



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Cadena logística y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES:

Villavicencio Mariños, Kareen Sheyla (orcid.org/0000-0001-5635-632X)

Zavaleta Argandoña, Hugo Estuardo (orcid.org/0000-0001-8282-2347)

ASESOR:

Dr. Leiva Tarazona, Armando (orcid.org/0000-0001-5759-7598)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA – PERÚ
2022**

DEDICATORIA

Yo, Kareen dedico este trabajo a Dios y a mi papá Leoncio, que desde el cielo me cuida y en vida me orientó, a mi mamá Edita como entrega de su esfuerzo y del mío, durante toda mi carrera universitaria.

Yo, Hugo Zavaleta dedico este trabajo a mis padres, los cuales desde el inicio de mi carrera me dieron su apoyo incondicional hasta la actualidad.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad César Vallejo por habernos aceptado ser parte de ella y abrimos sus puertas para poder estudiar la carrera, así como también a los diferentes docentes que nos brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día. De la misma manera, un especial agradecimiento al docente Leiva Tarazona, Armando, por guiarnos en la realización de este trabajo por su disposición y orientación en el desarrollo de la presente investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenidos..... | iv |
| Índice de tablas..... | v |
| Índice de gráficas y figuras..... | vi |
| RESUMEN | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO..... | 4 |
| III. METODOLOGÍA..... | 13 |
| 3.1 Tipo y diseño de investigación | 13 |
| 3.2 Variables y operacionalización..... | 14 |
| 3.3 Población, muestra | 15 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 15 |
| 3.5 Procedimiento..... | 17 |
| 3.6 Método de análisis de datos..... | 17 |
| 3.7 Aspectos éticos..... | 17 |
| IV. RESULTADOS | 19 |
| V. DISCUSIÓN | 33 |
| VI. CONCLUSIONES | 36 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 38 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS..... | 39 |
| ANEXOS | 44 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabla 1. | Alpha de cronbach..... | 17 |
| Tabla 2. | Resultados de frecuencia cadena logistica | 20 |
| Tabla 3. | Resultados de frecuencia cadena logistica..... | 21 |
| Tabla 4. | Resultados de frecuencia dimensión gestion de almacenes..... | 22 |
| Tabla 5. | Resultados de frecuencia dimensión operaciones logísticas | 23 |
| Tabla 6. | Resultados de frecuencia dimensión gestion de transporte..... | 24 |
| Tabla 7. | Distribucion de frecuencias de cadena logistica y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, callao, 2022..... | 25 |
| Tabla 8. | Distribución de frecuencias de gestión de almacenes y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, callao 2022 | 26 |
| Tabla 9. | Distribución de frecuencias de operaciones logísticas y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, callao 2022 | 27 |
| Tabla 10. | Distribución de frecuencias de gestión de transporte y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, callao 2022..... | 28 |
| Tabla 11. | Correlación entre las variables cadena logística y estrategias competitivas | 29 |
| Tabla 12. | Correlación entre la dimensión gestión de almacenes y la variable estrategias competitivas..... | 30 |
| Tabla 13. | Correlación entre la dimensión operaciones logísticas y la variable estrategias competitivas..... | 31 |
| Tabla 14. | Correlación Entre La Dimensión Gestión de Transporte y la Variable Estrategias Competitivas..... | 32 |

ÍNDICE DE GRÁFICAS Y FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Frecuencia cadena logística..... | 20 |
| Figura 2. Frecuencia estrategias competitivas | 21 |
| Figura 3. Frecuencia gestión de almacenes | 22 |
| Figura 4. Frecuencia operaciones logísticas..... | 23 |
| Figura 5. Frecuencia gestión de transporte..... | 21 |

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar qué relación existe entre la cadena Logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022 y como objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes, operaciones logísticas y gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022. La investigación fue de tipo básica con un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental transversal. La población estuvo conformada por 200 colaboradores especialistas en el área de operadores, almaceneros, administrativos, analista de inventario y coordinadores de una empresa de servicios en transporte de carga – almacenes ubicados en el distrito del Callao, Perú. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario lo que se elaboró en base a cada variable que se estudió y se estableció su validez a través del juicio de expertos y se determinó su confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Los resultados mostraron que el instrumento es válido y confiable para proceder con la investigación. Por otro lado, los resultados del coeficiente Rho de Spearman mostraron que existe una correlación positiva alta ($\rho = 0.430$) y un nivel de significancia menor a 0.05 ($\text{sig} = 0.000$), por lo que se rechazó la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Concluyendo que existe una relación positiva y significativa entre la cadena logística y su relación con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

Palabras clave: cadena logística, estrategias competitivas, almacenamiento y transporte de carga.

ABSTRACT

The present investigation had as a general objective to determine what relationship exists between the Logistics chain with the competitive strategies of a service company in cargo transport - warehouses, Callao 2022 and as specific objectives: Determine the relationship that exists between warehouse management, operations Logistics and transport management with the competitive strategies of a service company in cargo transport - warehouses, Callao 2022. The research was of a basic type with a quantitative approach with a non-experimental cross-sectional design. The population was made up of 200 specialist collaborators in the area of operators, storekeepers, administrators, inventory analysts and coordinators of a cargo transportation services company - warehouses located in the district of Callao, Peru. The data collection technique was the survey and the instrument was the questionnaire, which was elaborated based on each variable that was studied and its validity was established through expert judgment and its reliability was determined using the Cronbach's Alpha coefficient. The results showed that the instrument is valid and reliable to proceed with the investigation. On the other hand, the results of Spearman's Rho coefficient showed that there is a high positive correlation ($\rho = 0.430$) and a significance level of less than 0.05 ($\text{sig} = 0.000$), for which the null hypothesis was rejected and the hypothesis is accepted. alternative. Concluding that there is a positive and significant relationship between the logistics chain and its relationship with the competitive strategies of a service company in cargo transportation - warehouses, Callao 2022.

Keywords: logistics chain, competitive strategies, cargo storage and transportation

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional Sorlózano (2018 pg. 8) argumenta que el operador logístico puede llevar a cabo una relación entre distribuidores y consumidores finales, entre productos y sus proveedores de materias o productos terminados". En otras palabras, la logística nos brinda la oportunidad de acceder a los procesos con el fin de movilizar las mercancías para perfeccionar las operaciones en un tiempo establecido y a su vez ofreciendo un buen servicio el cual pueda satisfacer al cliente, así mismo, el mercado exige que las compañías traten de incorporar con el tiempo la tecnología dentro de sus organizaciones, con el fin de ser eficiente y eficaces en cualquier lugar del mundo. Además, se conoce que la logística lleva procesos en conjunto con los almacenes y transportes de la mercancía, conviene precisar que, tanto en el almacenaje es necesario tener como prioridad los inventarios y stock. Según Gonzáles de la Rosa (2018) nos menciona que "La cadena logística se focaliza en las actividades asociadas con los movimientos y el almacenamiento de mercancías (transporte y almacenamiento)" (p.10). En ese sentido, dichos puntos cuentan con la finalidad de complacer la futura demanda de los clientes, así mismo, una de las estrategias que optan los almacenes son administrar la ocupabilidad con la que cuentan los clientes dentro de los almacenes.

A nivel nacional según Gonzales (2016 p. 5) señala que la importancia de una buena gestión logística radica principalmente en el costo, la atención al cliente y la calidad del servicio, lo que se ha convertido en un objetivo fundamental de los procesos logísticos relacionados con el transporte, esto nos trata de decir que tanto los costes, servicio al cliente y la calidad de servicio son sumamente importantes para poder tener una buena gestión logística. En la actualidad casi todas las organizaciones tienen un almacén logístico, el cual cumple con la función de almacenamiento de productos, al mismo tiempo, este ofrece protección y manejo de stock a las mercancías. Por ello, Calzado, D (enero de 2020 p. 2) nos menciona que la gestión, logística de almacenes establece un proceso complejo que incluye una óptima cantidad de procedimientos y actividades de la función logística, por ello al realizar una gestión logística de almacenes posee procedimientos que a largo plazo se debe analizar y realizar minuciosamente para que se dé un buen resultado. A nivel local, en las empresas que prestan servicios en transporte de Carga

- almacenes en el distrito del Callao, se ve afectado las estrategias competitivas que utilizan con respecto a la logística, eso se debe a que en la actualidad existen procedimientos de los cuales generan re procesos en las operaciones perjudicando únicamente a los clientes que cuentan en diferentes sedes.

La problemática radica en la falta de estrategias, comunicación y confianza por parte de los encargados en las distintas sedes al presentarse problemas durante las operaciones. Así mismo, genera una mala atención con los clientes por el demora en los procesos. Por ende, es de suma urgencia implementar nuevas estrategias con la finalidad de permitir expandirnos y a la vez ganando dominio frente a nuestros competidores.

En ese sentido, se formula como problema general: ¿Qué relación existe entre la Cadena Logística y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022? Y considerando sus problemas específicos planteados son: a.- ¿Qué relación existe entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022? b.- ¿Qué relación existe entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022 ? c.- ¿Qué relación existe entre gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022?

El objetivo general de la investigación es determinar qué relación existe entre la cadena Logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022. Asimismo, se mencionan los objetivos específicos los cuales son: a.- Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022. b.- Determinar la relación que existe entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022. c.- Determinar la relación que existe entre la gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

Se plantea la hipótesis general: Existe relación positiva entre la cadena logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022. Hipótesis específica 1: Ha: Existe relación positiva entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022. Hipótesis específica 2: Ha: Existe relación positiva entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022. Hipótesis específica 3: Ha: Existe relación positiva entre gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

La presente investigación, cuenta con una, justificación metodológica debido a que, nuestro trabajo se considera como fuente fiable de soporte a futuros estudiantes que averigüen una referencia para la, realización de sus proyectos analizando las variables de investigación del presente así mismo será gran aporte académico y será tomado como antecedente relevante para futuras investigaciones en el ámbito internacional y crecimiento económico. Asimismo, también es una justificación práctica porque se estimó establecer información sobre estrategias competitivas que pueden velar para aplicarlas en la cadena logística de transporte carga - almacenes en el centro de estudio. Por último, a nivel social las conclusiones de este presente trabajo llegarán a servir para los empresarios del rubro logístico tales como conocer la forma de una mejora en la gestión, con el fin de implementar estrategias competitivas para mantener la competitividad en el mercado.

