2014 fueron de 190, según información obtenida de la base de datos de SIICEX, de las cuales se tienen alrededor de 50 empresas que cuentan con la certificación BASC según la información que se ha obtenido de la base de datos de la Asociación Civil BASC Perú. La primera población se estableció como empresas agroexportadoras peruanas que cuenten con certificación BASC en Lima y provincias con los siguientes criterios de inclusión y exclusión los cuales fueron empresas con más de 3 años dedicadas a la agroexportación peruana con certificación BASC vigente. Adicionalmente estas empresas debían de realizar operaciones con países que cuentan con Tratado de Libre Comercio (TLC) u otro acuerdo comercial. Y que exportaban frecuentemente. Se tomó para esta primera población una muestra de 8 empresas. La segunda población fueron empresas agroexportadoras peruanas que no cuenten con certificación BASC en Lima y provincias utilizando los criterios de inclusión y exclusión los siguientes parámetros como que las empresas debían de contar con más de 5 años dedicadas a la agroexportación peruana y que realizaran operaciones con países que cuentan con TLC u otro acuerdo comercial adicionalmente que realizaran operaciones de exportación frecuente. De las cuales se seleccionaron 8 empresas de la segunda población. La tercera población estuvo conformada por personas especialistas en temas de logística, seguridad, agroexportación y con conocimientos en marketing internacional. Los criterios de inclusión y exclusión para la tercera población fueron los siguientes. Especialista con más de 5 años de

experiencia en el rubro de certificaciones de seguridad con conocimientos en seguridad, marketing internacional, logística y conocimiento del sector agroexportador peruano. Se tomó una muestra de 4 especialistas. En resumen, se tuvo la siguiente muestra de 8 empresas de la primera población, 8 empresas de la segunda población y 4 especialistas de la tercera población.

Como conclusión se obtuvo que la certificación BASC, es un factor diferenciador y de valor agregado para el mercado priorizando el tema de seguridad y dejando en un segundo plano, el tema comercial, para algunos agroexportadores, no resulta un factor determinante para cerrar negocios ni decisivo de compra para el cliente en el extranjero, ya que hay ciertos mercados como Europa y Asia, que no exigen certificaciones de seguridad para ingresar la carga a sus países, caso contrario a lo que sucede con el mercado estadounidense que sí lo solicita mediante el TLC firmado con Perú, lo cual los llevó a plantear una nueva hipótesis.

González Guerrero, Ronquillo Peñafiel y Miranda Hidalgo (2013) de la tesis presentada para optar al título de Ingeniería Comercial con mención en finanzas. Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas Guayaquil. Denominada “Desarrollo de un plan para implementar un sistema de gestión integrado en las empresas del sector comercial sur, basado en las normas “BASC V.03” como una alternativa de reducción de riesgos en las empresas de la ciudad de Guayaquil”, tesis presentada como requisito para optar por el título de Ingeniero Comercial.

El objetivo principal de esta investigación es demostrar mediante datos estadísticos como las empresas calificadas con las Normas BASC son una herramienta efectiva de lucha en la prevención del narcotráfico. De acuerdo a la hipótesis planteada, se pudo comprobar que más del 80% de los encuestados desconocen de la aplicación de normas de control y seguridad BASC, las mismas que reducen los riesgos organizacionales en la adquisición de mercaderías. La implementación de un sistema de gestión en control y seguridad es de vital importancia en toda organización para mejorar sus actividades empresariales. La modalidad de la investigación es clasificada como una investigación bibliográfica o documental dado que se recopila la información de estudios realizados y teorías existentes. Para determinar la muestra se recopiló la información proporcionada

por la Superintendencia de Compañías, la misma que arrojó una población de 192 empresas comerciales del sector sur y aplicando la fórmula finita se generó como resultado una muestra de 128 encuestas a realizarse.

Concluyen que las empresas no sólo deben preocuparse del producto que desarrollan o del servicio que brindan, sino también deben preocuparse en contar con un alto estándar de gestión en control y seguridad que brinde a más de un comercio seguro, genere una confianza en sus procesos y de sus clientes, generando como consecuencia una mayor ganancia para la empresa.

Esto obliga que las organizaciones estén obligadas en adoptar una propuesta que le permite identificar, evaluar y controlar los riesgos existentes que se encuentran relacionados con la actividad que esta desempeña.

Pinzón Vargas (2018). "Evaluación de la aplicación del sistema BASC al Consorcio Villacreses & Pinzón S.A. año 2017". Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Administrativas. Ingeniería Comercial trabajo de titulación como requisito para optar por el título de Ingeniera Comercial. Guayaquil – Ecuador.

El objetivo principal del estudio es evaluar la aplicación del Sistema en Gestión en Control y Seguridad BASC en la empresa Consorcio Villacreses & Pinzón S.A., para esta investigación se utilizó el análisis descriptivo con un enfoque cualitativo, ya que permite determinar los resultados de la evaluación. Las amenazas (agentes externos) junto con las vulnerabilidades (agentes internos), dan como resultado los riesgos a los que están expuestas las empresas de la cadena logística del comercio exterior, tales como: contaminación de droga, lavado de activos, secuestros, violación y alteración de sellos, fuga de información, documentos falsos, sabotaje, intimidación, robo en general, corrupción, consumo de drogas y alcohol, agresión verbal y física; estos riesgos tienen impactos muy fuertes en las empresas como: cárcel de accionistas, cierre de empresas, pérdidas económicas, pérdidas de clientes y pérdida de imagen.

Se implementaron varios procesos en todas las áreas de la empresa realizando varios estudios, tales como a sus asociados de negocios, sean estos proveedores, clientes, haciéndoles un análisis financiero y una investigación de la situación legal de los mismos,

indagando en las páginas de acceso en las que proporcionan datos importantes las entidades del estado.

Se recolectó información clara y actualizada, la misma que permitió la evaluación de la aplicación del SGCS BASC en Consorcio Villacreses & Pinzón S.A.- Agencia Aduanera, ubicada en la ciudad de Guayaquil.

Se concluyó en la importancia del Sistema de Gestión en Control y Seguridad BASC que tiene en las empresas, ya que este sistema ayuda a definir los lineamientos y directrices que las empresas necesitan para brindar operaciones seguras.

Para finalizar este tema, la tesis de Gómez Arias y Ramos Escobar (2012). "Implementación de la norma BASC en Yanbal de Colombia S.A." Universidad Libre Facultad de Ingeniería. Ingeniería Industrial Bogotá. Colombia.

Actualmente la organización Yanbal de Colombia S.A. está enfocada en el mejoramiento de los controles para garantizar un recurso humano idóneo; cumplir los criterios de seguridad para los asociados de negocio; y optimizar la seguridad física, de las personas, productos e información, es por ello, que se hace necesario la implementación de la Norma BASC para mejorar su Sistema de Gestión en Control y Seguridad y las cadenas de exportación que lleva a cabo.

El proyecto de grado está basado en la "Implementación de la Norma BASC en la organización Yanbal de Colombia S.A." como medio para la proyección de Colombia hacia mercados internacionales por medio del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Canadá, Chile, Turquía, entre otros. Se espera además que el proyecto fuera de la implementación de la norma, sirva de apoyo y de ejemplo a otras organizaciones, para que se unan y evidencien el reconocimiento que conlleva el poseer esta certificación.

El diseño metodológico o tipo de investigación que se aplicó al proyecto es el "Estudio de Caso" donde se realizó un examen completo e intenso frente a la Norma BASC y su implementación en la Organización Yanbal de Colombia S.A., siendo el estudio de caso particularista, descriptivo, heurístico y de tipo inductivo a partir del estudio, la observación y recolección de datos estableciendo ciertos resultados útiles para estudiar y describir la



situación o hecho encontrado, donde al final del estudio se encontró el registro del caso, exponiendo de forma descriptiva con lo cual se extrajo generalizaciones significativas y elaboración de hipótesis, para explorar, describir, explicar, evaluar y transformar la faceta estudiada.

Se concluyó en que las empresas que son participes en BASC forman parte de la cadena logística del comercio internacional, administraciones de aduana y organismos de control, autoridades portuarias y aeroportuarias, además adhieren organismos internacionales como la Organización de los Estados Americanos, la Organización Mundial de Aduanas, la Cámara de Comercio Internacional y la Asociación Latinoamericana de Logística, entre otros. Las distintas organizaciones pueden implementar un sistema de gestión y mejorar su seguridad a través de una planificación adecuada, cualquiera sea su posición en la cadena logística del comercio exterior. Se logró establecer unos procedimientos y formatos que garantizan la estandarización de los procesos. El implementar un sistema de gestión, permite que la empresa centralice sus esfuerzos y sus planes de acción en situaciones específicas.

Es importante resaltar según entrevista con ejecutiva de BASC Guatemala, González, (2019), una certificación de un Sistema de Gestión de Control y Seguridad (BASC ) tiene un proceso de alrededor 9 meses para su adquisición y se tiene una inversión inicial de hasta \$ 2,500 ( Dos mil quinientos dólares de Estados Unidos de Norte América) y \$ 2,100 ( Dos mil cien dólares de Estados Unidos de Norte América ) para su respectiva validación anual a partir del segundo año, la cual se puede gestionar por medio de BASC Guatemala.

González (2019) de BASC Guatemala, describe que el cliente en el extranjero le requiere al proveedor en Guatemala, la teneduría de la certificación BASC (Sistema de Gestión de Control y Seguridad) para tener las garantías de la trazabilidad y seguridad sobre la mercadería. Lo cual es un requisito indispensable del cliente internacional, sin importar el país de donde resida, para poder trabajar con la almacenadora y exportador.

### 1.3 Compra

Araya (2009) en su tesis “Estrategia de Mejoramiento en la Gestión de Compras de la Dirección de Servicios Institucionales de la CCSS”, del Programa de Postgrado en Gerencia de Proyectos de Desarrollo para optar al título de Magister Scientiae en Gerencia de Proyectos de Desarrollo Giorgianella Araya, San José, Costa Rica en el 2009, indica que debido a limitaciones con que se cuenta muchas veces en instituciones públicas, el riesgo en los procesos de compra, pueden generar resultados no esperados que exponen los recursos públicos utilizados y la transparencia con que deben ser aplicados.

Por esta razón, resulta necesario diagnosticar en alguna medida, la gestión administrativa en las unidades de una organización tan compleja como la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), y a su vez identificar el alcance que puede obtener, con planteamientos estratégicos en la gestión. Las acciones desarrolladas en el área de gestión de compras de una Dirección, son básicas pero muy estratégicas para lograr una administración eficiente, eficaz y productiva en todo su accionar. La integración de los procesos y subprocesos que conforman la labor de compras, tienen como fin mantener y desarrollar mayor compromiso, liderazgo, eficiencia y productividad en la gestión, misma que debe ejecutarse con planificación, la debida contratación, el control y seguimiento para la obtención de beneficios según la normativa institucional.

Por su parte, Changanaquí (2018) en su tesis “Propuesta de mejora en la Gestión de compras de un grupo de empresas del rubro de distribución de energía eléctrica” para optar por el grado académico de Maestro en Dirección de Operaciones y Logística en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, plantea propuestas de mejora para la gestión de compras de una Corporación de servicio público de distribución eléctrica a través del diagnóstico y análisis de la problemática actual, basándose en la filosofía Lean para eliminar tiempos y costos innecesarios. Una adecuada gestión de compras ayudará a conseguir los objetivos estratégicos de la corporación, efectuar compras oportunas y aumentar la productividad de la organización; además, sirve para guiar, controlar y transparentar los gastos, aspecto clave para las instituciones del sector público.

Concluye definiendo que compra es el proceso de localización de proveedores y adquisición de insumos, repuestos y materiales en la cantidad necesaria, a calidad adecuada y al precio conveniente, puestos a disposición en el lugar y momento requerido por el solicitante

Estrada (2011) titulada “Proceso de decisión de compra y motivaciones hacia el aceite de oliva en consumidores de la región metropolitana, Chile”, identificó dos segmentos de consumidores; el primero, a quien denominó “modernos”, los cuales no reconocen claramente las necesidades que los motiva a consumir aceite de oliva, no valoran la búsqueda ni la entrega de información, pero sí valora la variedad de opciones que se puedan ofrecer en los puntos de venta, encontrándose en constante evaluación de opciones de compra y el segundo, a quien denominó “tradicionales”, quienes valoran positivamente la información que se les pueda entregar sobre el aceite de oliva, pero negativa al momento de evaluar las opciones en plaza de ventas, compran más bien por costumbre, siendo compradores que regularmente compran el mismo producto. Se utilizó en la investigación un enfoque cuantitativo utilizando un cuestionario por medio de una encuesta que se aplicó a 533 personas. La metodología de muestreo de carácter probabilística con afijación proporcional al número de habitantes por comuna. Los métodos para analizar la información obtenida fueron por medio de análisis de componentes principales, análisis de conglomerados y prueba de inferencia estadística (Chi<sup>2</sup>). Mediante su análisis se pudo definir que ambos grupos deben ser enfrentados por el marketing y la publicidad de maneras completamente independientes, canalizando sus esfuerzos en ofrecer lo que el consumidor actual del aceite de oliva exige y necesita.

Por su parte Cáceres (2014), en su tesis “Medios publicitarios que influyen en el proceso de decisión de compra de productos de belleza en jóvenes estudiantes en una universidad privada”, manifiesta que los medios que influyen en la compra sobre productos de belleza en los jóvenes estudiantes, en orden de preferencia son: la televisión, la radio, el internet, la prensa, los mupis, las revistas y por último las vallas con el objetivo de conocer y determinar la compra de productos de belleza en el que se basan los jóvenes estudiantes de una universidad privada utilizando un enfoque cuantitativo.

Para obtener los resultados de esta investigación de una población de 2,895 estudiantes se obtuvo una muestra de 340. Se llevó a cabo un estudio en donde se encuestó a jóvenes que adquieren productos de belleza de 21 a 25 años de edad, de tercer y cuarto año de carrera, de una universidad privada de la ciudad de Guatemala, tomando en cuenta a todas las facultades de la misma.

En lo relacionado a la compra, está demostrado entonces que la comprensión de su proceso es vital, independiente de la industria que se trate, puesto que son los consumidores los que constantemente efectúan elecciones de compra y consumo provocando con esto, el crecimiento rentable y sostenible de aquellas empresas que realizan las lecturas más precisas de sus mercados con el objetivo de satisfacer las necesidades de sus clientes.