II. MARCO TEÓRICO

En relación a los antecedentes nacionales se puede distinguir los siguientes:
Contexto nacional: Neyra y Wong (2022) Documento: El impacto de la certificación de Operador Económico Autorizado (OEA) en el desempeño de la cadena logística de las empresas agroexportadoras peruanas certificadas 2012-2020. El objetivo del estudio es: determinar cómo la certificación de comerciante autorizado (OEA) afecta negativamente la gestión de la cadena logística de las empresas agroexportadoras peruanas certificadas entre 2012 y 2020. Sus métodos utilizaron un diseño transversal de método mixto, no experimental, descriptivo y relacional. Finalmente, se concluyó que el 100% de los operadores certificados autoevalúan continuamente el cumplimiento, el 58,4% realiza capacitaciones de emergencia, el 58,4% inspecciona frecuentemente los contenedores, el 100% fortalece la seguridad de las instalaciones y de la información, y el 91,7% está de acuerdo en que la certificación OEA les permite acreditar su calidad.

Alcantara (2019) Ponencia: Estrategias Competitivas y Satisfacción del Cliente de los Operadores Logísticos Nuevo Transporte, 2018. Los objetivos del estudio son: Determinar el impacto entre la estrategia competitiva del operador Nuevo Transporte y la satisfacción del cliente, 2018. El tipo de metodología obtenida en este estudio pertenece al diseño no experimental transaccional aplicado y causal. Como resultado se concluyó que existe un impacto entre la gestión de costos y la satisfacción del cliente, por lo que existe la necesidad de reducir los costos de ventas, publicidad, proveedores y equipos para gestionar las importaciones y exportaciones del país.

Yarleque (2020) Ponencia: Digitalización de los procesos de documentación en la cadena logística del comercio exterior peruano en el 2020. El objetivo es investigar en qué medida la digitalización del proceso de documentación ha afectado la cadena logística del comercio exterior del Perú en el 2020. Este estudio fue no experimental, utilizando un estudio transversal y un enfoque cuantitativo. Para la recolección de datos se utilizó un grupo conformado por empresas importadoras-exportadoras, depósitos y depósitos aduaneros. Se concluyó que la digitalización de los trámites de documentación tuvo un impacto positivo en la logística del comercio exterior en el Perú en el 2020.

Chavarria (2019) Disertación: Comunicación Comercial y Cadenas Logísticas de Santos Chavarria Vega E.I.R.L, Ventanilla, 2019. Mi objetivo es determinar la relación entre comunicación comercial y cadenas logísticas en Santos Chavarria Vega E.I.R.L, Ventanilla, 2019. La investigación fue no experimental – transversal y sus métodos fueron hipotéticos – deductivos y aplicados con métodos cuantitativos. Se concluyó que la comunicación empresarial tiene una relación positiva significativa con la cadena logística.

Bances y Llasac (2020) Ponencia: Gestión de la cadena logística e innovación en la infraestructura portuaria del Callao, 2015-2019. Tiene como objetivo identificar la relación entre la gestión de la cadena logística y la innovación en infraestructura en el Puerto del Callao del 2015 al 2019. Este estudio es un diseño no experimental y el tipo de investigación es un estudio transversal correlacional cuantitativo. Se concluye que entre 2015 y 2019, la gestión de la cadena logística y las innovaciones en infraestructura en el puerto del Callao lograron resultados positivos.

Contexto Internacional: De la Hoz y Martínez (2017) Tesis: Gestión Logística y Competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas en el Sector de Operaciones Logísticas de la Provincia del Atlántico, trabajo de doctorado realizado en la ciudad de Barranquilla. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la logística y la competitividad de las PYMES del sector de operadores logísticos en las provincias atlánticas. Se aplica, métodos cuantitativos de correlación descriptiva versus diseño no experimental, de corte transversal. Se concluyó que las estructuras empresariales exitosas cuentan con estrategias competitivas como la reducción de costos y la satisfacción del cliente. Por otro lado, recomienda revisar los procedimientos para el traslado de mercancías desde el lugar de producción hasta el destino, así como es necesario analizar los tiempos de entrega y los volúmenes de producción.

Bolagay (2015) Disertación: Centro Logístico Santa Elena y su Aporte a la Gestión de la Cadena de Suministro de la Armada Provincial. El trabajo de diploma se realiza en Ecuador. Su propósito fue analizar el aporte del Centro Logístico Santa Elena a la gestión de la cadena de suministro de la Armada. Es un método interpretativo cuantitativo que utiliza un diseño no experimental. Para la recolección de datos se realizó una encuesta poblacional basada en entrevistas y encuestas en el centro logístico. Las conclusiones de la investigación y análisis del proceso de implementación del centro logístico corresponden al posicionamiento de la logística a nivel nacional.

Cabrera (2017) Tesis: Estrategias Competitivas para la Construcción de un Negocio de Eventos Sociales en Querétaro. El trabajo del Maestro se está llevando a cabo en México. Tiene como objetivo analizar la creación y desarrollo de start-ups en Querétaro como resultado del crecimiento acelerado de la economía global. El estudio es tanto bibliográfico como experimental. Se concluye que el negocio es rentable porque se logra una tasa interna de interés del 22%.

Fernández y Madueño (2020) Tesis: Cadena logística y su impacto en la competitividad de importadores chinos de vidrio flotado, 2015-2019. Su propósito es determinar el impacto de la cadena logística en la rivalidad de los importadores chinos de vidrio flotado en 2015-2019. Esta investigación es no experimental y pertenece a la investigación aplicada utilizando métodos cuantitativos. Se determinó que la cadena logística tuvo un efecto benéfico en la rivalidad de las entidades importadoras de vidrio durante el período analizado, siendo la gestión del transporte y la gestión de almacenes las acciones logísticas que más contribuyeron a su rivalidad.

En una teoría propuesta para la primera variable de la cadena logística, Blanco et al. (2021) que "la función central de la logística se basa en la suficiencia de la entidad para entregar productos a los consumidores en el lugar y momento correctos" (p. 2). De lo anterior, se puede comentar que la logística son los periodos y sucesiones desde que el producto está en su estado crudo hasta el abastecedor y luego hasta el cliente. Esto también se aplica a los procedimientos de almacenamiento y envío de mercancías.

Todas estas variedades de canales que ofrece para poder transmitir los mensajes, es parten del cambio que brinda esta herramienta. Por ende, la teoría presentada se sustenta en las siguientes dimensiones:

- 1) Gestión de Almacenes, Es una llave imprescindible en logística porque se encarga de recoger el código recibido durante la importación o exportación para determinarlo simultáneamente desde la recepción hasta el envío, lo que protege mejor el producto. Villagra (2021) definió que para nosotros lo que en la gestión de almacenes es reducir el tiempo de las operaciones de almacenamiento, los servicios de comunicación, los procesos visualizados y el control de mercancías, por otro lado, una de las fortalezas de la empresa es recopilar datos y SKU para ubicarlos físicamente mejor y colocarlos en el medio del sistema (p.5). Eso quiere decir, el rendimiento del almacén está relacionado con la cantidad de órdenes de almacén ejecutadas el día del ajuste del almacén. Así mismo, es fundamental verificar y ejecutar los planes logísticos a través de los cuales se realiza la planificación de inventarios, la gestión de compras, la recepción de mercancías, el envío, la recepción de servicios de terceros, la entrega y la atención al cliente. Ballesteros (2018), plantean que la actividad logística por el momento no es una funcionalidad que hace su administración ante los reclamos emergentes de los consumidores, la producción y las otras funciones de la entidad (p.2). Por lo tanto, se encuentran los siguientes indicadores:

- a) Rendimiento, Según Juárez y Palpa (2020), nos menciona que el rendimiento laboral es importante en una entidad ya que se puede examinar la productividad en recursos humanos, del mismo modo, se define lo que se crea y los canales empleados, entre los mismos, puede tener en cuenta el lapso, entendimiento y la entrega dedicada para el logro del objetivo (p.37). Es decir, el rendimiento laboral es primordial para conseguir las metas en la organización, debido a que, con un óptimo rendimiento los resultados van a ser más efectivos, tanto en tiempos como en los productos.
- b) Relaciones clientes-proveedores, según Alania (2017), nos comenta que dicho punto es una clave fundamental en la cual se debe conservar la relación entre los clientes y proveedores, ya que permite el éxito de las empresas y la buena finanza. Así mismo, la finalidad de dichas relaciones es la de desarrollarla calidad y descartar las insatisfacciones presentes de los consumidores (p.43). En ese sentido, las buenas colaboraciones son primordiales para una buena negociación, ya que sin esto podría ser difícil o imposible el aumento en los negocios que se plantean planes que se desean realizar.
- c) Rentabilidad, según Espinoza y Ruiz (2020), nos comenta que se relaciona a la capacidad que poseen las organizaciones para producir ganancias, sin embargo, refleja cuán bueno o malo es el manejo comercial, de igual manera es un asunto central que preocupa a todas las partes interesadas (p.23). Esto nos dice que, gracias a la rentabilidad podemos obtener ganancias y utilidades que son de mucho beneficio para la empresa.
- 2) Operaciones Logísticas, según Espinoza (2020), mencionan que la gestión de operaciones es un mecanismo para ayudar a las empresas a ser más productivas, así, durante la revolución industrial, las máquinas facilitaron que las fábricas fueran productivas, provocando ineficiencias en la producción (p.10). Es decir, mejora la productividad en las corporaciones llevándolas de esta manera a un mejor desempeño. En este sentido se tiene como indicadores:
- a) Productividad; según Galiana (2021), nos afirma que actualmente, más de 34 de los almacenes de operadores de servicios logísticos y centros de distribución y otras operaciones logísticas no utilizan ningún método o tecnología básica para controlar y aumentar la productividad, lo que genera mayores costos y pérdidas en toda la competitividad de la cadena de suministro y pérdida de competitividad en el sector (párr.1). Es decir que, se encarga de la medición relativa y compara las operaciones entre los periodos que conlleven. Así mismo, es un factor el cual se responsabiliza en medir la productividad parcial del recurso humano como por ejemplo la mano de obra.

b) Almacenamiento; según López (2019), nos indica que la logística de almacén es la encargada de la dirección y planificación de todo lo relacionado con los elementos, mercancías o materias primas que recibe la organización para desarrollar sus actividades (párr.1). Es decir, está encargada de mantener los productos en correcto estado con el fin de que todo funcione de manera positiva en la empresa.

c) Servicios logísticos; según Saurin y Pomar (2020), nos mencionan que los servicios de logística, fletes y mensajería son requeridos por una gran cantidad de usuarios, por lo que las empresas de mensajería están tratando de adaptarse al mercado para que los consumidores puedan recibir servicios de calidad de acuerdo a sus necesidades, porque cuantos más (clientes) en los lugares de dónde vienen. Cuanto más alto, más información se necesita, la demanda aumentará, porque la precisión del destino determina la calidad, la seguridad y el tiempo del servicio (párr. 1). Es decir que, estos servicios prestados cubren diversas funciones, como el transporte de mercancías, las funciones de almacenamiento, el embalaje. Asimismo, se deben definir los parámetros necesarios en el flujo del proceso para asegurar que los consumibles se mantengan en el estado especificado por el fabricante.

3) Gestión de transporte; según SimpliRoute (2022), nos indica que se encarga en el procedimiento de seleccionar a través de una estrategia los medios del traslado que se utilizarán en los movimientos del despacho de productos o insumos (párr.4). Es decir, nos permite llevar los procesos logísticos de manera eficiente y rápida, respondiendo a las necesidades de los clientes. En este sentido se tiene como indicadores:

a) Importaciones; según Kiziryan (2015), nos comenta que la adquisición de productos o mercancías reguladas por todos los países para la importación, de esta forma, hay varios acuerdos entre países para determinar normativas que son beneficiosas para los países que se integran. La Unión Europea es uno de los ejemplos más claros (párr.3). Esto nos dice que, existen condiciones para la entrada de productos a los países que tienen convenios entre ellos, estos pueden ser de dos o más.

b) Distribución; según Coll (2021), nos afirma que la distribución es un elemento esencial en el mundo de negocios. Por distribución nos referimos a todas las actividades que tienen lugar desde la producción de un producto hasta que llega a las manos del cliente final (párr.1). Es decir, es de suma importancia ya que este relaciona al consumidor con el producto, poniéndolos en contacto, facilitando su proceso de entrega y satisfaciéndose.

c) Optimización de costos, según Piccioni (2021), nos comenta que la optimización de costos es aplicable a partir de lo individual hasta lo más global en empresas y es necesaria para poder crear eficiencia y reinversión, potenciando los productos y servicios y mejorando la competitividad (párr. 5). Es decir, nos ayuda a deducir los factores económicos convenientes para las empresas y así crear una mejora en su competitividad dentro de ellas. Por otro lado, las principales teorías que sustentan la variable Estrategia competitiva de los cuales destacan la siguiente: Según Pérez (2021), plantea que la estrategia competitiva es el plan a largo plazo de una empresa para ayudarlo a aprovechar las fortalezas, evolucionar las nuevas capacidades, así mismo, utilizar las ocasiones que habrá en el transcurso del tiempo para obtener una posición ventajosa en el mercado (párr. 5). De lo indicado podemos comentar que, esto nos brindará beneficios para que la empresa sea más sobresaliente a través de un valor agregado y poder posicionar la empresa dentro del mercado. Todas estas variedades de canales que ofrece para poder transmitir los mensajes.

La definición acompaña 3 dimensiones dentro de ella tenemos:

- 1) Toma de decisiones, según Laoyan (2021), nos comenta que dicho proceso es conocido como 'decisión making', debido a que es un procedimiento que se encarga en recaudar la investigación, evaluar alternativas y, luego, tomar la mejor decisión final posible (párr.1). Es decir, nos ayuda a definirlos problemas y a optar por una decisión previendo los resultados, de acuerdo a la situación presentada. Por lo tanto, se encuentran los siguientes indicadores:
 - a) Procesos, según Westreicher (2020) nos indica que es una secuencia de actividades planificadas que se realizan las personas para alcanzar un objetivo determinado con valor agregado el cual se requiera para cubrir las necesidades de los consumidores (párr. 1). En otros términos, son una secuencia de pasos que tienen por finalidad un resultado particular y esta se adapta a diversos entornos.
 - b) Costo por proceso, según Jaimes (2016), menciona que si bien es complicado determinar el costo en este proceso, la manera de realizar el costeo implica sencillamente hacer el cálculo de costo promedio, esta se divide en tres fases: la medición de la producción obtenida en el periodo; la medición de los costos incurridos en el periodo y calcular los costos promedio total repartido a lo largo de la producción (párr. 5). Es decir, este es un sistema de costos por departamento que se da por un tiempo determinado.
 - c) Asertividad, según Pradas (2020), nos define que es una facultad social en la que aprendemos a manifestar los sentimientos, emociones, descubrimos la forma de respetarnos sin actuar de manera impetuosa (párr. 5). Es decir, nos ayuda a expresarnos de manera libre sin agresiones y respetando los sentimientos ajenos.

- 1) Marketing y ventas, según Pérez (2020), nos menciona que la relación entre marketing y ventas es tan angosta que en muchos casos es mejor integrar las estrategias de ambos departamentos, ya que esto facilitará la obtención de los objetivos de rentabilidad planteados a nivel general (p.1). Es decir, que al vincular el marketing y las ventas los resultados serán más favorables debido a que ambos se complementarán para obtener mejores resultados. Por lo tanto, se encuentran los siguientes indicadores:
 - a) Eficiencia, según Gestión (2022), nos define la capacidad entre los recursos aprovechados en un proyecto y los triunfos obtenidos con él ocurre cuando se utilizan menos recursos con una finalidad de alcanzar un mismo objetivo (p.3). Es decir, este se utiliza para lograr un objetivo propuesto mediante recursos que pueden ser considerados como una mejor alternativa.
 - b) Satisfacción del cliente, según Hammond (2022), nos define que es una medida de la respuesta del consumidor en relación a un servicio o producto de una marca en particular. Las calificaciones son una referencia para la mejora del servicio que se les ofrece y para conocer a detalle lo que requieren (p. 1). En otras palabras, es el grado de cumplimiento que tienen los productos o servicios de una organización al cumplir con expectativa las cuales son medidas por los mismos clientes,
 - c) Innovación, según Peiró (2019), nos menciona que es un procedimiento que se encarga en transformar los recursos, ideas o protocolos que ya existen, con la finalidad de mejorarlos o creando otros para que de una manera u otra afectan de forma adecuado en el mercado” (párr. 1). Es decir, se encarga de la creación de nuevas ideas, mejorando y dando un nuevo valor a las cosas.
 - d) Planeación estratégica, según Quiroa (2020), nos define que la planificación estratégica es la herramienta usada por las empresas como un proceso sistemático que permite la formulación e implementación de planes para alcanzar los objetivos planteados (p.1). Es decir, nos ayuda a establecer los objetivos para las acciones que se utilizaran a largo plazo. Por lo tanto, se encuentran los siguientes indicadores:

e) Calidad de servicio, según Cardozo (2021), nos define que es un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a perfeccionar el servicio al cliente, así como la relación entre los clientes y las marcas (p. 5). Es decir, nos ayuda a cumplir con las necesidades del cliente creando una relación duradera mediante la práctica de actitudes positivas a la hora de brindar el servicio.

f) Oportunidades de mercado, según Euroinnova (2020), nos menciona que la oportunidad de Mercado es aquella necesidad que tiene un consumidor por el cual la compañía se encarga de satisfacer de una manera beneficiosa, así mismo, puede servir para emprender nuevos negocios (p.2). Eso quiere decir, la ventaja de una oportunidad es rentable para el crecimiento de una empresa, así mismo, se debe de identificar mediante un modelo de negocio el cual es evaluado identificando las necesidades de los consumidores.

g) Valor agregado, según Méndez (2020), nos define que el valor agregado es la rentabilidad adicional que obtiene un servicio como respuesta de un cambio que ha logrado (p.1). En otras palabras, es aquel servicio extra con el que cuenta una mercancía. Así mismo, se encarga de dar un mayor valor comercial, con la finalidad de captar nuevos clientes y obtener más posicionamiento en el mercado, dicho punto llega a ser elemento clave de diferenciación frente a la competencia.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación que se realiza es fundamental porque se basa en formular teorías nuevas o antiguas y luego modificarlas para demostrar la credibilidad y coherencia de nuestro trabajo.

Según Calderón y Alzamora (2010): "A esta se le llama investigación pura, especulativa o doctrinal. Se sabe partir de un marco teórico y continuar dentro de él. Su finalidad es establecer la teoría científica" (p. 44).

Este método de investigación es cuantitativo ya que será demostrativo y secuencial. Por lo tanto, esta investigación se puede complementar con este método para hacerlo bien.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que "La investigación cuantitativa asume que el conocimiento debe ser objetivo y que se genera en un proceso deductivo usando mediciones numéricas y análisis estadístico secuencial, contrario a las hipótesis pre-formuladas". Inspección." (p. 4).

Utiliza un diseño no experimental porque en ningún momento se manipulan las variables para ver sus efectos positivos o negativos entre sí.

Maldonado (2016) afirma: “La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular intencionalmente las variables de estudio. En este tipo de investigación los sujetos no son expuestos a ninguna condición o estímulo, son observados en su ambiente natural, dependiendo del enfoque del estudio.

También es lateral porque los datos se recolectan una sola vez cuando se realiza, de igual manera es importante porque es un tipo de investigación que pretende evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables.

Según Montano (2019), dice que un estudio transversal es un método no experimental de recolección y análisis de datos en un momento específico. Es ampliamente utilizado en las ciencias sociales para identificar a las sociedades humanas como sujeto. A diferencia de otros tipos de investigación, como los estudios longitudinales, los estudios transversales limitan la recolección de información a un solo período” (Hernández, 2003, p. 13).

3.2 Variables y operacionalización

V1. CADENA LOGISTICA

Como definición conceptual de esta variable, nos referimos logística más directo en el sentido de que los productos se encuentran en materia prima hasta el proveedor y llegando al cliente. Por ello, abarca los procedimientos del almacenamiento y transporte de la mercancía (Blanco et al., 2021, p.2).

La variable: cadena logística posee 3 de las cuales serán aplicadas en esta investigación.

Gestión de almacenes se puede definir como operaciones de almacenamiento en tiempos reducidos, se plasma en el proceso y control de los productos, por otro lado, una de las ventajas que poseen las compañías es en seleccionar los datos o SKU's y ubicarlo de acorde al físico como en el software que se manejen (Villagra, 2021, p. 5).

Operaciones logísticas, se define como un mecanismo que contribuye a las empresas a ascender su rendimiento; es así que durante la etapa de la revolución industrial la maquinaria proporcione que las fábricas incrementen su productividad haciendo una ineficiencia en su producción (Espinoza, 2020, p. 2).

Por último, Gestión de transporte, es un procedimiento de elegir a través de una estrategia los medios del traslado que se usaran en los movimientos del despacho de mercadería (SimpliRoute, 2020, p. 4).