Carrillo Contreras y García Arévalo (2015) en su tesis titulada “El marketing mix y su relación con la decisión de compra de los clientes de la empresa Representaciones Montero Eirl - Tarapoto, 2015.” Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto Facultad de Ciencias Económicas. Tarapoto- Perú.

Su objetivo fue determinar cuál es la relación entre el marketing mix y compra de los clientes de la empresa Representaciones Montero EIRL, Tarapoto en el 2015.

Se utilizó la metodología científica, debido a que primeramente se realizó la observación directa de las variables, después de ello se realizó la formulación del problema, y la hipótesis concerniente para al final de ello contrastar o validar estableciendo la relación entre las variables o refutándolas.

Se elaboró una encuesta hacia los clientes de la institución con ítems relacionados a ambas variables, dentro de la misma, para así de esa manera procesar dichos valores, dichas encuestas comprende de 17 preguntas para la variable marketing mix y 12 preguntas para la variable de compra.

De acuerdo al índice de correlación entre el marketing mix y compra de los clientes de la empresa Representaciones Montero EIRL, y de acuerdo a la aplicación de la prueba de Rho de Spearman, se obtuvo y probó la relación existente entre ambas variables ya

que el valor “r” (Coeficiente correlacional=0.408) demuestra que la relación identificada es directa y significativa, por ende se acepta la Hi “El marketing mix tiene relación directa con la compra de los clientes de la empresa Representaciones Montero EIRL.

Andrade Urbina (2015) realizó su investigación con el tema: “Determinación de los indicadores de las variables que influyen en la decisión de compra de 3 tipos de carne (res, cerdo y pollo) en mercados municipales de la ciudad capital”. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia Escuela de Zootecnia Guatemala.

Su enfoque fue sobre información sobre la compra de productos pecuarios.

El método de estudio que se realizó fue cualitativo, en el cual las variables son obtenidas mediante técnicas como la entrevista, grupos focales y preguntas abiertas.

El estudio se realizó por medio de entrevistas personales, con un cuestionario de preguntas abiertas para determinar la compra de carnes en mercados municipales.

Se seleccionaron 120 mujeres que compran con una frecuencia mínima de 15 días en carnicerías de pollo, res y cerdo, del municipio de Guatemala.

Demostró que los indicadores de importancia para las mujeres que compran en carnicerías de mercados municipales son: a) psicoanalíticos; limpieza y amplitud de la carnicería, presentación de los productos, amabilidad del carnicero, contenido de grasa del producto, b) económicos; precio del producto, c) cognitivos; disponibilidad de equipo y producto, honradez y atención del carnicero, frescura de los productos, practicidad de preparación, características organolépticas y cortes cárnicos.

Lázaro Alfaro (2017) elaboró su tesis sobre “Factores críticos que determinan la decisión de compra de los clientes de la tienda por departamentos Saga Falabella, Trujillo 2017”. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo, Perú,

La investigación tuvo como objetivo determinar los factores críticos en la compra de los clientes de la tienda por departamentos Saga Falabella año 2017, de tipo descriptiva con diseño no experimental de corte transversal. Se planteó la siguiente hipótesis: Los

factores críticos que determinan la compra de los clientes de la tienda por departamentos Saga Falabella son variedad de productos, el precio y promociones. La muestra estuvo conformada por 384 clientes de la Ciudad de Trujillo que acuden a Saga Falabella, el presente trabajo se utilizó como instrumento un cuestionario para factores críticos y de compra. Los datos fueron procesados en los programas Spss y Microsoft Excel, se empleó el coeficiente de Spearman como prueba estadística con una correlación moderada (0.409), concluyendo que los factores críticos más relevantes son Promociones con una correlación positiva baja (0.371) y son considerado Bueno, Procesos con una correlación positiva baja (0.322) y son considerado como Importante, y por último Personas con una correlación positiva baja (0.365) y son considerados como Bueno.

García Granda y Gastulo Chuzón (2018) conjuntamente presentaron su tesis titulada “Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor para la marca Metro Chiclayo”. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Escuela de Administración de Empresas. Chiclayo, Perú.

Metro cuenta con el problema de que los productos de su marca (marcas blancas, productos básicos de consumo) no son comprados de manera frecuente por sus consumidores a pesar de la variedad y calidad que éstos tienen.

La población, fueron las personas que realizaron las transacciones en supermercados Metro de Grau, es decir, los clientes. El número de transacciones, según los datos brindados por el gerente de la tienda, es un aproximado de 36,000 clientes por mes, considerando uno de mayor concurrencia, durante el 2016. Se recolectaron los datos a través de la encuesta. La muestra encuestada estuvo conformada por 380 clientes de Metro de Grau en la ciudad de Chiclayo.

El trabajo de investigación fue de enfoque cuantitativo, El diseño del trabajo de investigación fue descriptivo, ya que en la investigación se observó el comportamiento del consumidor, recolectando datos a través de una encuesta, describiendo la situación del supermercado y analizando los resultados obtenidos.

El trabajo de investigación fue de tipo aplicada ya que se utilizó una estrategia para el logro de los objetivos planteados, la encuesta, según la escala Likert. El diseño de la investigación es no experimental debido a que se basó en la observación, es decir se analizó la situación actual de Metro - Grau mediante la opinión de sus clientes. La técnica de recolección de datos fue mediante las encuestas realizadas en supermercado Metro – Grau de la ciudad de Chiclayo. Las encuestas fueron escritas, donde podían responder los ítems con un aspa de acuerdo a las preguntas planteadas, las respuestas eran del 1 al 5 según la valoración basada en la escala Likert. En total desacuerdo, En acuerdo, Ni en acuerdo ni en desacuerdo, En acuerdo, En total acuerdo. De acuerdo a las categorías de respuesta que presenta, se utilizó para capturar la intensidad de los sentimientos del encuestado hacia dicha afirmación.

Según la investigación realizada, se llegó a la conclusión, que los factores que tienen mayor influencia según el modelo utilizado, fueron la recomendación, precio y percepción;

Finalmente, sobre este tema de compra Kam-Arteaga (2017) se enfocó en “La importancia de la marca en la decisión de compra del consumidor de moda: un cuasiexperimento aplicado a las jóvenes universitarias peruanas del NSE A y B” Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Perú.

Determinó estudiar la importancia que tienen las marcas retail de moda en la compra de productos de las categorías de ropa, accesorios y calzado para la consumidora millennial. Se ha partido de la premisa de que entre todos los factores que intervienen en la compra de productos de moda, la marca es más influyente que el precio y el diseño. Tanto así que puede llegar a ser el factor determinante de compra.

En la actualidad, los profesionales del marketing están orientados a las marcas, en vez de los productos, porque el consumidor contemporáneo adquiere mucho más que solo atributos físicos y funcionales en su compra. En este sentido, reconociendo su relevancia, el presente estudio se ha aproximado conceptualmente a la marca y ha señalado que consiste en un aparato semiótico que construye, concede y difunde significados en torno a un producto o servicio, también, ha indicado que la elección de marcas está relacionada

a cómo cada consumidor se ve a sí mismo. De este modo, las marcas representan identidad.

Para comprobar las hipótesis planteadas anteriormente, se realizó una investigación experimental de tipo cuasiexperimental. Los cuasiexperimentos manipulan deliberadamente una o más variables independientes para observar su efecto y relación con una o diversas variables dependientes; se trata de un experimento que trabaja con grupos intactos formados por motivos ajenos, es decir, cuentan con la participación de sujetos que no son asignados al azar a determinados grupos, porque tales grupos ya existían previo a la investigación.

En definitiva, se utiliza el cuasiexperimento cuando no es posible establecer a los participantes de forma aleatoria en los grupos que recibirán los tratamientos experimentales.

Se utilizó el diseño experimental prueba-posprueba y grupos intactos en dos distintos cuasiexperimentos. En este tipo de diseño un grupo recibe el tratamiento experimental y otro no (grupo de control). La población estudiada estuvo compuesta por una muestra de 200 universitarios. Los participantes fueron universitarios entre 17 y 21 años de edad, pertenecientes al nivel socioeconómico A y B de dos universidades en la ciudad de Lima, Perú.

La investigación confirma que las marcas son importantes en la compra de la consumidora de moda millennial, y sugiere que su influencia por encima del precio y el diseño pueden variar de acuerdo con el tipo de prenda de vestir. Es decir, las marcas retail de moda fuertes no son igualmente valoradas en toda la gama de sus productos. En este sentido, el brand equity puede ser más fuerte en un tipo de producto que en otro, siendo ambos de una misma marca. Por ello, dado que el criterio para comprar productos de marcas de moda puede ser alterado en función de la prenda de vestir, los profesionales del marketing de moda están llamados a gestionar el branding de manera focalizada según cada tipo de producto.

Para terminar este capítulo, es importante indicar que, al momento de escribir este informe final, no se encontró ningún estudio directamente relacionado con el tema de la



presente investigación, el cual es compra de espacio en almacenadora, en función de un Sistema de Gestión de Control y Seguridad en el Departamento de Guatemala.

## 2. Marco teórico

En este capítulo se exponen las teorías y conceptos que permitirán entender el fenómeno que se abordará en el presente estudio. En primer lugar, se presenta el proceso de decisiones de comprar en el cual se presentará el concepto compra, después se presentará el concepto de almacenadoras, para terminar con el concepto sistemas de gestión de control y seguridad.

### 2.1 Proceso de decisiones de compra

Para comenzar, es importante indicar que el concepto “proceso de toma de decisiones del consumidor” (Lamb, et. al., 2011, pág. 191), también es conocido como “proceso de toma de decisiones” (Hoyer y MacInnis, 2010, pág. 193) “proceso de la decisión de compra” (Stanton, et. al., 2000, pág. G-17 y Kerin, et. al., 2014, pág. 116), “modelo de toma de decisiones del consumidor” (Shiffman y Kanuk, 2005, pág. 553), “toma de decisiones del consumidor” (Peter y Olson, 2006, pág. 165 y Solomon, 2008, pág. 305).

Para Stanton, *et. al.* (2000) consiste en una “serie de etapas lógicas, diferente entre consumidores y organizaciones, por las que pasa un posible cliente cuando afronta un problema de compra.” (pág. G-17)

Los anteriores conceptos remiten a la actitud que tomará el consumidor para decidir sobre cierto producto o servicio.

En el modelo propuesto por Shiffman y Kanuk (2005), se identifican insumos o datos de entrada, como los insumos de marketing y los insumos socioculturales; proceso, como el reconocimiento de la necesidad, la búsqueda antes de la compra y la evaluación de alternativas; y resultado o datos de salida, como el comportamiento de compra y la evaluación después de la compra.

Peter y Olson (2006) comentan que son “procesos cognitivos por los que los consumidores interpretan la información de los productos e integran dichos conocimientos para decidir entre alternativas.” (pág. 556)

Por su parte, Solomon (2008) indica que las etapas en la toma de decisiones de compra son el reconocimiento del problema, la búsqueda de información, la evaluación de alternativas, la selección del producto y los resultados.

Hoyer y MacInnis (2010) reconocen que este proceso se compone de una serie de “pasos secuenciales [que son] reconocimiento del problema y búsqueda de información (...) formulación de juicios y toma de decisiones (...) procesos de posdecisión.” (pág. 193)

Desde su perspectiva, Lamb, *et. al.* (2011) explican que es un “proceso de cinco pasos que los consumidores utilizan al comprar bienes o servicios.” (pág. 191)

Kerin, *et. al.* (2014), indican que “se denomina proceso de decisión de compra a las etapas por las que pasa el comprador para decidir la compra de productos y servicios. Este proceso incluye (...) 1) reconocimiento del problema, 2) búsqueda de información, 3) evaluación de las opciones, 4) decisión de compra y 5) comportamiento posterior a la compra.” (pág. 116)

Todo consumidor basará su compra con base a su experiencia, necesidad o poder adquisitivo.

De la bibliografía anteriormente referida, es necesario hacer dos comentarios:

Primero, solamente Stanton, *et. al.* (2000) indican que el proceso es diferente entre consumidores y organizaciones; para el caso de los consumidores, las etapas lógicas se siguen, son “reconocimiento de una necesidad, identificación de alternativas, evaluación de alternativas, decisión y comportamiento poscompra” (pág. 122) y para el caso de las organizaciones, se tiene “reconocimiento del problema, identificación de alternativas, evaluación de alternativas, decisión de compra y comportamiento poscompra.” (págs. 161 y 162)

Por lo tanto, se concluye que, aunque las implicaciones de la compra sean diferentes para consumidores y para organizaciones, las etapas de este proceso son las mismas. Esta conclusión es de vital importancia porque el abordaje de esta tesis es desde la perspectiva de las organizaciones.

Segundo, el análisis de los elementos que integran este proceso se hizo tomando como referencia los nombres que Lamb, *et. al.* (2011) le han dado a cada uno de ellos y se complementó con las definiciones suministradas por los otros teóricos. Estos elementos son: reconocimiento de la necesidad, búsqueda de información, evaluación de las alternativas, compra y comportamiento posterior a la compra.

### 2.1.1 Reconocimiento de la necesidad

A continuación, se presentan las definiciones abordadas por un conjunto de académicos, relacionadas al primer elemento del proceso de toma de decisiones del consumidor, o sea, al reconocimiento de la necesidad.

“El consumidor es impulsado a la acción por una necesidad.” (Stanton, *et. al.*, 2000, pág. 122)

“El reconocimiento de la necesidad probablemente ocurra cuando el consumidor se enfrente con un “problema”.” (Shiffman y Kanuk, 2005, pág. 555)

El reconocimiento del problema es la “diferencia percibida entre los estados real e ideal.” (Peter y Olson, 2006, pág. 169)

“El reconocimiento del problema ocurre cuando el consumidor nota una diferencia significativa entre su situación actual y alguna situación deseada o ideal.” (Solomon, 2008, pág. 308)

“El proceso de toma de decisiones suele comenzar cuando el consumidor identifica un problema de consumo que debe resolverse (“Necesito una cámara nueva” o “Me gustaría

comprar ropa”). El reconocimiento de problemas es la diferencia percibida entre un estado ideal y uno real. Es una etapa crítica en el proceso de toma de decisiones porque motiva al consumidor a la acción.” (Hoyer y MacInnis, 2010, pág. 195)

“La primera etapa en el proceso de toma de decisiones del consumidor es el reconocimiento de la necesidad. Éste ocurre cuando los consumidores enfrentan un desequilibrio entre los estados real y deseado que despierta y activa el proceso de toma de decisiones del consumidor.” (Lamb, *et. al.*, 2011, pág. 192)

“El reconocimiento del problema es el paso inicial de la decisión de compra, consiste en percibir una diferencia entre las situaciones ideal y real de la persona, misma que baste para generar una decisión.” (Blackwell, *et. al.* citado en Kerin, *et. al.*, 2014, pág. 116)

Por lo tanto, el reconocimiento de la necesidad es el primer paso en el proceso de la toma de decisiones del consumidor y consiste en establecer una insatisfacción entre el estado actual y un estado deseado.