V2: ESTRATEGIASCOMPETITIVAS

Como definición conceptual de esta variable, estrategias lo definen como tácticas de un instrumento para que la empresa sea más sobresaliente a través de un valor agregado y poder posicionar la compañía dentro del mercado así sea ofreciendo un producto al precio mínimo (ventaja de costo) u ofreciendo productos o servicios con atributos únicos apreciables por los consumidores (Quero, 2008, p.3).

La variable: estrategias competitivas posee 3 dimensiones de las cuales usaremos en esta investigación.

Toma de decisiones se define como 'decisión making', ya que es un método que se delega en recaudar la investigación, evaluar alternativas y, después, tomar la mejor elección final viable. O sea, nos ayuda a conceptualizar los inconvenientes y a optar por una elección previendo los resultados, según el caso presentada (Laoyan, 2021, párr. 4).

El marketing y las ventas están tan estrechamente relacionados que en muchos casos es mejor integrarlos en estrategia para ambos sectores, ya que ayudará a lograr el objetivo del resultado se establece a nivel general, es decir, en comparación con los resultados de marketing y ventas serán más favorables porque complemento para mejores resultados (Pérez, 2020, párr. 1).

Por último, la planificación estratégica es una herramienta utilizada por las organizaciones como un proceso sistemático que puede ser desarrollado e implementado un plan para conseguir los objetivos marcados, es decir, nos ayuda a formar uso a largo plazo del objetivo de actividad (Quiroa, 2020, párr. 1).

3.3 Población, muestra

Para Tamayo (2012) nos comenta que la población se define como la integridad de recursos de un análisis, de igual manera, tiene la integridad de unidades de estudio que conforman con el fin de implantar el análisis de un grupo N de entidades que participan de una cierta característica.

La población de análisis va a estar constituida por 200 colaboradores expertos de operadores, dueños de tiendas, gerentes, analistas de almacenes y coordinadores de empresas de despacho ubicados en la región del Callao en Perú.

De la misma forma, la muestra va a ser censal debido a que, Ramírez (1997) nos comenta que, esa muestra es en donde las unidades seleccionadas para la averiguación son consideradas como muestra". Gracias a esto, se considerarán los 99 ayudantes, o sea se va a tener en cuenta el 100% poblacional.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para este trabajo de averiguación, se usó la técnica de la encuesta, en este sentido Méndez (2009) nos sugiere que, la encuesta se usa para recabar datos mediante cuestionarios, la cual se ocupa de recabar los datos de forma sistemática. De igual manera, autoriza el razonamiento de los incentivos, la conducta y el dictamen de las personas relacionadas para investigación" esto nos plantea que, la encuesta es un modo seguro de recabar datos que nos van a permitir conocer mejor a los habitantes.

Nuevamente, el instrumento utilizado es un cuestionario, por lo que, según Hernández Sampieri, "El cuestionario es el instrumento más empleado para recolectar datos y consiste en un grupo de preguntas sobre las variables a medir". El cuestionario se mide utilizando una escala de Likert con calificaciones de "Nunca", "Pocas veces", "Algunas veces", "Casi siempre" y "Siempre".

Se informó a tres jueces expertos para comprobar la validez del contenido siguiente: carta de presentación, definición de las dos variables y sus respectivas dimensiones, excluyendo la matriz operacionalización de las variables, demostrando la efectividad del instrumento y protocolos de evaluación final para los siguientes profesionales:

Dra. Loralinda Leonor Caveró Egusquiza Vargas

Dr. Máximo Fidel Pasache Ramos

Dr. Armando Leiva Tarazona

En la evaluación los jueces expertos dieron un resultado de 80%, se adjunta los documentos y las tablas por anexo. Se validó el instrumento con el estadístico Alpha de Cronbach con un 75,7% de validez que se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 1

Alpha de Cronbach

Resumen del procesamiento de los casos

| | | N | % |
|---------|------------------------|----|-------|
| Válidos | | 20 | 100,0 |
| Casos | Excluidos ^a | 0 | ,0 |
| Total | | 20 | 100,0 |

a. Eliminación por lista basada en todas las Variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,590 | 18 |

3.5 Procedimiento.

En lo que respecta al procedimiento, iniciará a través de la identificación del problema, para reconocer de qué manera la cadena logística se relaciona con estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022, para lo cual se considerarán diversos trabajos previos, teorías y una serie de conceptos que brindan apoyo a la investigación, a su vez, se utilizarán diversas fuentes de información, tanto físicas como virtuales, artículos científicos nacionales e internacionales.

Asimismo, se reunirá información a través del instrumento aplicado a los 20 colaboradores, con el fin de analizarlos, estudiarlos y plasmarlos en nuestro trabajo de investigación, de esta manera poder realizar las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo.

3.6 Método de análisis de datos.

Luego de recopilar los datos sobre variables de cadena logística y estrategias competitivas, el método realizado es el estudio anterior con método cuantitativo, de los cuales fueron obtenidos añadiendo los resultados en Excel. Al culminar el análisis del problema se consideraron los datos obtenidos los cuales fueron planteados en la encuesta en la cual se realizó la medición según la escala de Likert (1: Nunca; 2: Pocas veces 3: A veces; 4: casi siempre, 5: siempre). Asimismo, se utilizará el Software llamado SPSS el cual nos brindará los resultados de correlación y confiabilidad de los cuestionarios.

3.7 Aspectos éticos

En nuestro trabajo de investigación se realizó de acuerdo a las normas APA (Séptima edición), con la cual se realizó una correcta redacción en las referencias bibliográficas, asimismo se confirmaron que las fuentes utilizadas fueron confiables teniendo en cuenta los principios éticos y tomándose el debido respeto.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo univariado

Tablas de frecuencia

Objetivo general: Determinar qué relación existe entre la cadena Logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

Tabla 2

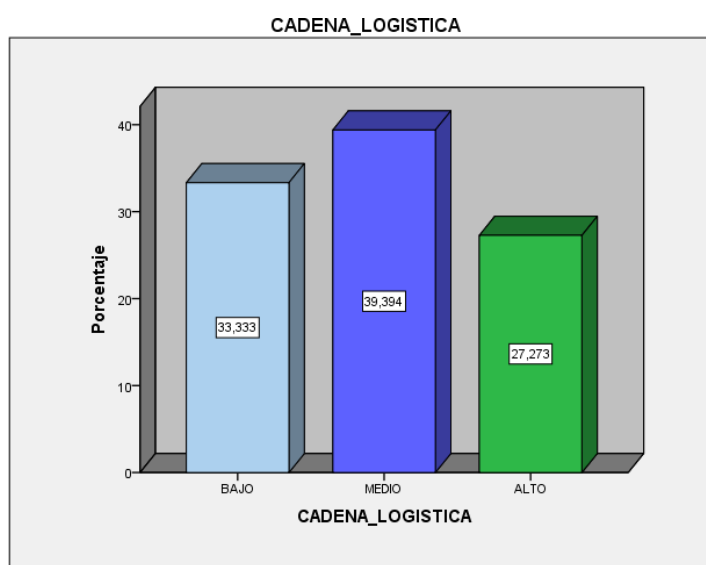
Resultados de frecuencia cadena logística

| | | Cadena logística | | | |
|---------|-------|------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | BAJO | 33 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | MEDIO | 39 | 39,4 | 39,4 | 72,7 |
| | ALTO | 27 | 27,3 | 27,3 | 100,0 |
| | Total | 99 | 100,0 | 100,0 | |

Elaboración: Software SPSS versión 25

Figura 1

Frecuencia cadena logística



En el gráfico, se puede observar que existen 99 colaboradores de una empresa en servicio de transporte carga – almacenes, Callao de las cuales 33 encuestados (33.3%) indican que la Cadena Logística demuestra un nivel bajo, 39 encuestados (39.4%) indican que su nivel es medio y por último 27 encuestados (27.3%) indican que su nivel es alto, reflejando de esta manera que la Cadena logística es medio entre los encuestados.

Tabla 3

Resultados de frecuencia estrategias competitivas

| ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS | | | | | |
|--------------------------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | BAJO | 49 | 49,5 | 49,5 | 49,5 |
| | MEDIO | 27 | 27,3 | 27,3 | 76,8 |
| | ALTO | 23 | 23,2 | 23,2 | 100,0 |
| | Total | 99 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 2

Frecuencia estrategias competitivas



En el gráfico, se puede observar que existen 99 colaboradores de una empresa en servicio de transporte carga – almacenes, Callao, de las cuales 49 encuestados (49.5%) indican que las estrategias competitivas demuestran un nivel bajo, 27 encuestados (27.3%) indican que su nivel es medio y por último 23 encuestados (23.2%) indican que su nivel es alto, reflejando de esta manera que la estrategia competitiva es baja entre los encuestados.

OBJETIVO ESPECIFICO 1: Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

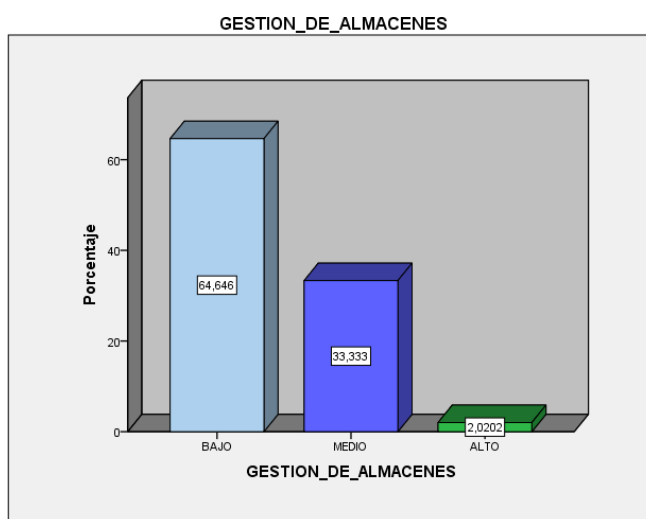
Tabla 4

Resultados de frecuencia dimensión gestión de almacenes

| GESTION_DE_ALMACENES | | | | | |
|----------------------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | BAJO | 64 | 64,6 | 64,6 | 64,6 |
| | MEDIO | 33 | 33,3 | 33,3 | 98,0 |
| | ALTO | 2 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 99 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 3

Frecuencia gestión de almacenes



En el gráfico, se puede observar que existen 99 colaboradores de una empresa en servicio de transporte carga – almacenes, Callao, de las cuales 64 encuestados (64.6%) indican que la gestión de almacenes demuestra un nivel bajo, 33 encuestados (33.3%) indican que su nivel es medio y por último 2 encuestados (2%) indican que su nivel es alto, reflejando de esta manera que la gestión de almacenes es baja entre los encuestados.

OBJETIVO ESPECIFICO 2: Determinar la relación que existe entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

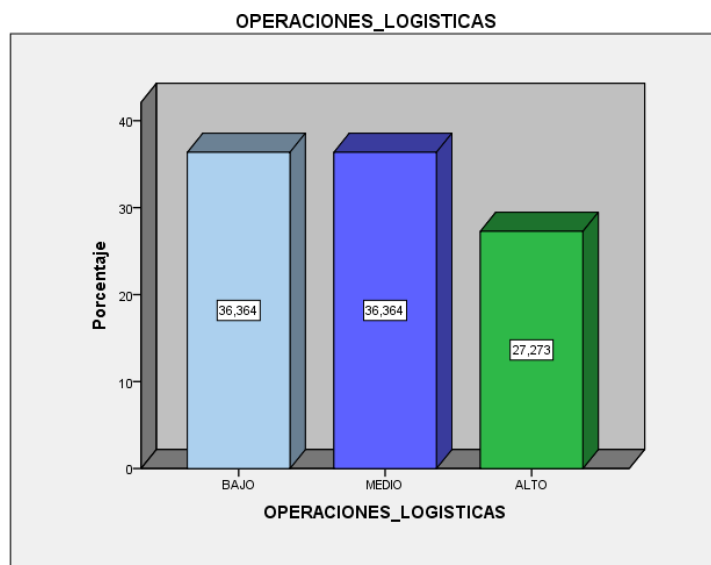
Tabla 5

Resultados de frecuencia dimensión operaciones logísticas

| OPERACIONES_LOGISTICAS | | | | | |
|------------------------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | BAJO | 36 | 36,4 | 36,4 | 36,4 |
| | MEDIO | 36 | 36,4 | 36,4 | 72,7 |
| | ALTO | 27 | 27,3 | 27,3 | 100,0 |
| | Total | 99 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 4

Frecuencia operaciones logísticas



En el gráfico, se puede observar que existen 99 colaboradores de una empresa en servicio de transporte carga – almacenes, Callao, de las cuales 36 encuestados (36.4%) indican que las operaciones logísticas demuestran un nivel bajo, 36 encuestados (36.4%) indican que su nivel es medio y por último 27 encuestados (27.3%) indican que su nivel es alto, reflejando de esta manera que las operaciones logísticas son baja y medio entre los encuestados.

OBJETIVO ESPECIFICO 3: Determinar la relación que existe entre la gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

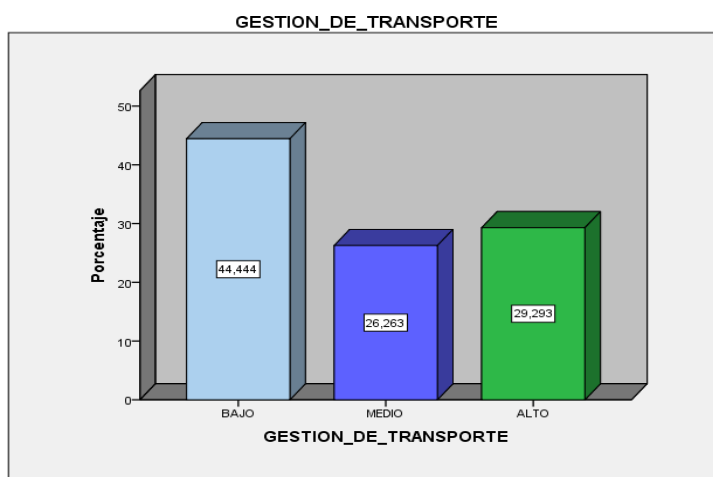
Tabla 6

Resultados de frecuencia dimensión gestión de transporte

| GESTION_DE_TRANSPORTE | | | | |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | BAJO | 44 | 44,4 | 44,4 |
| | MEDIO | 26 | 26,3 | 70,7 |
| | ALTO | 29 | 29,3 | 100,0 |
| | Total | 99 | 100,0 | 100,0 |

Figura 5

Frecuencia gestión de transporte



En el gráfico, se puede observar que existen 99 colaboradores de una empresa en servicio de transporte carga – almacenes, Callao, de las cuales 44 encuestados (44.4%) indican que la gestión de transporte demuestra un nivel bajo, 26 encuestados (26.3%) indican que su nivel es medio y por último 29 encuestados (29.3%) indican que su nivel es alto, reflejando de esta manera que la gestión de transporte es baja entre los encuestados.

4.2 Análisis descriptivo bivariado

TABLAS CRUZADAS

OBJETIVO GENERAL: Determinar qué relación existe entre la cadena Logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

Tabla 7

Distribución de frecuencias de las variables Cadena Logística y Estrategias competitivas

| | | ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS | | | Total | |
|------------------|-------------|--------------------------|-------|-------|--------|-------|
| | | BAJO | MEDIO | ALTO | | |
| CADENA_LOGISTICA | BAJO | Recuento | 28 | 3 | 2 | 33 |
| | | % del total | 28,3% | 3,0% | 2,0% | 33,3% |
| | MEDIO | Recuento | 13 | 14 | 12 | 39 |
| | | % del total | 13,1% | 14,1% | 12,1% | 39,4% |
| | ALTO | Recuento | 8 | 10 | 9 | 27 |
| | | % del total | 8,1% | 10,1% | 9,1% | 27,3% |
| Total | Recuento | 49 | 27 | 23 | 99 | |
| | % del total | 49,5% | 27,3% | 23,2% | 100,0% | |

Elaboración: Software SPSS versión 25

En la tabla N°7 se observa del total de los encuestados el 33.3% afirman que, la cadena logística es bajo y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 28.3% bajo, 3,0% medio y 2,0% alto, luego el 39.4% afirman que la cadena logística es medio y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas 13.1% bajo, 14.1% medio y 12.1% alto y finalmente el 27.3% afirman que la cadena logística es alto y también en ese momento afirman que las estrategias competitivas es 8.1% alto, 10.1% medio y 9.1% alto y en general del 100% de los encuestados afirman que las estrategias competitivas es 49.5% bajo, 27.3% medio y 23.2% alto.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

Tabla 8

Distribución de frecuencias de la dimensión gestión de almacenes y la variable estrategias competitivas

| | | ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS | | | Total | |
|----------------------|-------------|--------------------------|-------|-------|--------|-------|
| | | BAJO | MEDIO | ALTO | | |
| GESTION_DE_ALMACENES | BAJO | Recuento | 37 | 12 | 15 | 64 |
| | | % del total | 37,4% | 12,1% | 15,2% | 64,6% |
| | MEDIO | Recuento | 11 | 14 | 8 | 33 |
| | | % del total | 11,1% | 14,1% | 8,1% | 33,3% |
| | ALTO | Recuento | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | | % del total | 1,0% | 1,0% | 0,0% | 2,0% |
| Total | Recuento | 49 | 27 | 23 | 99 | |
| | % del total | 49,5% | 27,3% | 23,2% | 100,0% | |

Elaboración: Software SPSS versión 25

Como se observa del total de los encuestados el 64.6% afirman que la gestión de almacenes es bajo y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 37.4% bajo, 12.1% medio y 15.2% alto, luego el 33.3% afirman que la gestión de almacenes es medio y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 11.1% bajo, 14.1% medio y 8.1% alto y finalmente el 2% afirman que la gestión de almacenes alto y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 1.0% bajo, 1.0% medio y 0.0% alto y en general del 100% de los encuestados afirman que las estrategias competitivas es 49.5% bajo, 27.3% medio y 23.2% alto.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Determinar la relación que existe entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

Tabla 9

Distribución de frecuencias de la dimensión operaciones logísticas y variable estrategias competitivas

| | | ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS | | | Total | |
|------------------------|-------------|--------------------------|-------|-------|--------|-------|
| | | BAJO | MEDIO | ALTO | | |
| OPERACIONES_LOGISTICAS | BAJO | Recuento | 25 | 7 | 4 | 36 |
| | | % del total | 25,3% | 7,1% | 4,0% | 36,4% |
| | MEDIO | Recuento | 15 | 15 | 6 | 36 |
| | | % del total | 15,2% | 15,2% | 6,1% | 36,4% |
| | ALTO | Recuento | 9 | 5 | 13 | 27 |
| | | % del total | 9,1% | 5,1% | 13,1% | 27,3% |
| Total | Recuento | 49 | 27 | 23 | 99 | |
| | % del total | 49,5% | 27,3% | 23,2% | 100,0% | |

Elaboración: Software SPSS versión 25

Como se observa del total de los encuestados el 36.4% afirman que las operaciones logísticas es bajo y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 25.3% bajo, 7.1% medio y 4.0% alto, luego el 36.4% afirman que las operaciones logísticas es medio y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 15.2% bajo, 15.2% medio y 6.1% alto y finalmente el 27.3% afirman que las operaciones logísticas es alto y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 9.1% bajo, 5.1% medio y 1.1% alto y en general del 100% de los encuestados afirman que las estrategias competitivas es 49.5% bajo, 27.3% medio y 23.2% alto.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Determinar la relación que existe entre la gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

Tabla 10

Distribución de frecuencias de dimensión gestión de transporte y la variable estrategias Competitivas

| | | ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS | | | Total | |
|-----------------------|-------------|--------------------------|-------|-------|--------|-------|
| | | BAJO | MEDIO | ALTO | | |
| GESTION_DE_TRANSPORTE | BAJO | Recuento | 31 | 6 | 7 | 44 |
| | | % del total | 31,3% | 6,1% | 7,1% | 44,4% |
| | MEDIO | Recuento | 9 | 11 | 6 | 26 |
| | | % del total | 9,1% | 11,1% | 6,1% | 26,3% |
| | ALTO | Recuento | 9 | 10 | 10 | 29 |
| | | % del total | 9,1% | 10,1% | 10,1% | 29,3% |
| Total | Recuento | 49 | 27 | 23 | 99 | |
| | % del total | 49,5% | 27,3% | 23,2% | 100,0% | |

Elaboración: Software SPSS versión 25

Como se observa el total de los encuestados el 44.4% afirman que la gestión de transporte es bajo y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 31.3% bajo, 6.1% medio y 7.1% alto, luego el 26.3% afirman que la gestión de transporte es medio y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 9.1% bajo, 11.1% medio y 6.1% alto y finalmente el 29.3% afirman que la gestión de transporte es alto y en ese momento también afirman que las estrategias competitivas es 9.1% bajo, 10.1% medio y 10.1% alto y en general del 100% de los encuestados afirman que las estrategias competitivas es 49.5% bajo, 27.3% medio y 23.2% alto.