### 2.1.2 Búsqueda de información

Una vez reconocida la necesidad, la persona procede a buscar información que le permitirá continuar con el proceso de la toma de decisiones de compra, tal y como se dejará de manifiesto en las siguientes definiciones:

“El consumidor descubre productos y marcas alternas, recopilando información acerca de ellos.” (Stanton, *et. al.*, 2000, pág. 122)

“La búsqueda antes de la compra comienza cuando un consumidor percibe una necesidad que puede satisfacer mediante la compra y el consumo de un producto.” (Shiffman y Kanuk, 2005, pág. 559)

La búsqueda de soluciones alternas es la “búsqueda de información relevante acerca de posibles soluciones al problema en el ambiente externo o activación de conocimientos de la memoria.” (Peter y Olson, 2006, pág. 169)

“La búsqueda de información es el proceso mediante el cual un consumidor explora el ambiente y encuentra datos apropiados para tomar una decisión razonable.” (Solomon, 2008, pág. 308)

“Después de haberse estimulado el reconocimiento del problema, el consumidor suele comenzar con el proceso de toma de decisiones para resolver el problema. Por lo general, el siguiente paso es la búsqueda interna (...) en ocasiones la decisión de un consumidor puede estar basada por completo en el recuerdo de la información almacenada en la memoria. Otras, la información puede faltar o algo de incertidumbre puede rodear a la información recordada. Entonces, los consumidores deben realizar una búsqueda externa.” (Hoyer y MacInnis, 2010, págs. 198 y 205)

“Una vez que reconocen la necesidad o el deseo, los consumidores buscan información sobre las diversas alternativas disponibles para satisfacerlos.” (Lamb, *et. al.*, 2011, pág. 193)

“Después de reconocer el problema, el consumidor empieza a buscar información, lo cual, constituye la etapa siguiente del proceso de decisión de compra. En primer término, indaga en su memoria experiencias que ha tenido con productos o marcas, acción llamada búsqueda interior (...) el consumidor también puede emprender una búsqueda exterior de información.” (Kerin, *et. al.* 2014, pág. 116)

La decisión de compra como ya se ha insistido y sustentado en los conceptos y definiciones expuestas, dependerá de muchas causas y no es un acto improvisado, sino que requiere de razones diversas y poderosas.

En el segundo paso del proceso de toma de decisiones del consumidor, se procede a buscar la información que permitirá evaluar las alternativas existentes y, como se pudo apreciar, la información que el consumidor utiliza puede ser interna o externa.

### 2.1.3 Evaluación de las alternativas

Concluida la búsqueda de información, el siguiente paso en el proceso de toma de decisiones del consumidor es la evaluación de alternativas. A continuación, se presentan definiciones que permitirán entender este tercer paso.

“El consumidor pondera las ventajas y desventajas de las opciones identificadas.” (Stanton, *et. al.*, 2000, pág. 122)

“Al evaluar sus posibles alternativas, los consumidores suelen emplear dos tipos de información: 1. una lista de marcas (o modelos) entre las cuales planean realizar su selección (el conjunto evocado), y 2. los criterios que utilizarán para evaluar cada marca o modelo.” (Shiffman y Kanuk, 2005, pág. 559)

“Evaluación o análisis de alternativas competidoras con base en creencias sobresalientes acerca de consecuencias relevantes y combinación de estos conocimientos para tomar una decisión.” (Peter y Olson, 2006, pág. 169)

“Gran parte del esfuerzo que se realiza al tomar una decisión de compra ocurre en la etapa en que es necesario hacer una selección entre las alternativas disponibles. Después de todo, la sociedad de consumo moderna está repleta de opciones.” (Solomon, 2008, pág. 317)

“En un contexto de consumo, los juicios son evaluaciones o estimaciones concernientes a la probabilidad de que los productos y servicios posean ciertas características o un cierto desempeño.” (Johnson y Puto, citado en Hoyer y MacInnis, 2010, pág. 220)

“Después de obtener información y crear un grupo de productos evocado, el consumidor está listo para tomar una decisión.” (Lamb, *et. al.*, 2011, pág. 195)

El tercer paso en el proceso de toma de decisiones del consumidor es la evaluación de alternativas, donde la persona sopesa ventajas y desventajas de los posibles satisfactores y fija sus criterios de decisión.

Es usual el breve análisis comparativo de parte del consumidor antes de tomar una decisión.

#### 2.1.4 Compra

La compra se convierte en el cuarto paso del proceso de toma de decisiones de compra y deberá ser el momento donde las estrategias de mercadeo, implementadas por las empresas, produzcan sus frutos de venta.

“El consumidor decide comprar o no y toma otras decisiones relacionadas con la compra.” (Stanton, *et. al.*, 2000, pág. 122)

“Los consumidores realizan tres tipos de compra: compras de prueba, compras repetidas y compras que implican un compromiso a largo plazo.” (Shiffman y Kanuk, 2005, pág. 569)

“Compra de la alternativa elegida.” (Peter y Olson, 2006, pág. 169)

“Implica hacer una elección entre varias opciones o actividades.” (Hoyer y MacInnis, 2010, pág. 220)

“Por último, el consumidor debe decidir si comprará o no. De manera específica, los consumidores deben decidir: 1. Si comprarán. 2. Cuándo comprarán. 3. ¿Qué comprarán (tipo de producto y marca)? 4. En dónde comprarán (tipo de minorista, minorista específico, en línea o en la tienda). 5. Cómo pagarán.” (Lamb, *et. al.*, 2011, págs. 196 y 197)

“Después de analizar las opciones del conjunto considerado, el consumidor está casi listo para tomar la decisión de compra. Restan solo dos decisiones: 1) dónde comprar y 2) cuándo.” (Kerin, *et. al.* 2014, pág. 116)



El cuarto paso en el proceso de toma de decisiones del consumidor es la compra y es el momento en que la persona decide, entre otros aspectos, lo que comprará, en dónde lo comprará, cuánto pagará.

Como se puede analizar, la decisión de compra no es frecuentemente impulsiva. Requiere de pasos sistemáticos, de razonamiento lógico y satisfacción de necesidades.

#### 2.1.5 Comportamiento posterior a la compra

El comportamiento posterior a la compra se convierte en el quinto y último paso del proceso de toma de decisiones del consumidor es la compra y es el momento en que se presentan sentimientos relacionados a la satisfacción o insatisfacción con el producto.

“El consumidor busca la seguridad de haber tomado la decisión correcta.” (Stanton, *et. al.*, 2000, pág. 122)

“Cuando los consumidores usan un producto, sobre todo si lo compraron en plan de prueba, evalúan su rendimiento a la luz de sus propias expectativas. Las evaluaciones de este tipo conducen a tres resultados posibles: 1. el rendimiento real cumple con las expectativas, lo cual genera un sentimiento neutral; 2. el rendimiento supera las expectativas y genera lo que se conoce como una disconformidad positiva con las expectativas (que lleva a una satisfacción); y 3. el desempeño resulta inferior a las expectativas, por lo que ocasiona una disconformidad negativa con las expectativas y un sentimiento de insatisfacción.” (Shiffman y Kanuk, 2005, pág. 570)

El uso poscompra y reevaluación de la alternativa elegida es el “uso de la alternativa elegida y su reevaluación a la luz de su funcionamiento o resultados.” (Peter y Olson, 2006, pág. 169)

“La decisión de compra no acaba después de que los consumidores han hecho una elección o una compra. Los consumidores pueden experimentar disonancia (ansiedad producida por tomar o no la decisión correcta) o arrepentimiento después de la compra,

aprender de la oferta al usarla, experimentar satisfacción o insatisfacción con ella y finalmente desecharla.” (Hoyer y MacInnis, 2010, pág. 273)

“Luego de adquirido el producto, los consumidores lo comparan con sus expectativas y quedan satisfechos o insatisfechos. Cuando están insatisfechos, los mercadólogos deben indagar si el producto fue deficiente o si las expectativas del consumidor fueron muy altas.” (Kerin, *et. al.* 2014, pág. 116)

Con el comportamiento posterior a la compra se concluye el proceso de toma de decisiones del consumidor por lo que también es momento de entender que “la solución de problemas reales de los consumidores pocas veces ocurre en una secuencia lineal” (Peter y Olson, 2006, pág. 168), a lo que hay que adicionar que, “es probable que el consumidor complete el proceso en cualquier momento o que ni siquiera haga la compra.” (Lamb, *et. al.*, 2011, pág. 191)

Se puede concluir que la satisfacción posterior a la compra y según lo expuesto con anterioridad, implica que el producto o servicio llena o no las expectativas deseadas del consumidor mediante el uso y evalúa si los beneficios recibidos están de acuerdo al costo pagado del producto o servicio recibido.

## 2.2 Almacenadoras

Las almacenadoras o almacenes generales de depósito, como también suele llamárseles, desde épocas muy primitivas aparecen con el almacenamiento de mercancías, principalmente de productos agrícolas, con el objeto de guardar la abundancia o excedentes de producción, para prevenir la escasez futura; y también protegerlos del robo. A medida que se incrementó el comercio por tierra y por mar, los comerciantes se vieron en la necesidad de guardar en lugares seguros las mercancías, por ellos transportadas y comercializadas; por lo que se fue desarrollando el almacenaje especializado. (Castañeda, 1993) Todos ellos tienen la probabilidad de efectuar distintas operaciones.

Los tipos de operaciones se refieren a las diferentes actividades de almacenaje que se pueden llevar a cabo en un almacén fiscal o general que conlleva desde atención al cliente, hasta el manejo, seguridad, control de la mercadería y las diferentes tarifas de cobro por almacenamiento, según las características de la mercadería. Las tarifas a utilizar podían ser por peso, volumen, posición o valor de la mercadería.

Las siguientes definiciones y procedimientos están basados en los diferentes conceptos y procedimientos internos, de una almacenadora que cuenta con un sistema de gestión de control y seguridad, con 50 años de experiencia ofreciendo servicios de almacenaje en la ciudad de Guatemala.

#### 2.2.1 Promoción de servicios

Consiste en dar a conocer el servicio prestado, difundir y promover el servicio mediante publicidad o propaganda. (Castañeda, 1993. pág. 30) de los diferentes servicios que se prestan en una almacenadora que son desde almacenaje, picking, inventario y otros.

#### 2.2.2 Atención al cliente

Servicio prestado al cliente bajo las características de credibilidad, confiabilidad, esmero y excelencia, satisfaciendo de manera real las necesidades del cliente.

#### 2.2.3 Ubicación de mercancías

Lugar destinado para la colocación de mercancías adentro de un almacenadora o bodega dentro de la almacenadora.

#### 2.2.4 Seguridad y custodia de mercancías

Guarda y protección de la mercancía dentro de las instalaciones del almacén fiscal, durante su permanencia en el área de almacenaje. Por requerimientos fiscales las mercancías almacenadas deben estar aseguradas.

### 2.2.5 Almacenaje Fiscal

Que la mercadería todavía no ha pagado impuestos de nacionalización a la Superintendencia de Administración Tributaria en Guatemala por lo cual no se puede comercializar la mercadería en el territorio nacional y se tiene hasta un año según fecha de ingreso de la póliza para pagar los impuestos de nacionalización. Se utiliza este almacenaje cuando se desea reexportar la mercadería a otros países o no se tiene el dinero para pagar los impuestos de nacionalización y se pueden pagar parcialmente según sus necesidades. Se tiene hasta un año para pagar el 100% de los impuestos de nacionalización de la mercadería.

### 2.2.6 Almacenaje General

Consiste en aquel servicio en que la mercadería ya fue nacionalizada mediante el pago de impuestos de internación del cliente y está a su disposición para su retiro del almacén.

### 2.2.7 Procesos de almacenamiento

Se refiere a la recepción, clasificación, almacenaje y despacho de la mercadería dentro de la almacenadora.

### 2.2.8 Cobro de almacenaje

Consiste en la tarifa principal que cobra la almacenadora por el servicio de guarda y custodia de la mercancía la cual puede ser, entre otros, por área, por volumen, por peso, por valores y por posición.

#### 2.2.8.1 Por área

Tarifa de almacenaje que se calcula considerando el área que la mercancía ocupa la cual se puede medir en metros cuadrados o cúbicos.

#### 2.2.8.2 Por volumen

Tarifa de almacenaje que se calcula considerando las dimensiones largo, ancho y alto de la mercancía almacenada mediante sus metros cúbicos o cuadrados.

### 2.2.8.3 Por peso

Se cobra una tarifa según el peso de la mercadería por toneladas métrica lo cual también es conocido bajo el término de manejo de mercadería. Este concepto incluye el manejo o transporte de la mercadería de un lugar a otro dentro de la almacenadora que incluye la descarga y carga de la mercadería del transporte. Dependiendo de la mercadería se puede cobrar una tarifa por tonelada métrica o por cada vez que se mueva de posición en el almacén.

### 2.2.8.4 Por valores

Tarifa de almacenaje que se calcula considerando el valor de la mercancía más los impuestos que ésta, haya pagado.

### 2.2.8.5 Por posición

Se cobra una tarifa por las posiciones que se utilizan en el almacenaje de la mercadería la cual una posición se le puede llamar *pallet* o tarima. Una posición tiene las dimensiones de 1 metro de ancho por 1.20 metro de largo por 1.60 metros de alto o 1.92 metros cúbicos.

## 2.3 Sistemas de gestión de control y seguridad (BASC)

Se puede definir como la parte de un sistema general de gestión establecido por una organización que incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implantar, llevar a efecto, revisar y mantener al día la política de prevención en materia de accidentes graves. (Clinton, 2013 pág. 2)

Es la parte de un sistema general de gestión establecido por una organización que incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implantar, llevar a efecto, revisar y mantener al día la política de prevención en materia de accidentes graves.