4.3 Análisis inferencial

Prueba de normalidad cadena logística y estrategias competitivas

| | Pruebas de normalidad | | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| CADENA_LOGISTICA | ,137 | 99 | ,000 | ,944 | 99 | ,000 |
| ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS | ,106 | 99 | ,008 | ,984 | 99 | ,262 |

a. Corrección de la significación de Lilliefors

ANÁLISIS DE LA HIPÓTESIS GENERAL: Existe relación positiva entre la cadena logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

H0. No existe relación positiva entre la cadena logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022

H1. Existe relación positiva entre la cadena logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

TIPO DE PRUEBA: RHO DE SPEARMAN

Tabla 11

Correlación entre las variables Cadena Logística y Estrategias competitivas

Correlaciones

| | | CADENA_LO GISTICA | ESTRATEGIAS_ COMPETITIVAS |
|--------------------|--------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Rho de Spearman | CADENA_LOGISTICA | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,430** |
| | | N | . |
| | ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS | Coeficiente de correlación | ,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,430** |
| | | N | ,000 |
| | | N | 99 |
| | | | 99 |

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

La Tabla 11 indica el nivel de correlación entre las variables Cadena Logística y Estrategias Competitivas, teniendo así un coeficiente de correlación de 0,430 por las dos partes esto quiere decir que existe un alta positiva correlación, también se observa que la significancia bilateral es < 0.000 que es menor que el nivel previsto de $\alpha = 0.05$ por lo que rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, esto quiere decir que existe relación positiva entre la cadena logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

ANÁLISIS DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1: Existe relación positiva entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

H0: No existe relación positiva entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

H1: Existe relación positiva entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

TIPO DE PRUEBA: RHO DE SPEARMAN

Tabla 12

Correlación entre la dimensión Gestión de almacenes y la variable Estrategias

Correlaciones

| | | GESTIÓN_DE ESTRATEGIAS ALMACENES _COMPETITIV AS | | |
|--------------------|--------------------------|---|-------|-------|
| Rho de Spearman | Gestion_de_almacenes | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,546 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,003 |
| | | N | 99 | 99 |
| | Estrategias_competitivas | Coeficiente de correlación | ,546 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,003 | . |
| | | N | 99 | 99 |

La Tabla 12 indica el nivel de correlación entre la dimensiones gestión de almacenes y la variable estrategias competitivas, teniendo así un coeficiente de correlación de 0,546 en ambas partes, esto quiere decir que existe un alta positiva correlación, también se puede notar que la significancia bilateral es < 0.000 que es menor que el nivel previsto de $\alpha = 0.05$ por lo que rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, esto quiere decir que existe relación positiva entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

ANÁLISIS DE HIPÓTESIS ESPECIFICA 2: Existe relación positiva entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

H0: No existe relación positiva entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

H1: Existe relación positiva entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

Tabla 13

Correlación entre la dimensión Operaciones Logísticas y la variable Estrategias competitivas

Correlaciones

| | | OPERACIONES_LOGISTICAS | ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS |
|--------------------------|------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | OPERACIONES_LOGISTICAS | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,347** |
| | | N | ,000 |
| | | | 99 |
| ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS | | Coeficiente de correlación | ,347** |
| | | Sig. (bilateral) | 1,000 |
| | | N | ,000 |
| | | | 99 |

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

La Tabla 13, indica el nivel de correlación entre las variables Operaciones Logísticas y Estrategias Competitivas, teniendo así un coeficiente de correlación de 0,347 por las dos partes, esto quiere decir que existe un alta positiva correlación, también se puede notar que la significancia bilateral es < 0.000 que es menor que el nivel previsto de $\alpha = 0.05$ por lo que rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, esto quiere decir que existe relación positiva entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

ANÁLISIS DE HIPÓTESIS ESPECIFICA 3: Existe relación positiva entre gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

H0: No existe relación positiva entre gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

H1: Existe relación positiva entre gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

TIPO DE PRUEBA: RHO DE SPEARMAN

Tabla 14

Correlación entre la dimensión gestión de transporte y la variable Estrategias competitivas

Correlaciones

| | | GESTION_DE TRANSPORTE | ESTRATEGIA COMPETITIVAS |
|-----------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------|
| Rho de Spearman | GESTION_DE_TRANSPORTE | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,681** |
| | | N | ,000 |
| | ESTRATEGIAS_COMPETITIVAS | Coeficiente de correlación | 99 |
| | | Sig. (bilateral) | 99 |
| | | N | ,000 |

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

La Tabla 14, indica el nivel de correlación entre la dimensión Gestión de transporte y la variable Estrategias Competitivas, teniendo así un coeficiente de correlación de 0,681 por las dos partes, esto quiere decir que existe un alta positiva correlación, también se puede notar que la significancia bilateral es < 0.000 que es menor que el nivel previsto de $\alpha = 0.05$ por lo que rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, esto quiere decir que existe relación positiva entre gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

V. DISCUSION

En base a los resultados obtenidos de las hipótesis del presente estudio, se puede concluir que:

En la Hipótesis General se demuestra que existe una relación positiva entre la cadena logística y la estrategia competitiva de la empresa de servicios de carga - Almacén, Callao 2022, lo que confirma que la variable de investigación tiene una relación positiva y significativa, logrando una correlación coeficiente a de 0,430 a un nivel de significancia de 0,000. Esto significa que las variables de la cadena logística son un factor importante para que las empresas coordinen el movimiento de mercancías desde el almacén hasta la distribución, y también están relacionadas con las estrategias competitivas para la optimización del tiempo y el aseguramiento de la calidad del resultado. Obtenga grandes ganancias con los clientes durante muchos años. Estos hallazgos están relacionados con Lavy (2016) quien escribe sobre la planificación estratégica en las cadenas de suministro bajo el título "Planificación estratégica y cadenas de suministro en la gestión logística central en los sectores públicos" de Lavy (2016) ya que afirma que existe un vínculo entre lo estratégico planificación y entrega También se reconoce que existe cierta relación entre la formulación de la estrategia, la implementación de la estrategia, la evaluación de la estrategia y la cadena de suministro.

A continuación, tratamos de demostrar la relación entre la gestión de almacenes y la estrategia competitiva de la Empresa de Servicios de Transporte de Mercancías - Almacén, Callao 2022, a partir del análisis de supuestos específicos relacionados con el objetivo específico 1. Los resultados de la Tabla 12 prueban que existe a dimensiones de gestión de almacenes y estrategias competitivas Se anotó como positiva significativa la correlación entre las variables, donde se obtuvo un nivel de correlación ($corr= 0.543$) y una significancia menor a 0.003 ($sig= 0.000$), lo que indica que la gestión de inventarios ha sido un factor importante para que la empresa pueda implementar una estrategia competitiva para reducir el tiempo esperado, si hay fallas en las operaciones de recepción/embarque del almacén y también aumentó la buena logística y el buen

servicio al cliente. Los resultados son según Inti (2017) titulado “Recomendaciones para mejorar la gestión de almacenes para incrementar la eficiencia logística de Corporación Pesquera ICEF S.A.C.”. Chimbote 2017” concluyó que las mejoras en la gestión de almacenes podrían incrementar la eficiencia logística de Corporación Pesquera ICEF S.A.C.

Con respecto al objetivo específico 2, tratamos de mostrar la relación entre las operaciones logísticas y la estrategia competitiva de las empresas de servicios de carga, con base en los resultados obtenidos en la tabla no. 18- Almacén, Callao 2022, puede acreditar que existe un vínculo entre la actividad logística dimensión y variable estrategia competitiva Existe una correlación positiva entre ellas, el nivel de correlación es ($corel= 0.347$) y el nivel de significancia es 0.000. Del trabajo se desprende que la actividad logística siempre ha sido un factor importante para la empresa. Se puede gestionar a través de estrategias competitivas para mejorar precisamente el proceso operativo y aumentar la productividad. Los resultados están en línea con los mencionados por Alarcón (2016) titulado “Certificación BASC y actividades de la cadena logística del Grupo Logístico Integrado Scharff, 2012-2015”, que identificó una relación positiva en las operaciones logísticas, ya que la frecuencia y volumen de actividades en el grupo Scharff Logística Ingrada aumenta con nuevos clientes.

Finalmente, en lo que se refiere al 3er objetivo específico, se pretende demostrar la relación existente entre la gestión del transporte y la estrategia competitiva de las empresas del rubro de los servicios de carga - Almacén, Callao, donde en el cuadro no. 14 resultados indican una relación positiva entre la dimensión gestión del transporte y la variable estrategia competitiva, con un nivel de correlación ($corr= 0.681$) y un nivel de significancia de 0.000, lo que indica que la gestión del traslado ha sido un factor importante para que las empresas incrementen su rentabilidad por implementar estrategias competitivas, mejorar la planificación, la toma de decisiones y la ejecución del transporte, así como la cooperación con los clientes. Los resultados están en línea con los de Castilla (2019) titulado “Estrategias Competitivas en la Industria del Transporte de Hidrocarburos, Lima, 2018”, donde se determinó que la estrategia competitiva global utilizada en la industria está particularmente enfocada a la integrada.

Nuevamente, los resultados muestran que la industria está fragmentada, altamente competitiva y en una tendencia a la baja desde hace aproximadamente 03 años, donde los clientes tienen un fuerte poder de negociación y exigen altos estándares a las aerolíneas a bajos costos.

Finalmente, el estudio tuvo una correlación positiva entre las variables identificadas y las dimensiones del presente estudio, lo que significó que se aceptó la hipótesis alternativa y se rechazó efectivamente la hipótesis nula.