El Sistema BASC (Business Alliance for Secure Commerce) tiene como objetivo promover un comercio seguro y consiste en la implementación de una serie de elementos que, ampliados de manera efectiva y segura, son capaces de minimizar las amenazas identificadas en los procesos de su organización y en la cadena de suministro. (Clinton, 2013 pág. 2)

Se entiende por amenaza, a las acciones latentes que podrían ocasionar daños de la organización. Para evitar tales daños, debemos realizar una identificación, análisis y evaluación de las amenazas dentro de las operaciones y/o actividades de la empresa, para de tal manera identificar aquellas que representan un mayor riesgo y darles el tratamiento respectivo y/o establecer controles para eliminar o reducir sus efectos en la organización.

Es importante mencionar que BASC tiene como objetivo promover un comercio seguro mediante un sistema de gestión de control y seguridad para reducir daños y mitigar los riesgos como robo, contrabando, lavado de activos, narcotráfico, riesgo operacional y terrorismo.

Robo se refiere a “Delito que se comete apoderándose con ánimo de lucro de una cosa mueble ajena, empleándose violencia o intimidación sobre las personas, o fuerza en las cosas.” (Real Academia Española, s.f., definición 4)

Contrabando se refiere a “Introducción en un país o exportación de mercancías sin pagar los derechos de aduana a que están sometidas legalmente.” (Real Academia Española, s.f., definición 1)

Terrorismo se refiere a “Actuación criminal de bandas organizadas, que, reiteradamente y por lo común de modo indiscriminado, pretende crear alarma social con fines políticos.” (Real Academia Española, s.f., definición 3)

En el artículo de BBVA (2012) se refiere a riesgo operacional a “Aquel que puede provocar pérdidas debido a errores humanos, procesos internos inadecuados o defectuosos, fallos en los sistemas y como consecuencia de acontecimientos externos.”

El lavado de activos según Maldonado (2012) se refiere a introducir en la economía activos de procedencia ilícita, dándoles legalidad al valerse de actividades lícitas, lo que permite a organizaciones criminales y delincuentes encubrir el origen ilegal de su activo.

Trafico de Drogas según Palma (2009) se refiere a “la venta de narcóticos, estupefacientes, alucinógenos en lo referente a su cultivo, manufactura, distribución y comercialización de drogas ilegales”

BASC Guatemala (2019) catalogan a BASC como una certificación que promueve el comercio seguro a través de un sistema de gestión en control y seguridad en la cadena de suministro (todas las partes involucradas desde producción hasta la entrega a cliente). Es una herramienta de certificación y estandarización de procedimientos, donde sus asociados, conscientes de las debilidades de sus cadenas logísticas establece un Sistema de Gestión de Control y Seguridad, que brinda las medidas de prevención contra el contrabando, robo, y protección al comercio tanto desde el punto de origen hasta el de destino.

En la página de internet de BASC Colombia, Velásquez (2020), define que BASC – (Business Alliance for Secure Commerce), es una alianza empresarial internacional que promueve un comercio seguro en cooperación con gobiernos y organismos internacionales.

BASC (Business Alliance for Secure Commerce), busca la implementación de un Sistema de Gestión en Control y Seguridad para el mejoramiento continuo de los estándares de seguridad aplicados en las empresas con el fin de lograr que las mercancías no sean contaminadas por ninguna sustancia extraña en un esfuerzo por mantener las compañías

libres de cualquier actividad ilícita y a la vez facilitar los procesos aduaneros de las mismas.

Las empresas que forman parte del BASC son auditadas periódicamente y ofrecen la garantía de que sus productos y servicios son sometidos a una estricta vigilancia en todas las áreas mediante diversos sistemas y procesos lo cual contribuye a desalentar fenómenos delictivos como el narcotráfico, el contrabando y el terrorismo que perjudican los intereses económicos, fiscales y comerciales del país.

Un sistema de gestión de control y seguridad, el cual es el tema principal de este estudio, debe ser analizado por cada empresa con el fin de reducir sus riesgos; tanto para la empresa, como para el cliente.

Según González (2019) de BASC Guatemala, informa que para la adquisición de la certificación BASC se obtiene en un promedio de 9 meses desde su evaluación e implantación de procesos, la certificación tiene una inversión inicial de hasta \$ 2,500 (Dos mil quinientos dólares de Estados Unidos de América) y a partir del segundo año para su mantenimiento de \$ 2,100 (Dos mil cien dólares de Estados Unidos de Norte América). Los clientes internacionales sin importar su país de origen, requieren que los proveedores con los que se trabajan posean la certificación BASC. Debido a que dicha certificación les brinda trazabilidad y seguridad de su mercadería.

Aguayo y Valverde (2016) en su tesis "Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC, mencionan que no solo es una herramienta de marketing internacional si no que también les da a las empresas un valor agregado, según Cervantes y Fujii (2013) se describe valor agregado como la característica adicional que un producto o servicio ofrece con el objetivo de generar mayor valor comercial dentro de la percepción del consumidor. Este término puede ser el factor entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, y lo diferenciará de la competencia.



### 3. Metodología

En este capítulo se expone la metodología utilizada en el presente estudio. En primer lugar, se presenta el enfoque, la definición y delimitación del problema, los objetivos, las hipótesis, la especificación de variables, el universo y la muestra, la unidad de análisis, la prueba de hipótesis, la técnica, el instrumento, el ámbito y el resumen del procedimiento.

#### 3.1 Enfoque

El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo porque busca, a través de la medición numérica y la estadística, determinar las diferencias en la decisión de compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras que se encuentran en el Departamento de Guatemala.

#### 3.2 Definición y delimitación del problema

El propósito de esta investigación fue determinar las diferencias en compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad entre empresas exportadoras ubicadas en el Departamento de Guatemala, por lo que se estudiaron los temas relacionados a compra, así como al sistema de gestión de control y seguridad.

Por lo tanto, la pregunta de investigación que guio este estudio fue:

¿Compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, difiere entre empresas exportadoras en el Departamento de Guatemala?

La justificación del presente estudio se basa en la importancia que tiene conocer el fenómeno de estudio “compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en el departamento de Guatemala”, desde la perspectiva del sector de empresas que prestan el servicio de espacio para almacenamiento, así como del sector de empresas que utilizan el servicio de espacio para almacenamiento.

Para el sector de empresas que prestan el servicio de espacio para almacenamiento, los resultados del presente estudio les permitirá conocer mejor su mercado y definir las estrategias mercadológicas que ayuden a su plan de negocios a través de conocer si el sistema de gestión de control y seguridad incide en la compra de espacio en almacenadora; identificar si es importante para el exportador la existencia del sistema de gestión de control y seguridad; e identificar el tipo de exportador que considera que es importante el sistema de gestión de control y seguridad.

Lo anterior les permitirá a las empresas establecer un punto de diferenciación y, por ende, una ventaja competitiva en el mercado.

Y para el sector de empresas que utilizan el servicio de espacio para almacenamiento, los resultados del presente estudio les permitirán optar a participar en los mercados internacionales a través de aquellos compradores que exigen hacer negocios con empresas que aseguren la trazabilidad y seguridad del producto, desde el origen de las materias primas, hasta su entrega en puerta, pasando por el proceso de transporte y exportación; situación que solo se puede dar con un sistema de gestión de control y seguridad.

### 3.3 Objetivos

Para el presente estudio se formularon un objetivo general y dos objetivos específicos.

#### 3.3.1 General

Determinar las diferencias de compra de espacio en almacenadora en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre exportadores en el Departamento de Guatemala.

#### 3.3.2 Específicos

- Determinar cómo es la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en las empresas exportadoras certificadas BASC en el Departamento de Guatemala.

- Determinar cómo es la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en las empresas exportadoras no certificadas BASC en el Departamento de Guatemala.

### 3.4 Hipótesis

Para el presente estudio se formuló una hipótesis de investigación y una hipótesis estadística.

#### 3.4.1 Hipótesis de investigación

Compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, difiere entre empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC en el Departamento de Guatemala.

#### 3.4.2 Hipótesis estadística

$H_0$ : No existen diferencias estadísticamente significativas en la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC en el Departamento de Guatemala.

$$H_0: \text{Compra de empresas exportadoras certificadas BASC} \\ = \text{Compra de empresas exportadoras no certificadas BASC}$$

$H_1$ : Existen diferencias estadísticamente significativas en la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC en Departamento de Guatemala.

$$H_1: \text{Compra de empresas exportadoras certificadas BASC} \\ \neq \text{Compra de empresas exportadoras no certificadas BASC}$$

### 3.5 Especificación de variables

Las variables que se analizaron en este estudio fueron las siguientes:

- Variable independiente: Sistema de gestión de control y seguridad.
- Variable dependiente: Compra.

La manera en que las variables de este estudio fueron operacionalizadas, o sea, la manera en que fueron definidas en su administración estadística para su cotejo ante las hipótesis planteadas se presenta en la matriz de consistencia. El anexo 1 presenta la matriz de consistencia.

### 3.6 Universo y muestra

Para este estudio, el universo está formado por empresas exportadoras, clasificadas como empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC.

Debido a que el universo en mención lo componían 80 empresas, para la recopilación de la información primaria, se contempló realizar la investigación a la totalidad de dicho universo, por lo que los resultados corresponderían a parámetros.

Específicamente, se trabajarían 14 empresas exportadoras certificadas BASC, que se tomaron de BASC Guatemala, y 66 empresas exportadoras no certificadas BASC, que se tomaron de la Asociación de Exportadores de Guatemala (AGEXPORT) de la industria de plásticos debido a la accesibilidad y amplitud de la categoría.

Por lo tanto, al tratarse de un censo, no era necesario utilizar herramientas de muestreo para la recolección de la información primaria, o sea, no era necesario recurrir a una fórmula ni a un método de selección de los entrevistados.

Sin embargo, debido a que nueve (9) de las empresas exportadoras no certificadas BASC no participaron en el estudio (cuatro porque al momento de la investigación no estaban ejerciendo actividad de exportación y cinco por políticas internas), los datos obtenidos

correspondieron a estadísticos, o sea, a datos producidos por una muestra, que, para la presente investigación, se constituyó entonces, en 71 empresas.

Y al tratarse de resultados estadísticos, era necesario establecer el margen de error para lo cual, se utilizó la siguiente fórmula (adaptada de Stevenson, 1981):

$$E = z \sqrt{\frac{PQ}{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}}$$

$$E = 1.96 \sqrt{\frac{0.5 * 0.5}{71}} \sqrt{\frac{80 - 71}{80 - 1}}$$

$$E = 1.96 * 0.0593 * 0.3375$$

$$E = 0.039$$

Por lo tanto, los datos de este estudio quedaron determinados por las siguientes características:

- N: Universo = 80
- n: Muestra = 71
- Z: Nivel de confianza 95% = 1.96
- P: Proporción de ocurrencia = 50%
- Q: Proporción de no ocurrencia = 50%
- E: Margen de error permitido = hasta un 3.9% sobre totales.

### 3.7 Unidad de análisis

Puesto que el universo está definido por empresas exportadoras, clasificadas como empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC; para este estudio es de vital importancia definir la unidad de análisis, o sea, las personas que van a responder por parte del universo y que son hombres y mujeres mayores de 18 años que tienen experiencia en comercio internacional, logística, exportaciones o desempeñen dentro de las empresas exportadoras puestos relacionados con exportación de mercaderías como por ejemplo jefe o gerente de logística, jefe de compras etcétera, que estén al tanto de los procesos de logística, almacenamiento y exportación.

Estas personas respondieron con propiedad a la pregunta: ¿Compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión de control y seguridad en el Departamento de Guatemala? y que permitió realizar el análisis estadístico sobre la hipótesis nula.

### 3.8 Prueba de hipótesis

Por lo tanto, los hallazgos para el presente estudio sufrieron el tratamiento estadístico propio al proceso inferencial para toma de decisiones donde, se planteó una hipótesis nula ( $H_0$ ) y respectiva hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

Y para tal efecto, se utilizó la siguiente fórmula (Shao,1985):

$$Z = \frac{\frac{x_1}{n_1} - \frac{x_2}{n_2}}{\sqrt{p(1-p)\left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right]}}$$

$$p = \frac{x_1 + x_2}{n_1 + n_2}$$

De donde:

- Z: Puntaje z obtenido
- $x_1$ : Cantidad de elementos a favor en la muestra 1
- $n_1$ : Cantidad de elementos de la muestra 1
- $x_2$ : Cantidad de elementos a favor en la muestra 2
- $n_2$ : Cantidad de elementos de la muestra 2

El puntaje z obtenido se compara contra el puntaje z crítico (a un nivel de significancia dado) y, si el puntaje z obtenido es mayor al puntaje z crítico, entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ).

### 3.9 Técnica

Para la elaboración del presente estudio, se usó la técnica de encuesta ya que “se basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida. Estas preguntas se pueden hacer verbalmente, por escrito, mediante una computadora, y las respuestas se pueden obtener de cualquiera de estas formas.” (Malhotra, 2008 pág. 183)

De las técnicas de encuesta anteriormente señaladas, para este estudio se utilizó la encuesta telefónica.

### 3.10 Instrumento

Malhotra (2008) indica que “un cuestionario, ya sea que se llame programa, formato para entrevista o instrumento de medición, es un conjunto formalizado de preguntas para obtener información de los encuestados.” (pág. 299)

Para este estudio se utilizó un cuestionario estructurado para la obtención de la información de campo. El anexo 4 presenta el modelo del cuestionario estructurado.

### 3.11 Ámbito

El ámbito de esta investigación fue el siguiente:

- Temporal: junio a octubre de 2019
- Geográfico: Departamento de Guatemala

### 3.12 Resumen del procedimiento

El presente estudio comenzó con la definición del problema a investigar, se procedió a realizar su conceptualización teórica y su diseño metodológico que posibilitó el análisis de los datos primarios, obtenidos de 71 entrevistados y que concluyó con la prueba de hipótesis respectiva.



A continuación, se presenta la ficha técnica de la investigación que resume el procedimiento de este estudio.

#### Ficha técnica de la investigación

Universo	Empresas exportadoras (empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC).
Ámbito geográfico	Departamento de Guatemala.
Técnica de recogida de Datos	Encuesta telefónica con un cuestionario estructurado.
Tamaño muestral	71 encuestas válidas.
Error muestral	Menor a 3.9% sobre los totales.
Nivel de confianza	95%
Fecha de trabajo de Campo	De junio a octubre 2019
Prueba de hipótesis	De porcentajes para 2 sujetos independientes.

Fuente: elaboración propia, 2019

## Discusión de Resultados

Este capítulo presenta los resultados de la investigación y análisis relacionados con la decisión de compra de espacio en almacenadora: utilizando un análisis comparativo en empresas exportadoras en función de un sistema de gestión de control y seguridad en el Departamento de Guatemala. La información se presenta en función de los objetivos específicos, el objetivo general y la información de clasificación.