VI. CONCLUSIONES

1. Se determinó, con base en los resultados recopilados y la confirmación de que existe una relación entre las variables de la cadena logística y la estrategia competitiva, se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de $r = 0.430$, por lo que se puede determinar que si existe una relación entre las variables de la cadena logística, lo que prueba que existe una relación positiva y significativa entre las variables de la cadena logística y la estrategia competitiva, es decir, aceptando la hipótesis alternativa y rechazando efectivamente la hipótesis nula.
2. Se determinó, con base en los resultados recopilados y la confirmación de que existe relación entre la dimensión gestión de almacenes y las estrategias competitivas, mediante la prueba de Rho Spearman se comprobó la existente correlación positiva $r = 0.153$, que prueba que existe una relación positiva entre la dimensión de inventario y la estrategia competitiva. relación entre las dimensiones de gestión y las variables de la estrategia competitiva, es decir, aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula.
3. La conclusión para el objetivo específico 2, confirme que existe una relación entre la dimensión operaciones logísticas y la variable estrategia competitiva, y confirme que existe una correlación positiva $r = - 0.347$ utilizando la prueba de Rho Spearman, lo que demuestra que existe es una correlación entre la dimensión operaciones logísticas y una correlación positiva y significativa de la variable estrategia competitiva, es decir, aceptar la hipótesis alternativa y rechazar efectivamente la hipótesis nula.
4. La conclusión centrada en el objetivo específico 3, comprobar si existe relación entre la dimensión gestión del transporte y la variable estrategia competitiva y comprobar si existe una correlación positiva $r = - 0,681$ mediante la prueba de Rho Spearman, que prueba que existe es positiva la relación entre la dimensión gestión del transporte y la variable estrategia competitiva y una relación significativa, es decir, aceptando la hipótesis alternativa, se rechaza efectivamente la hipótesis nula.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo con los datos obtenidos, se sugiere lo siguiente:

1. Se recomienda mejorar la cadena logística adaptándose a los clientes y al mercado actual y aplicar nuevas estrategias en los diferentes procesos que tiene la empresa como descargas, recepción, inventarios. Así mismo, es de mucha importancia tener un plan de contingencia ante cualquier previsto que pueda ocurrir dentro de una operación logística.
2. Se recomienda que la gestión de almacenes se requiere implementar capacitaciones constantes con la finalidad de realizar un procedimiento más fluido y ordenado dentro de las bodegas, dicha finalidad, es seguir manteniendo acuerdos comerciales con los distintos tipos de clientes.
3. Se recomienda mejorar las operaciones logísticas siendo más directas y precisas en sus diversas funciones que realiza dentro de la empresa, como ser puntual en la distribución del producto, ya que este es uno de los factores de los cuales depende el crecimiento y la reputación de la organización.
4. Para finalizar, se recomienda a la gestión de transportes manejar diversas estrategias para poder estar preparado ante adversidades que se pueda ocurrir durante el transcurso de los productos y tomar acción al instante. Por otro lado, es de suma importancia capacitar a los conductores ante cualquier accidente que pueda ocurrir durante el lapso del viaje con la mercadería.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alania, E. (2017). *Relaciones Cliente-Proveedor en la Gestión de Abastecimiento: Estudio de caso en la minería peruana* [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9301/ALANIA_RELACIONES_CLIENTE_PROVEEDOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alcántara, N. (2019). *Estrategias competitivas y satisfacción del cliente del operador logístico new transport, 2018* [tesis de titulación]. Universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión:
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2938/NATHALY%20VIVIANA%20ALCANTARA%20MONTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Archila, T. (2016). *La logística como estrategia competitiva en el sector del retail: caso práctico en el centro de distribución de walmart.* [Tesis de grado]. Universidad Santo Tomas.
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2824/2016archilatania.pdf?se>
- Ballesteros, P. y Ballesteros, D. (mayo de 2018). *La logística competitiva y la administración de la cadena de suministros.* Scientia Et Technica, X(24),201-206 : <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84912053030>
- Balza, V. y Cardona, D. (mayo de 2020). *The relationship among logistics, supply chain and competitiveness: a review.* Revista Espacios, 41(19),1-18.
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n19/a20v41n19p13.pdf>
- Bances, B. S. y Llashac, E. J. (2020). *La gestión de la cadena logística y la innovación en la Infraestructura de los puertos del Callao periodo 2015 al 2019.* Tesis para obtener el título de licenciado.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/65145>
- Bolagay, F. (2015). *Centro logístico Santa Elena y su aporte en la gestión de la cadena logística de los repartos navales de la provincia* [tesis de titulación]. Universidad de las Fuerzas Armadas. Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/14413/1/T-ESSUNA-004189.pdf>

- Calzado, D. (enero de 2020). *La gestión logística de almacenes en el desarrollo de los operadores logísticos*. Revista Ciencias Holguín, vol. 26. 1-11. <https://www.redalyc.org/journal/1815/181562407005/181562407005.pdf>
- Chavarria, R. (2019). *La comunicación comercial y la cadena logística en la empresa SANTOS CHAVARRIA VEGA E.I.R.L, Ventanilla, 2019* [tesis de titulación]. Universidad Cesar Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42917/Chavarria_MRI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Coll, F. (15 de mayo de 2021). *Distribución - Qué es, definición y concepto* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/distribucion.html>
- Cornejo, R. (2018). *Las cadenas logísticas mineras en el Perú*. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43222/S1700874_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- De La Hoz, E.; Mendoza, A. & Fontalvo, T. (2019). *The supply chain logistics and management processes*. Revista de ciencia y tecnología de América, 43(3), 215-218. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5880>
- De la Hoz, J. (2017). *Gestión logística y competitividad en Pymes del sector de operadores logísticos del departamento del atlántico* [Tesis de maestría]. Universidad de la Costa. Archivo digital. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/382/55250248-%2073166217.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Escuela de Comercio Exterior. (s.f). *Una estrategia para los mercados exteriores: el Plan de Internacionalización*. Recuperado el 24 de junio de 2017, [https://iberglobal.com/files/2017/plan_internacionalizacion\(1\).pdf](https://iberglobal.com/files/2017/plan_internacionalizacion(1).pdf)
- Espinoza, L y Ruiz, M. (2020). *Gestión de almacén y rentabilidad de la empresa Inversiones Marzelse S.A.C., periodo 2019* [Tesis de Titulación. Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58560/Espinoza_GLD- Ruiz_AMO-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58560/Espinoza_GLD-Ruiz_AMO-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fernández, F. A., y Madueño, E. H. (2020). *La cadena logística y su influencia en la competitividad de las empresas importadoras de vidrio flotado desde*

- China, años 2015 – 2019*. Tesis para obtener el título de licenciado.
<http://hdl.handle.net/20.500.11955/743>
- Franco, C., Guzmán, D. & Figueroa, J. (mayo de 2020). *Mathematical model for centralized supply chains with sharing resources decisions*. Ingeniería, 25(3),x-x. <http://dx.doi.org/10.14483/23448393.16921>
- “La diferencia entre eficiencia y eficacia”. (10 de abril de 2022). Gestión.
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/eficiencia-eficacia-diferencias-eficaz-eficiente-significado-conceptos-nnda-nnlt-249921-noticia/>
- Gonzales, A. (2018). *An inventory management model based on competitive strategy*,28 (1),133-142. file:///C:/Users/win10/Downloads/An-inventory management-model-based-on-competitive-strategyIngeniare.pdf
- González, N. (agosto de 2016). transporte y logística. Revista Transporte y Territorio, vol 14. 1-4. <https://www.redalyc.org/pdf/3330/333046307001.pdf>
- Hammond, M. (15 de febrero de 2022). *Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>
- Kiziryan, M. (27 de mayo de 2015). *Importación* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- Lander, R. (2018). *Análisis de la cadena logística de la yuca en Costa Rica*. <https://ideas.repec.org/p/ecr/col022/43335.html>
- Laoyan, S. (26 de octubre de 2021). *Toma de decisiones: definición, pasos, tipos y características* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://asana.com/es/resources/decision-making-process>
- Maratuech, J. A. (2016). *Modelo de gestión para la integración Ciudad-Puerto en función a la cadena logística en el puerto del Callao* [tesis doctoral]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
<https://www.tdx.cat/handle/10803/397720#page=1>
- Méndez, D. (30 de enero de 2020). *Valor agregado* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://numdea.com/valor-agregado.html>
- Neyra, A. y W, M. (2022). La influencia de la certificación Operador Económico Autorizado (OEA) en el desempeño de la cadena logística de las empresas agroexportadoras certificadas peruanas entre los años 2012 – 2020 [Tesis de licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/659948/Neyra_RA.pdf?f?sequence=3&isAllowed=y

- Peiró, R. (14 de noviembre de 2019). Innovación - Qué es, definición y concepto [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>
- Pérez, A. (16 de diciembre de 2021). *Marketing y ventas, la importancia de combinar estrategias* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.obsbusiness.school/blog/marketing-y-ventas-la-importancia-de-combinar-estrategias>
- Piccioni, A. (26 de abril de 2021). *Optimización de costos: recomendaciones para empresas* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.crehana.com/blog/empresas/optimizacion-de-costos/>
- Pradas, C. (8 de julio de 2020). Qué es la asertividad y ejemplos [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.psicologia-online.com/que-es-la-asertividad-y-ejemplos-2318.html>
- Quiroa, M. (09 de marzo de 2020). Planeación estratégica - Qué es, definición y concepto [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/planificacion-estrategica.html>
- Rengifo, C. A. (2018). *Estrategias aplicadas a la cadena de suministro de las empresas colombianas, para ser competitivas en los mercados internacionales* [tesis de grado]. Universidad militar nueva grande. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20442/RengifoCanizalesChristianAndres2018%20%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez Álvarez, D. A. y Pérez-Martínez, R. N. (2016). *Competitividad del sector de transporte terrestre intermunicipal de pasajeros en Boyacá: una aproximación al estado del arte*. Cooperativismo & Desarrollo, 24(109), xx-xx. <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1511>
- Romero, D., Sánchez, S., Rincón, Y., y Romero, M. (2020). *Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas*. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXVI (4),465-475
- Saurin, S y Pomar, L. (2020). *Calidad de Servicio y Capacidad de Respuesta al Cliente en M & R Servicios Postales S.R.L, San Martín 2020* [Tesis de titulación]. Universidad Cesar Vallejo.