Para garantizar la calidad de los datos de este trabajo, se presenta la siguiente información, donde se puede comprobar que la totalidad de las empresas contactadas son exportadoras, por lo que cumplen con el requisito para que sean incluidas en este estudio; así como la posición administrativa del entrevistado, que lo convierte en el sujeto idóneo para obtener la información y cuyas respuestas contribuyen a conocer el problema analizado.

La calidad de las poblaciones a comparar, requisito fundamental para, posteriormente implementar la prueba de hipótesis, se consultó a cada uno de los entrevistados si la empresa contaba con un sistema de gestión de control y seguridad y si conoce y cuales riesgos son los que previene un sistema de gestión de control y seguridad. Adicionalmente se consultó si los exportadores si comprarían o no, espacio de almacenamiento en una almacenadora que tengan un sistema de gestión de control y seguridad y si consideran que tendrían mayor oportunidad de negocios internacionalmente, si utilizará los servicios de almacenaje los cuales estén bajo un sistema de gestión de control y seguridad. Y por último se consultó el destino de sus exportaciones.

La pregunta P01, P02 y P03 sirvió para filtrar la información de clasificación que dio como resultado de 71 encuestas efectivas de un total 80 empresas exportadoras.

Para el estudio, se plantearon dos objetivos específicos; para el análisis del objetivo uno y dos, se utilizaron las preguntas P06.

Las preguntas P04, P05, P07 Y P08 sirvieron para complementar la información y análisis de la investigación.

La Gráfica 01 presente la información relacionada si la empresa exporta. Se tiene como objetivo de la Gráfica 02 y 03 establecer el destino hacia donde exportan las empresas exportadoras. La Gráfica 04 presenta la respectiva a la posición administrativa del entrevistado. En la Gráfica 05 se establece cuales empresas exportadoras están certificadas con BASC. Gráfica 06 se evalúa si conoce la empresa exportadora el sistema de gestión de control y seguridad. Adicionalmente en la Gráfica 07 es determinar cuáles características consideran los exportadores que previene un sistema de gestión de control y seguridad. En la Gráfica 08 se tiene como objetivo establecer si los exportadores comprarían espacio de almacenamiento en una almacenadora que tenga un sistema de gestión de control y seguridad. Gráfica 09 se presenta la prueba de hipótesis para demostrar si se tiene el mismo interés de parte de los exportadores para adquirir servicio de almacenaje en una almacenadora que tenga un sistema de gestión de control y seguridad. Y por último el objetivo de la gráfica 10 es establecer si el exportador considera que tendría mayor oportunidad de negocios internacionalmente, si utilizará los servicios de almacenaje los cuales estén bajo un sistema de gestión de control y seguridad.

El objetivo de la Gráfica 01 es establecer si la empresa exporta.

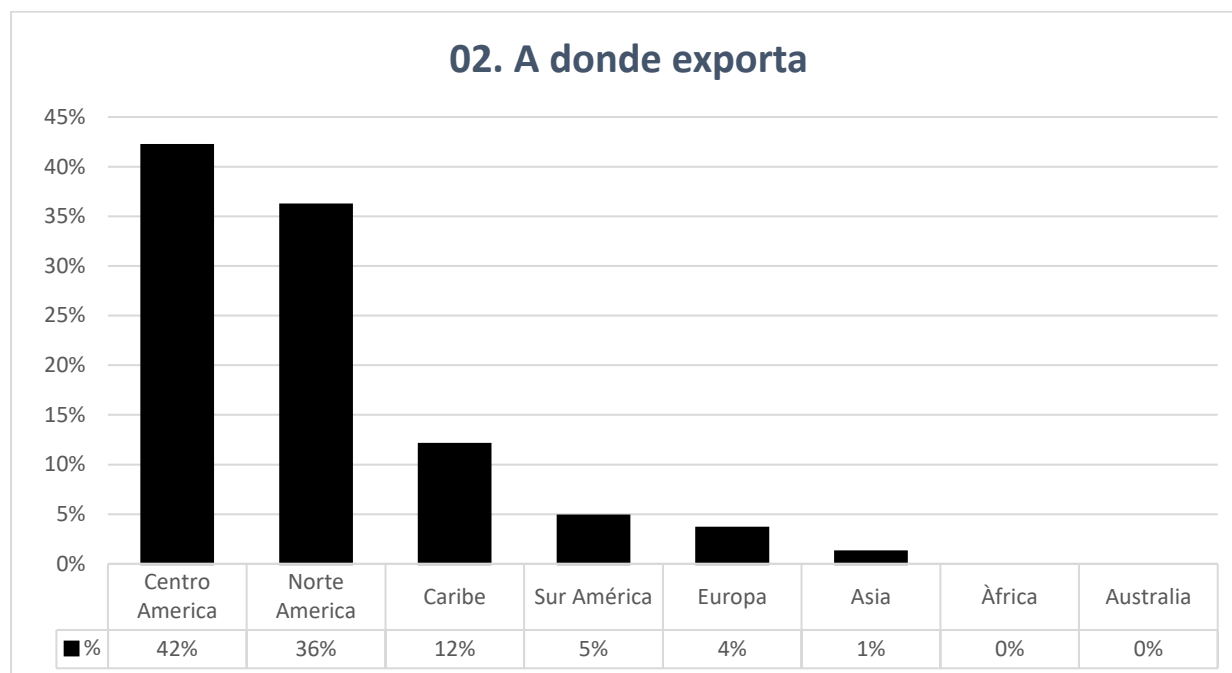


Fuente: elaboración propia, 2019

Los resultados del estudio demuestran que las 14 empresas exportadoras certificadas BASC el 100% exportar al igual que el 100% de las 57 empresas exportadoras sin certificación.

De las catorce (14) empresas exportadoras certificadas BASC, los giros de negocio son 64% Agrícola, 29% Comercial y 7% Industrial. Y de las cincuenta y siete (57) empresas exportadoras sin certificación BASC, los giros de negocio son 68% Industrial, 30% Comercial, y 2% Agrícola.

El objetivo de la Gráfica 02 es establecer el destino hacia donde exportan las empresas exportadoras.



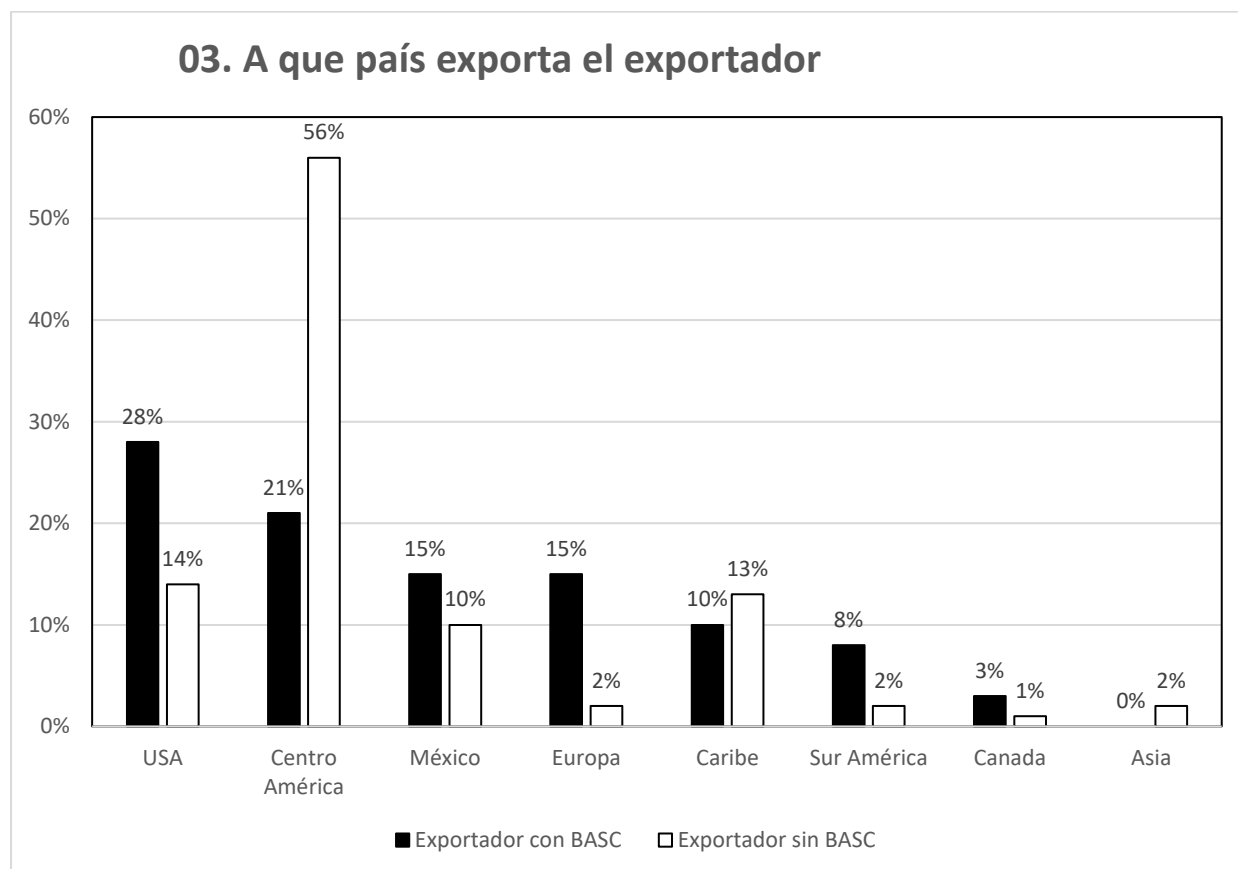
Fuente: elaboración propia 2019

El 42% de las 71 empresas exportadoras encuestadas exportan a Centro América, 36% Norte América, 12% Caribe, 5% Sur América, 4% Europa y 1% Asia.

Referente a las catorce (14) empresas exportadoras con certificación BASC se estableció que el 55% exportan a Norte América, 15% a Centro América, 15% a Sur América, y 15% a Europa.

En relación con las cincuenta y siete (57) empresas exportadoras sin certificación BASC se estableció que el 51% exportan a Centro América, 31% a Norte América 16% al Caribe, 1% a Sur América y 1% a Asia.

El objetivo de la Gráfica 03 es establecer el destino hacia donde exportan las empresas exportadoras con y sin certificación BASC.

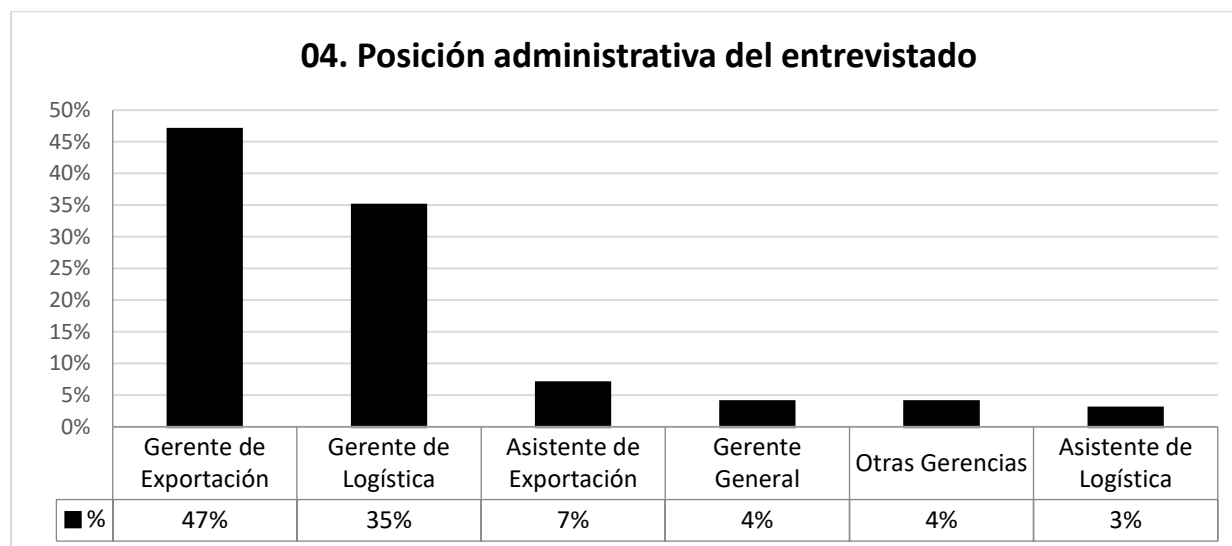


Fuente: elaboración propia

Las empresas exportadoras con BASC exportan 28% USA, 21% Centro América, 15% México, 15% Europa, 10% Caribe, 8% Sur América y 3% Canadá.

Las empresas exportadoras sin certificación BASC exportar 56% Centro América, 14% USA, 13% Caribe, 10% México, 2% Europa, Sur América y Asia y 1% Canadá.

El objetivo de la Gráfica 04 es determinar la posición administrativa del entrevistado.



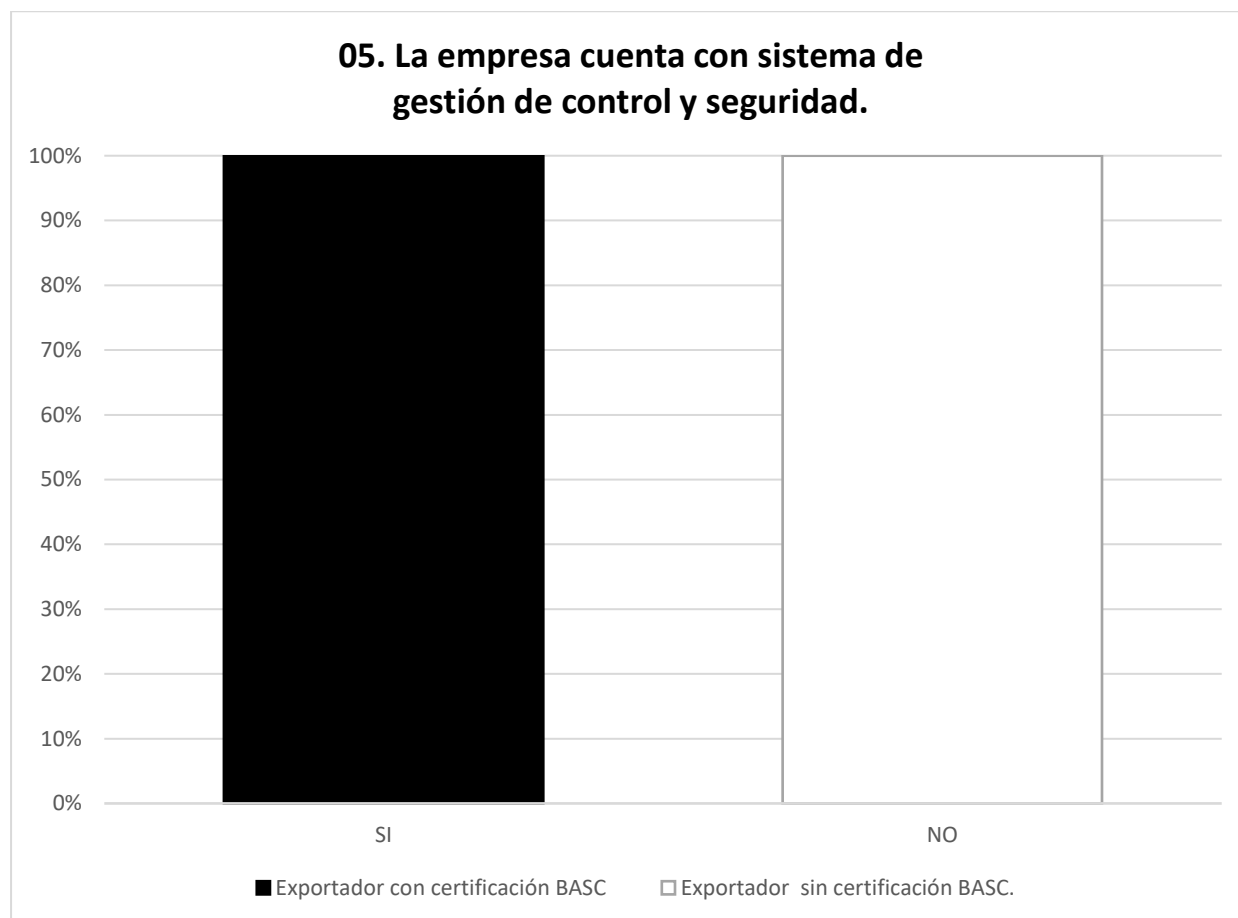
Fuente: elaboración propia 2019

Se pudo determinar que de las 71 empresas exportadoras encuestas el 47% fueron Gerentes de Exportación, 35% Gerentes de Logística, 7% Asistente de exportación, 4% Gerente General, 4% Otras Gerencias y 3% Asistente de Logística.

Se estableció que de las 14 empresas exportadoras con certificación BASC el 36 % Gerente de Exportación, 29% Asistente de Exportación, 29% Gerente de Logística y 7%. Asistente de Logística

Referente a las 57 empresas exportadoras sin certificación BASC se estableció 49% Gerente de Exportación, 37% Gerente de Logística, 5% Gerente General, 5% Otras Gerencias y 2% Asistente de Exportación.

El objetivo de la Gráfica 05 es presentar la información relacionada a la tenencia de un sistema de gestión de control y seguridad.

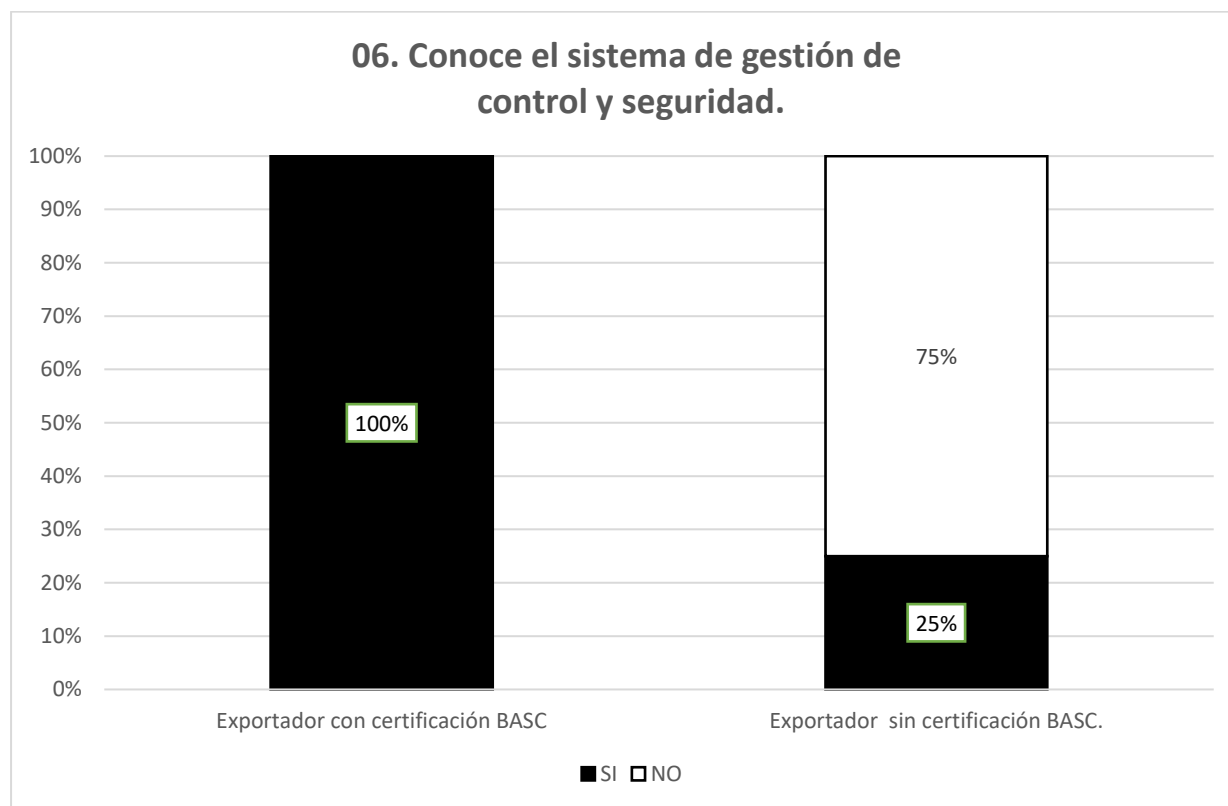


Fuente: elaboración propia, 2019

El 100% de las 14 empresas exportadores con certificación BASC cuentan con un sistema de gestión de control y seguridad y ninguna de las 57 empresas exportadores sin certificación BASC tienen de un sistema de gestión de control y seguridad.



En la Gráfica 06 se establece con el objetivo de evaluar si conocen las empresas exportadoras el sistema de gestión de control y seguridad.

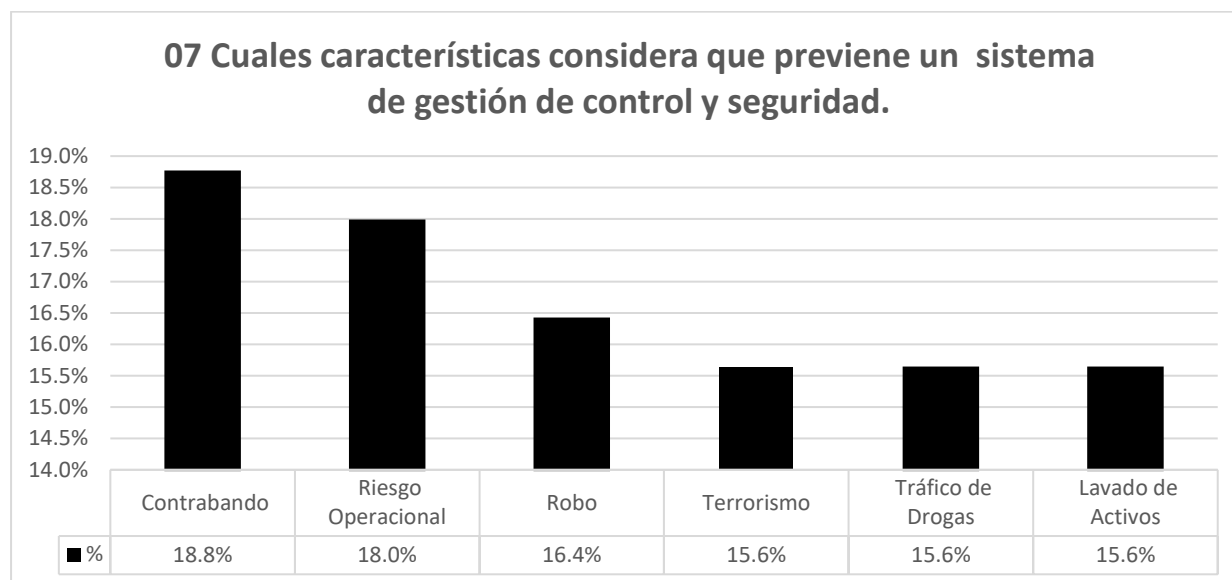


Fuente: elaboración propia 2019

Con la relación a las catorce (14) empresas exportadoras con certificadas BASC se estableció que el 100% si conocen el sistema de gestión de control y seguridad. Y de las cincuenta y siete (57) empresas exportadoras sin certificadas BASC solo el 25%, conocen el sistema de gestión de control y seguridad.

Por lo tanto, del total de las 71 empresas exportadoras entrevistadas se define veintiocho (28) empresas exportadoras que representa el 39% conocen el sistema de gestión de control y seguridad y el 61% que son cuarenta y tres (43) empresas exportadoras no conocen el sistema de gestión de control y seguridad de las cuales fueron en un 100% empresas exportadoras sin certificación.

El objetivo de la Gráfica 07 es determinar cuáles características consideran los exportadores que previene un sistema de gestión de control y seguridad.



Fuente: elaboración propia 2019

De las 28 empresas exportadoras de las cuales fueron 14 exportadores con certificación BASC y 14 exportadores sin certificación BASC encuestadas que respondieron se pudo determinar cuáles son los riesgos que previene un sistema de gestión de control y seguridad. Teniendo los siguientes resultados :18.8% contrabando, 18.0%, riesgo operacional, 16.4% robo, 15.6% terrorismo, tráfico de drogas y lavado de activos en cada uno.

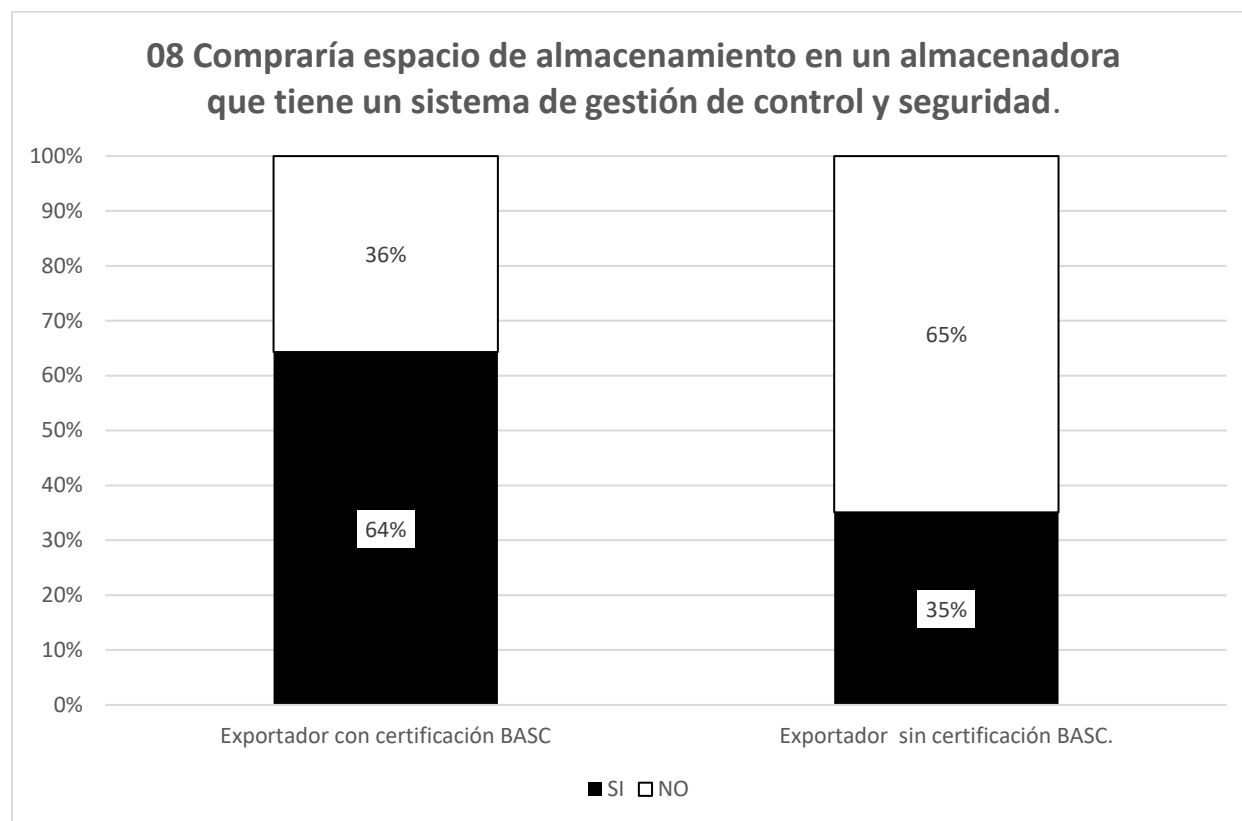
Referente a las catorce (14) empresas exportadoras con certificación BASC se estableció que doce (12) empresas 86 %, si conocen lo que previene un sistema de gestión de control y seguridad que son contrabando, riesgo operacional, robo, terrorismo, tráfico de drogas y lavado de activos. Una empresa (1) 7% solo considero que previene riesgo operacional y otra empresa (1) 7% que previene únicamente el contrabando.

Referente a las cincuenta y siete (57) empresas exportadoras sin certificación BASC se estableció que cuarenta y tres (43) que representan el 75% no saben cuáles riesgos son los que previene un sistema de gestión de control y seguridad. Solo catorce (14) empresa

que representan el 25%, respondieron tener conocimiento de por lo menos un riesgo que previene el sistema de gestión de control y seguridad.

En lo referente a las 14 empresas exportadores sin certificados BASC que respondieron se obtuvieron los siguientes resultados de lo que previene un sistema de gestión de control y seguridad, lo cual se estableció con la siguiente ponderación de 20% Contrabando, 19% Riesgo Operacional, 17% Robo, 15% Terrorismo, 15% Tráfico de Drogas y 14% de Lavado de Activo.

En la Gráfica 08 tiene como objetivo establecer si los exportadores comprarían espacio de almacenamiento en una almacenadora que tenga un sistema de gestión de control y seguridad



Fuente: elaboración propia 2019

Con la relación a las empresas exportadoras con certificación BASC se estableció que de las 14 exportadoras el 64%, si comprarían espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión y control. Y con relación a las 57 empresas exportadoras sin certificación BASC el 35% si comprarían espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión y control.

Debido a que no se pudieron entrevistar a 9 exportadores por políticas internas se hace la prueba de hipótesis con las 71 exportadoras que respondieron el cuestionario.

Para comprobar esta hipótesis, se utilizó la siguiente fórmula (Shao, 1985):

$$p = \frac{x_1 + x_2}{n_1 + n_2}$$

$$Z = \frac{\frac{(x_1)}{n_1} - \frac{(x_2)}{n_2}}{\sqrt{p(1-p)\left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right]}}$$

En donde:

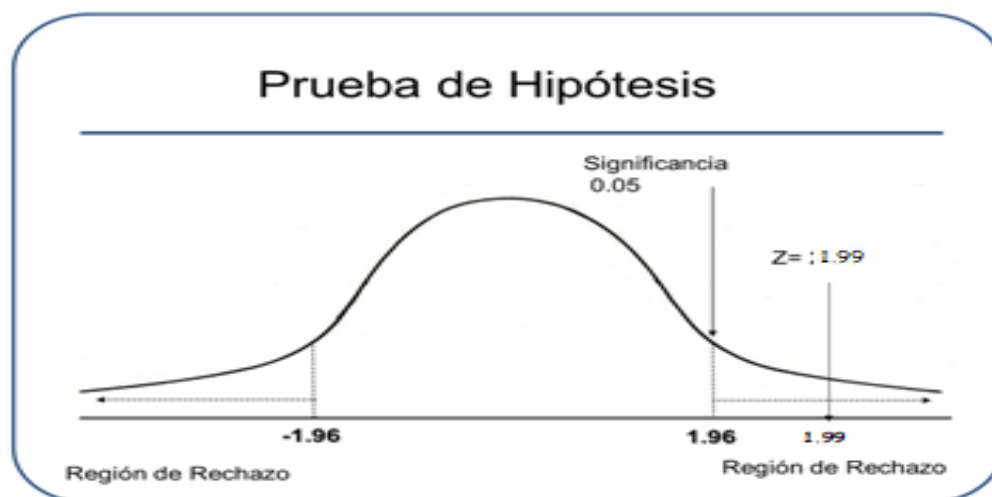
$$x_1 = 9, n_1 = 14$$

$$x_2 = 20, n_2 = 57$$

$$p = \frac{9 + 20}{14 + 57} = 0.4084$$

$$Z = \frac{\left(\frac{9}{14}\right) - \left(\frac{20}{57}\right)}{\sqrt{(0.4084)(1 - 0.4084)\left(\left(\frac{1}{14}\right) + \left(\frac{1}{57}\right)\right)}} = 1.99$$

Gráfica 09: Prueba de Hipótesis



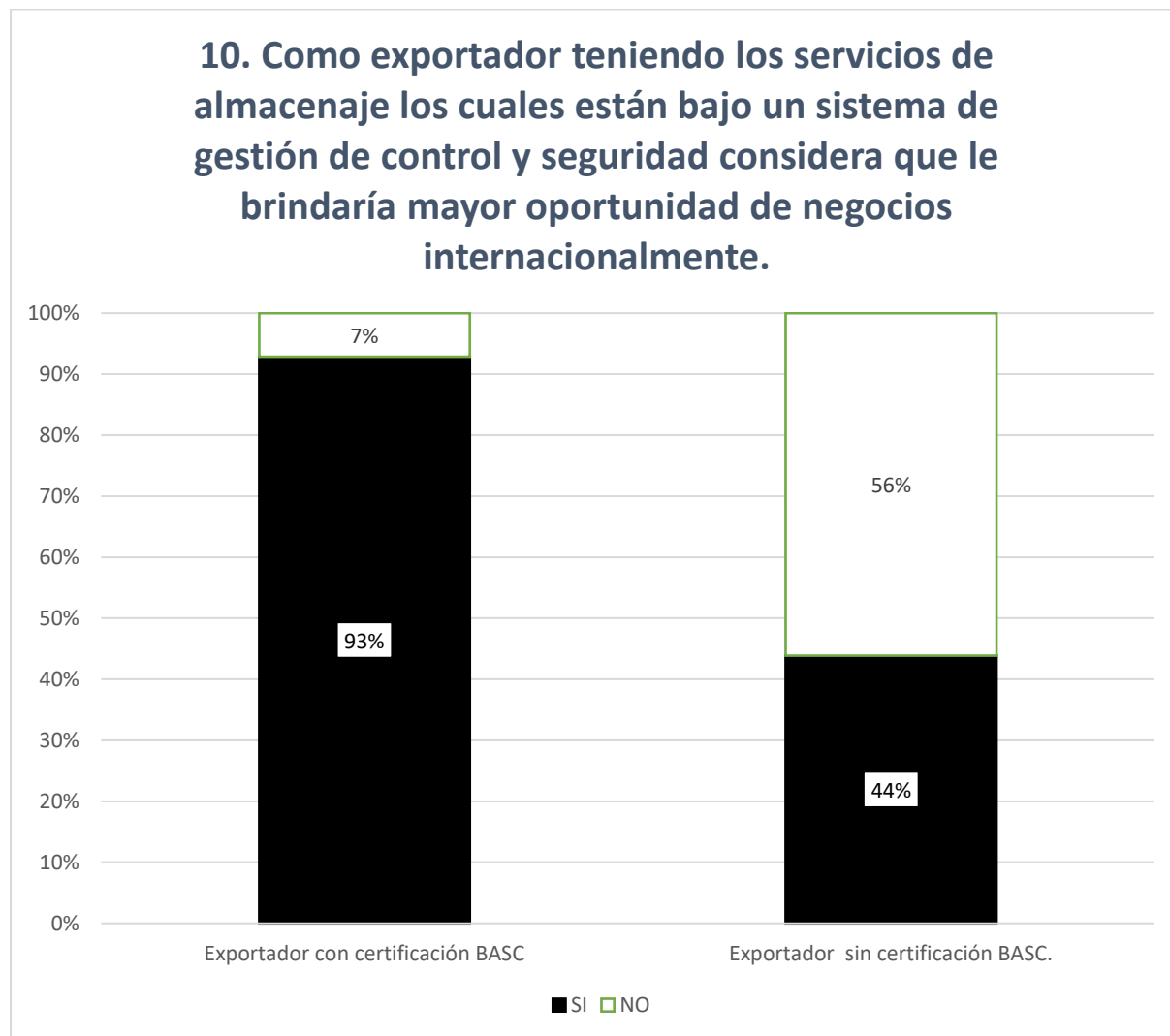
Fuente: elaboración propia 2019

Debido a que ésta es una prueba de hipótesis de dos extremos al nivel de significancia de 0.05, la diferencia es significativa si Z obtenida se ubica fuera del recorrido  $\pm 1.96$ . Y ya que el valor obtenido de Z resultó 1.99, significa que dicho valor está fuera del intervalo, o sea, en la región de rechazo de  $H_0$ .

A un nivel de confianza del 95 % o el nivel de significación de 0.05 donde el valor crítico de  $Z = 1.96$ , puesto que el valor obtenido es de  $Z = 1.99$  entonces se rechaza la hipótesis nula que dice: " No existen diferencias estadísticamente significativas en la decisión de compra de espacio en almacenadoras, en función en un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC en Guatemala. " por ende" Existen diferencias estadísticamente significativas en la decisión de compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC en Guatemala. "

Se obtuvo una aceptación de 64% para los exportadores con certificación BASC con un sistema de gestión y seguridad versus un 35% de exportadores sin certificación los cuales se demuestra la diferencia de interés que la almacenadora tenga un sistema de gestión y control para exportadores.

El objetivo de la Gráfica 10 es establecer si el exportador considera que tendría mayor oportunidad de negocios internacionalmente, si utilizará los servicios de almacenaje los cuales estén bajo un sistema de gestión de control y seguridad



Fuente: elaboración propia 2019

Con la relación a las 14 empresas exportadoras con certificación BASC se estableció que el 93%, considera que le brindaría una mayor oportunidad de negocios internacionalmente si su servicio de almacenaje estaría bajo un sistema de gestión y control. Y con relación a las 57 empresas exportadoras sin certificación BASC el 44% considera que le brindaría mayor oportunidad de negocios internacionalmente.

## Conclusiones

1. Si existen diferencias estadísticamente significativas en la decisión de compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, entre empresas exportadoras certificadas BASC y empresas exportadoras no certificadas BASC. Por lo cual con un nivel de confianza del 95% se rechaza la hipótesis nula.

Se estableció que las empresas exportadoras con certificación BASC el 64%, si compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión de control y seguridad. Y con la relación a las empresas exportadoras sin certificación BASC, se estableció que el 35%, compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión de control y seguridad.

2. De las 71 empresas exportadoras entrevistadas, se clasificaron en 6 posiciones administrativas de las cuales están relacionados con el proceso de exportación. Obteniendo los siguientes resultados de los entrevistados los cuales se determinaron que el 47% fueron Gerentes de Exportación, 35% Gerentes de Logística, 7% Asistente de Exportación, 4% Gerente General, 4% Otras Gerencias y 3% Asistente de Logística.

3. Los exportadores con certificación BASC son 14 y 57 son los exportadores sin certificación BASC los cuales exportan el 100% de los encuestados.

4. Los exportadores con certificación BASC son 14 de los cuales el 100% cuentan con un sistema de gestión de control y seguridad y 57 son los exportadores sin certificación BASC los cuales ninguno tiene un sistema de gestión de control y seguridad para un total de 71 empresas exportadoras.

5. Con la relación al conocimiento del sistema de gestión de control y seguridad se estableció que las empresas exportadoras sin certificación BASC, 14 empresas exportadoras conocen el sistema de gestión de control y seguridad (25%) y 43 no lo conocen (75%). Y con relación a las empresas exportadoras con certificación BASC el 100% de las 14 exportadoras lo conocen.



6. Con relación a las 14 empresas exportadoras con certificación BASC el 100% si conoce como mínimo una característica que previene sistema de gestión de control y seguridad. Y con la relación a las empresas exportadoras sin certificación BASC se estableció que de las 57 exportadoras solo el 25%, conoce alguna de las características que previene un sistema de gestión de control y seguridad.

De las empresas exportadoras encuestadas se pudo determinar que si tienen conocimientos similares de las características que previene un sistema de gestión de control y seguridad. Teniendo las siguientes ponderaciones Contrabando 18.8%, Riesgo Operacional 18%, Robo 16.4% y 15.6% Terrorismo, Tráfico de Drogas y Lavado de Activos.

7. Con relación a las 14 empresas exportadoras con certificación BASC el 93% considera que le brindaría mayor oportunidad de negocios internacionalmente. Se pudo establecer que el 44% de los 57 exportadores no certificados con BASC, considera que le brindaría una mayor oportunidad de negocios internacionalmente si su servicio de almacenaje estaría bajo un sistema de gestión de control y seguridad.

8. Los destinos de exportación de los exportadores encuestados se estableció de la siguiente manera: 42% Centro América, 36% Norte América, 12% Caribe, 5% Sur América, 4% Europa y 1% Asia.

## Recomendaciones

1. Debido a que existen más empresas exportadoras sin certificación BASC y mayor desconocimiento de parte de ellos sobre los beneficios que proporciona el sistema de gestión de control y seguridad se sugiere mercadear los beneficios de este, en dicho gremio exportador.
2. Se identifica que un sistema de gestión de control y seguridad es atractivo para los exportadores certificados con BASC, lo cual puede ser una variable a implementar para negociaciones y publicidad.
3. Se puede establecer como una herramienta mercadológica el sistema de gestión de control y seguridad para promover los beneficios a los exportadores.
4. Debido a que la mayoría de los exportadores certificados BASC, considera que, si el almacenaje está bajo un sistema de gestión de control y seguridad, tienen mayor oportunidad de negocios internacionalmente lo cual puede ser una variable en publicidad y negociaciones.
5. Es importante conocer de parte de la almacenadora el proceso de exportación de los productos de los exportadores, debido a ciertas mercancías no requieren almacenaje tercerizado por la vida del producto debido a que se van directo de la planta o fabrica al extranjero.
6. Un sistema de gestión de control y seguridad es una ventaja competitiva para la almacenadora debido a que tendrá mayor oportunidad de negocios internacionales con clientes en el extranjero.
7. El presente estudio puede servir de referencias para otras certificaciones como OEAGT (Operador Económico Autorizado por la Superintendencia Administración Tributaria) para determinar si influyen en la compra de los exportadores.

8. Es importante tomar en cuenta que para obtener una certificación BASC se debe de cumplir ciertos estándares y procesos que son evaluados en un promedio de 9 meses que tiene un inversión inicial de hasta \$ 2,500 dólares de Estados Unidos de Norte América, a partir del segundo año y para mantener la certificación se cancelaria hasta \$ 2,100 dólares de Estados Unidos de Norte América.

9. Los clientes internacionales sin importar su país de origen, requieren que los proveedores posean la certificación BASC, por las garantías de trazabilidad y seguridad que ofrece la certificación.

10. El presente estudio puede servir también de referencia para un plan de mercadeo para difundir los beneficios de un sistema de gestión de control y seguridad hacia las empresas exportadoras en Guatemala.

## Bibliografía

A continuación, se presentan las fuentes documentales que fueron consultadas para la realización del presente plan de investigación.

Aguayo Daniel y Valverde Melissa. (2016). Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC, como herramienta de marketing internacional para los agroexportadores peruanos. Tesis Universidad San Martín de Porres. Perú.

Andrade Urbina, Julio Enrique. (2015). Determinación de los indicadores de las variables que influyen en la decisión de compra de 3 tipos de carne (res, cerdo y pollo) en mercados municipales de la ciudad capital. Tesis USAC. Guatemala.

Araya Araya Giorgianella (2009) "Estrategia de Mejoramiento en la Gestión de Compras de la Dirección de Servicios Institucionales de la CCSS. Tesis sometida a la consideración del Tribunal Examinador del Programa de Postgrado en Gerencia de Proyectos de Desarrollo para optar al Título de Magister Scientiae en Gerencia de Proyectos de Desarrollo San José, Costa Rica.

BASC. (2020). Recuperado 11 de junio de 2020, BASC Guatemala website: <https://bascguatemala.org/#que-es>

BBVA 2012. (19 junio 2019).

<https://accionistaseinversores.bbva.com/microsites/bbva2012/es/Gestiondelriesgo/Riesgooperacional.html#:~:text=Riesgo%20operacional%20es%20aquel%20que,negocio%20y%20el%20riesgo%20reputacional>.

Cáceres Vivas, Jessica Marisol. (2014). Decisión de compra de productos de belleza en los jóvenes estudiantes. Tesis URL. Guatemala.

Changanaquí del Águila, Jacqueline Elsa (2018) “Propuesta de mejora en la Gestión de compras de un grupo de empresas del rubro de distribución de energía eléctrica” Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas Escuela de Postgrado. Programa de Maestría en Dirección de Operaciones y Logística. Lima. Perú

Carrillo Contreras, Anita Flor y García Arévalo, Veri. (2015). El marketing mix y su relación con la decisión de compra de los clientes de la empresa Representaciones Montero Eirl - Tarapoto, 2015. Tesis Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto. Perú.

Castañeda Carías, Rodimiro Adelmo. (1993). Deficiencias de control de mercancías en bodegas habilitadas de los almacenes generales de depósito. Tesis USAC. Guatemala.

Castillo Colocho, Kevin David. (2016). Documentación de procesos para la certificación de la norma y estándar BASC en la empresa consultoría en protección integral y logística. USAC. Guatemala.

Cervantes R. Fujii G (2013, Abril) México: Valor agregado en las exportaciones manufactureras. Revista Cepal 109. Recuperado de:  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11575/109143158\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11575/109143158_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Clinton. R.A. (2013). Implementación de sistemas de seguridad. Colombia.

Ecca-Chávez, Karem. (2014). Diseño e implementación del Sistema de gestión en control y seguridad BASC en una empresa de seguridad privada. Tesis Universidad de Piura. Perú.

Estrada Rivera, Loreto. (2011). Proceso de decisión de compra y motivaciones hacia el aceite de oliva en consumidores de la Región Metropolitana, Chile.

García Granda, Tatiana Lisseth y Gastulo Chuzón, Dorita Natalí. (2018). Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor para la marca Metro Chiclayo. Tesis Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Perú.

Gómez Arias Janeth y Ramos Escobar Carol Tatiana. (2012). Implementación de la norma BASC en Yanbal de Colombia S.A. Tesis Universidad Libre Facultad de Ingeniería. Colombia.

González Guerrero Ericka, (2013). Ronquillo Peñafiel María y Miranda Hidalgo Carlos. Desarrollo de un plan para implementar un sistema de gestión integrado en las empresas del sector comercial sur, basado en las normas "BASC V.03" como una alternativa de reducción de riesgos en las empresas de la ciudad de Guayaquil Tesis. Universidad de Guayaquil. Ecuador.

Gonzalez, L, BASC Guatemala (24 julio de 2019) Comunicación Personal

Granados Poveda, A. (2018). Diseño de un sistema integrado de gestión bajo la norma BASC Versión 5:2017, NTC ISO 6001:2017 Y NTC ISO 28000: 2008, Caso tienda de ropa STWO. (Tesis Maestría) Universidad de Ibagué. Colombia

Hoyer, W. y MacInnis, D. (2010). Comportamiento del Consumidor (5ª. edición). México: Cengage Learning.

Kam-Arteaga Leslie. (2017). La importancia de la marca en la decisión de compra del consumidor de moda: un cuasiexperimento aplicado a las jóvenes universitarias peruanas del NSE A y B. Tesis Universidad de Piura. Perú.

Kerin, R., Hartley, S. y Rudelius, W. (2014). Marketing (11ª. edición). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Lamb, C., Hair, J. y McDaniel, C. (2011). Marketing (11a. edición). México: Cengage Learning.

Lázaro Alfaro, Daleishka Giomara. (2017). Factores críticos que determinan la decisión de compra de los clientes de la tienda por departamentos Saga Falabella, Trujillo 2017. Tesis Universidad César Vallejo. Perú.

Maldonado López, Sandra. (2012) Lavado de activos, Tesis maestría derecho penal, Universidad de Azuay, Ecuador.

Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. México: Pearson Educación.

Méndez, K y Yupe M. (2019) Estrategia para la implementación de Sistema Business Alliance For Secure Commerce BASC para la empresa Servireefertransport, S.A. Año 2019 (Tesis Maestría) Universidad de Guayaquil, Ecuador

ORGANIZACIÓN MUNDIAL BASC WORLD BASC ORGANIZATION. s/f. Normas y estándares BASC — Versión 3.0. Pág. 1, 2.

Palma, C., (2009) Mecanismos de cooperación en materia de lucha contra el narcotráfico Guatemala – Estados Unidos de América. Tesis en Relaciones Internacionales, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala

Palma Lizano, K. (2015). Sistema de gestión de calidad y seguridad BASC (Business Alliance for Secure Commerce) para la certificación de un operador logístico de la empresa United Parcel Service” (Tesis Maestría). Universidad técnica de Ambato. Ecuador

Peter, J. y Olson J. (2006). Comportamiento del Consumidor y Estrategia de Marketing (7ª. edición). México: McGraw-Hill/Interamericana, S.A. de C.V.

Pinzón Vargas, Lorena Estefanía. (2018). Evaluación de la aplicación del sistema BASC al Consorcio Villacreses & Pinzón S.A. año 2017. Tesis Universidad de Guayaquil. Ecuador.

Ramirez, M. (2013). Que es el sistema de gestión en control y seguridad. Recuperado 11 de marzo de 2020, de <http://www.lista-clinton.com/> website: <http://www.lista-clinton.com/que-es-el-sistema-de-gestion-en-control-y-seguridad-basc>

Real Academia Española. (s.f.). Contrabando. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 10 de junio de 2019, de <https://dle.rae.es/contrabando?m=form>

Real Academia Española. (s.f.). Robo. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 10 de junio de 2019, de <https://dle.rae.es/robo?m=form>

Real Academia Española. (s.f.). Terrorismo. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 10 de junio de 2019, de <https://dle.rae.es/terrorismo?m=form>

Schiffman, L. y Kanuk, L (2005). Comportamiento del Consumidor (8ª. edición). México: Pearson Educación.

Shao, S (1985). Estadística para Economistas y Administradores de empresas. México: Herrero Hermanos, Sucs, S.A. (pag. 413)

Solomon, M. (2008). Comportamiento del Consumidor (7ª. edición). México: Pearson Educación.

Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2000). Fundamentos de Marketing (11ª. edición). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Urrea Santizo, Adelzo Alejandro. (1982). Auditoría interna en almacenes generales de depósito. Tesis Contador Público y Auditor. Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas.



Velasquez, M. (2020). Que es BASC. Recuperado 11 de junio de 2020, de BASC Bogotá Colombia website: <https://web.bascbogota.com/>

Xicara Rodríguez, Marian de Lourdes. (2014). Elaboración de un Manual de Control y Seguridad para una empresa exportadora de caucho y látex ubicada en el departamento de Suchitepéquez con base en la Norma BASC versión 04-2012. (Tesis Maestría) USAC. Guatemala.

## Anexos

### Anexo 1: Matriz de Operacionalización

Título	Alcances y limitaciones	Problema de la investigación	Pregunta de investigación	Preguntas de investigación	Hipótesis de la investigación
<p>Análisis comparativo entre exportadores que cuentan o no con una certificación BASC, para la compra de un espacio en almacenadora con sistema de gestión de control y seguridad, en el Departamento de Guatemala en 2019</p>	<p>Estudio cuantitativo (descriptivo y analítico) en el departamento de Guatemala durante 2019.</p>	<p>Compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en el Departamento de Guatemala.</p>	<p>¿Compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, difiere entre empresas exportadoras en el Departamento de Guatemala?</p>	<p>¿Cómo es la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en las empresas exportadoras certificadas BASC?</p> <p>¿Cómo es la compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad en las empresas exportadoras no certificadas BASC?</p>	<p>Compra de espacio en almacenadora, en función de un sistema de gestión de control y seguridad, difiere entre empresas exportadoras en el Departamento de Guatemala.</p>

Fuente: elaboración propia 2019

## Análisis de Indicadores

### Anexo 2: Análisis de Indicadores

Indicadores	Fuente	Instrumento	Escala de medición	Medida estadística	Análisis de los indicadores
<p>Respuesta a la pregunta: ¿Compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión control y seguridad?</p>	<p>Pregunta: ¿Compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión control y seguridad?</p>	<p>Cuestionario estructurado</p>	<p>Nominal</p>	<p>Porcentaje</p>	
<p>Respuesta a la pregunta: ¿Compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión control y seguridad?</p>	<p>Pregunta: ¿Compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión control y seguridad?</p>	<p>Cuestionario estructurado</p>	<p>Nominal</p>	<p>Porcentaje</p>	<p>Prueba de hipótesis de porcentajes para 2 sujetos independientes (Prueba de Hipótesis al Estadístico)</p>

Fuente: elaboración propia 2019

<b>Variables</b>					
Anexo 3: Análisis de Variables					
Independiente	Definición teórica	Definición operacional	Dependiente	Definición teórica	Definición operacional
Sistema de gestión de control y seguridad.	<p>"Consiste en la implementación de una serie de elementos que, ampliados de manera efectiva y segura, son capaces de minimizar las amenazas identificadas en los procesos de su organización y en la cadena de suministro."</p> <p><a href="http://www.lista-clinton.com/que-es-el-sistema-de-gestion-en-control-y-seguridad-basc/">http://www.lista-clinton.com/que-es-el-sistema-de-gestion-en-control-y-seguridad-basc/</a></p>	<p>Implementación de procesos que buscan asegurar el resguardo de la mercadería a través de la detección y minimización de riesgos, así como de la prevención de actividades ilícitas como el contrabando, narcotráfico, terrorismo, lavado de dinero, corrupción, soborno y cualquier acción que riña con la legalidad; en beneficio del cumplimiento de normas internacionales.</p>	<p>Compra (en empresas exportadoras certificadas con BASC y empresas exportadoras no certificadas con BASC).</p>	<p>"Después de analizar las opciones del conjunto considerado, el consumidor está casi listo para tomar la decisión de compra. Restan solo dos decisiones: 1) dónde comprar y 2) cuándo." (Kerin, et. al. 2014, pág. 116)</p>	<p>Compra de empresas exportadoras certificadas con BASC.</p>
					<p>Compra de empresas exportadoras no certificadas con BASC.</p>

Fuente: elaboración propia 2019

## Anexo 4: Encuesta

Introducción: Buenos días / tardes, Mi nombre es Oscar Mivallet, estoy realizando un estudio para mi proyecto de tesis **ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE EXPORTADORES QUE CUENTAN O NO CON UNA CERTIFICACIÓN BASC, PARA LA COMPRA DE UN ESPACIO EN ALMACENADORA CON SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTROL Y SEGURIDAD, EN EL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA EN 2019**. Por lo que agradeceré unos minutos para responder el siguiente cuestionario. Toda la información proporcionada será confidencial y con fines académicos. Agradecido de antemano toda su colaboración.

No. \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DE IDENTIFICACIÓN**

Fecha \_\_\_\_\_

Empresa \_\_\_\_\_

Nombre del Entrevistado \_\_\_\_\_

Correo Electrónico \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_

Extensión \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DE CLASIFICACIÓN**

**P01. Cual es su puesto.**

1.1 Gerente de Exportación <input type="radio"/>	1.4 Gerente General <input type="radio"/>
1.2 Gerente de logística <input type="radio"/>	1.5 Otros Gerencias <input type="radio"/>
1.3 Asistente de Exportación <input type="radio"/>	1.6 Asistente de logística <input type="radio"/>

**P02. La empresa exporta**

2.1 Si  2.2 No

**P03. La empresa cuenta con un sistema de gestión de control y seguridad.**

3.1 Si  3.2 No

**P04. Conoce el sistema de gestión de control y seguridad.**

4.0 Si  4.1 No

**P05. Cuales características considera que previene un sistema de gestión y control y seguridad.**

5.1 Contrabando <input type="radio"/>	5.2 Riesgo Operacional <input type="radio"/>
5.3 Robo <input type="radio"/>	5.4 Terrorismo <input type="radio"/>
5.5 Tráfico de Drogas <input type="radio"/>	5.6 Lavado de Activos <input type="radio"/>
5.7 mt, /mt <input type="radio"/>	5.8 Todas las anteriores <input type="radio"/>
5.9 Otros. _____ <input type="radio"/>	

**P06. Compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión de control y seguridad.**

6.1 Si  6.2 No

**P07. Como exportador teniendo los servicios de almacenaje, los cuales están bajo un sistema de gestión de control y seguridad considera que le brindaría mayor oportunidad de negocios internacionalmente.**

7.1 Si  7.2 No

**08. A donde exporta**

8.1 Norte América <input type="radio"/>	8.2 Centro América <input type="radio"/>
8.3 Sur América <input type="radio"/>	8.4 Caribe <input type="radio"/>
8.5 Asia <input type="radio"/>	8.6 Europa <input type="radio"/>
8.7 África <input type="radio"/>	8.8 Australia <input type="radio"/>

Gracias por su apoyo y le deseamos lo mejor.

Fuente: elaboración propia 2019

## Índice de gráficas

Gráfica 01 La empresa exporta .....	47
Gráfica 02 A donde exporta .....	48
Gráfica 03 A qué país exporta el exportador.....	49
Gráfica 04 Posición administrativa del entrevistado .....	50
Gráfica 05 Tenencia de un sistema de gestión de control y seguridad .....	51
Gráfica 06 Conocimiento del sistema de gestión de control y seguridad .....	52
Gráfica 07 Que previene un sistema de gestión de control y seguridad .....	53
Gráfica 08 Compraría espacio de almacenamiento en una almacenadora que tiene un sistema de gestión de control y seguridad .....	55
Gráfica 09 Prueba de hipótesis .....	57
Gráfica 10 Como exportador teniendo los servicios de almacenaje bajo un sistema de gestión de control y seguridad considera que le brindaría mayor oportunidad de negociar internacionalmente .....	58

## Índice de cuadros

Cuadro 01 Matriz operacionalización .....	69
Cuadro 02 Análisis de Indicadores .....	70
Cuadro 03 Variables .....	71