- https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65877/Saurin_SSV-Pomar_SL C-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SimpliRoute. (22 de abril de 2022). *Gestión de Transporte: Qué Es, Importancia y Beneficios* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://simpliroute.com/blog/gestion-de-transporte-que-es-importancia-y-beneficios#:~:text=L a%20gesti%C3%B3n%20de%20transporte%20es%20el%20proceso%20de%20seleccionar%2C%20mediante,que%20se%20llevar%C3%A1n%20a%20cabo.>
- Yarleque, A. (2020). *La digitalización de los trámites documentarios en la cadena logística del comercio exterior en el Perú, 2020* [tesis de titulación]. Universidad Cesar Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/18287/Yarleque_PAM-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Villagra, N. (2021). *Estrategias y mejoras operativas aplicadas a la gestión de inventarios y operaciones para obtener eficiencia operativa* [tesis de titulación]. Universidad de Lima.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13252/Villagra_Chavez_N%C3%A9stor_Jesus.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Westreicher, G. (02 de agosto de 2020). *Proceso - Qué es, definición y concepto* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/proceso.html>

ANEXOS

Matriz de consistencia

| Título: La Cadena Logística y Estrategias Competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga – almacenes, Callao 2022. | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|-----------------------------------|--------------------|---|---|------------------------------|----------------|
| Autoras: Villavicencio Mariños, Kareen Sheyla y Zavaleta Argandoña, Hugo Estuardo | | | | | | | | | |
| Problema | Objetivos | Hipótesis | Variable, dimensiones e indicadores | | | | | | |
| <p>Problema General</p> <p>¿Qué relación existe entre la Cadena Logística y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>1.- ¿Qué relación existe entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022?</p> <p>2.- ¿Qué relación existe entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga -</p> | <p>Objetivo general</p> <p>Determinar qué relación existe entre la cadena Logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>1. Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.</p> <p>2. Determinar la relación que existe entre las operaciones con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.</p> | <p>Hipótesis General</p> <p>Existe relación positiva entre la cadena logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>1. Existe relación positiva entre la gestión de almacenes con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.</p> <p>2. Existe relación positiva entre las operaciones logísticas con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga</p> | Variable 1: Cadena Logística | | | <ul style="list-style-type: none"> • Almaceneros • Coordinadores • Asistentes de operaciones • Analistas • Supervisores • Operadores logísticos <p>Savar Agentes de Aduanas S.A</p> | | | |
| | | | Dimensiones | | Indicadores | | Ítems | Sujetos de estudio | Empresa |
| | | | 1. Gestión de Almacenes | Rendimiento | 1 | | <ul style="list-style-type: none"> • Almaceneros • Coordinadores • Asistentes de operaciones • Analistas • Supervisores • Operadores logísticos | Savar Agentes de Aduanas S.A | |
| | | | | Relaciones clientes – proveedores | 2 | | | | |
| | | | | Rentabilidad | 3 | | | | |
| | | | 2. Operaciones Logísticas | Productividad | 4 | | <ul style="list-style-type: none"> • Almaceneros • Coordinadores • Asistentes de operaciones • Analistas • Supervisores • Operadores logísticos | Savar Agentes de Aduanas S.A | |
| | | | | Almacenamiento | 5 | | | | |
| | | | | Servicios Logísticos | 6 | | | | |
| | | | 3. Gestión de Transporte | Importaciones | 7 | | <ul style="list-style-type: none"> • Almaceneros • Coordinadores • Asistentes de operaciones • Analistas • Supervisores • Operadores logísticos | Savar Agentes de Aduanas S.A | |
| | | | | Distribución | 8 | | | | |
| | | | | Optimización de costos | 9 | | | | |
| | | | Variable 2: Exportaciones | | | | | | |
| | | | Dimensiones | | Indicadores | | Ítems | Sujetos de estudio | Empresa |
| Toma de decisiones | Procesos | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Almaceneros • Coordinadores • Asistentes de operaciones • Analistas • Supervisores • Operadores logísticos | Savar Agentes de Aduanas S.A | | | | | |
| | Costos por proceso | 2 | | | | | | | |

| <p>almacenes, Callao 2022?</p> <p>3.- ¿Qué relación existe entre gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022?</p> | <p>3. Determinar la relación que existe entre la gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.</p> | <p>- almacenes, Callao 2022.</p> <p>3. Existe relación positiva entre gestión de transporte con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.</p> | <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Asertividad</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Marketing y ventas</td> <td>Eficiencia</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Satisfacción del cliente</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Innovación</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Planeación estratégica</td> <td>Precios y calidad de servicio</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Oportunidades de mercado</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Valor agregado</td> <td>9</td> </tr> </table> | | Asertividad | 3 | Marketing y ventas | Eficiencia | 4 | Satisfacción del cliente | 5 | Innovación | 6 | Planeación estratégica | Precios y calidad de servicio | 7 | Oportunidades de mercado | 8 | Valor agregado | 9 | | | <ul style="list-style-type: none"> • Almaceneros • Coordinadores • Asistentes de operaciones • Analistas • Supervisores • Operadores logísticos | |
|--|---|---|---|--|-------------|--|--------------------|------------|---|--------------------------|---|------------|---|------------------------|-------------------------------|---|--------------------------|---|----------------|---|--|--|---|--|
| | Asertividad | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marketing y ventas | Eficiencia | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Satisfacción del cliente | 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Innovación | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Planeación estratégica | Precios y calidad de servicio | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Oportunidades de mercado | 8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Valor agregado | 9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tipo y diseño de investigación | Sujetos de estudio | Técnicas e instrumentos | | | | Estadística a utilizar | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Alcance: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental - Transversal</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Almaceneros • Coordinadores • Asistentes de operaciones • Analistas • Supervisores • Operadores logísticos | <p>Variable 1: Cadena logística</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario virtual</p> <p>Monitoreo: Variable 1</p> <p>Ámbito de Aplicación: Colaboradores de una empresa en servicios de transporte – carga y almacenes mediante estrategias competitivas con la finalidad de obtener resultados positivos tanto para el personal como para la empresa.</p> <p>Variable 2: Estrategias Competitivas</p> | | | | <p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Tablas y figuras</p> <p>INFERENCIAL</p> <p>Alfa de Cronbach</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario virtual</p> <p>Monitoreo: Variable 2</p> <p>Ámbito de Aplicación: Colaboradores de una empresa en servicios de transporte – carga y almacenes mediante estrategias competitivas con la finalidad de obtener resultados positivos tanto para el personal como para la empresa.</p> | |
|--|--|---|--|

ANEXO 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Operacionalización de las variables Cadena logística y estrategias competitivas

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|-------------------------|--|--|------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| Cadena logística | Es un concepto de logística más directo en el sentido de que los productos se encuentra en materia prima hasta el proveedor y llegando al cliente. Por ello, abarca los procedimientos del almacenamiento y transporte de la mercancía (Blanco et al., 2021, p.2). | Se define la operacionalización mediante tres dimensiones, nueve indicadores y un cuestionario de 9 preguntas. | Gestión de almacenes | Rendimiento | Escala de Likert |
| | | | | Relaciones clientes-proveedores. | |
| | | | | Rentabilidad | |
| | | | Operaciones logísticas | Productividad | |
| | | | | Almacenamiento | |
| | | | | Servicios logísticos | |
| | | | Gestión de transporte | Importaciones | |
| | | | | Distribución | |
| | | | | Optimización de costos | |

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|------------------------|--|--|------------------------|-------------------------------|--------------------|
| Estrategia Competitiva | Es un concepto el cual las estrategias lo definen como tácticas de un instrumento para que la empresa sea más sobresaliente a través de un valor agregado y poder posicionar la compañía dentro del mercado así sea ofrendando un producto al precio mínimo (ventaja de costo) u ofrendando productos o servicios con atributos únicos apreciables por los consumidores (Quero, 2008). | Se define la operacionalización mediante tres dimensiones, nueve indicadores y un cuestionario de 9 preguntas. | Toma de decisiones | Procesos | Escala de Likert |
| | | | | Costo por proceso | |
| | | | | Asertividad | |
| | | | Marketing y ventas | Eficiencia | |
| | | | | Satisfacción del cliente. | |
| | | | | Innovación | |
| | | | Planeación estratégica | Precios y calidad de servicio | |
| | | | | Oportunidades de mercado | |
| | | | | Valor agregado | |

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENCUESTA

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; Sí () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: Determinar qué relación existe entre la cadena Logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: vvasquez@savar.com.pe

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:

Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)

CUESTIONARIO

VARIABLE: Cadena Logística

| DIMENSIONES | INDICADORES | VALORES DE LA ESCALA | | | | |
|------------------------|---|----------------------|----------------|------------------|-----------------|---------|
| | | NUNC A | POCAS VECES | ALGUNAS VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Gestión de almacenes | Rendimiento | | | | | |
| | 1. ¿Considera que el rendimiento de la empresa Savar en sus servicios es el adecuado? | | | | | |
| | Relación Clientes – Proveedores | | | | | |
| | 2. ¿Considera usted que es necesario crear un perfil del consumidor para poder conocer mejor sus necesidades? | | | | | |
| Operaciones Logísticas | Rentabilidad | | | | | |
| | 3. ¿Con qué frecuencia la empresa analiza la rentabilidad que ocupa en sus bienes y servicios? | | | | | |
| | Productividad | | | | | |
| Operaciones Logísticas | 4. ¿Qué tan buena es la productividad en los servicios dentro de la empresa Savar? | | | | | |
| | Almacenamiento | | | | | |
| | 5. ¿Considera usted que los almacenes de la empresa Savar son un material resistente y de un fácil acceso? | | | | | |
| | Servicios Logísticos | | | | | |
| Gestión de transporte | 6. ¿Los servicios ofrecidos por la empresa en el área de almacenamiento cumplen con los requisitos de los acuerdos comerciales? | | | | | |
| | Importaciones | | | | | |
| | 7. ¿Los procesos de importación que realiza la empresa Savar son seguros y efectivos? | | | | | |
| | Distribución | | | | | |
| | 8. ¿Considera usted que la distribución de la empresa Savar es rápida y efectiva? | | | | | |
| Gestión de transporte | Optimización de costos | | | | | |
| | 9. ¿A qué nivel la empresa analiza los costos planteados en las labores operativas para mejorar la rentabilidad? | | | | | |

VARIABLE 2: Estrategias Competitivas

| DIMENSIONES | INDICADORES | VALORES DE LA ESCALA | | | | |
|------------------------|---|----------------------|-------------|---------|--------------|---------|
| | | NUNCA | POCAS VECES | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Toma de decisiones | Procesos | | | | | |
| | 1. ¿A qué nivel la empresa cumple con los procesos que se requiere en la operación logística? | | | | | |
| | Costos por proceso | | | | | |
| | 2. ¿Considera que otros operadores logísticos ofrecen bajos costos en los diferentes servicios que ofrece la empresa? | | | | | |
| | Asertividad | | | | | |
| | 3. A qué nivel se presentan casos complejos ¿La toma de decisiones en la empresa se realiza de forma adecuada y asertiva por lo general? | | | | | |
| Marketing y ventas | Eficiencia | | | | | |
| | 4. ¿Considera usted que los servicios que ofrece la empresa Savar son eficaces frente a la competencia? | | | | | |
| | Satisfacción del cliente | | | | | |
| | 5. ¿A qué nivel la empresa cumple las necesidades del cliente? | | | | | |
| | Innovación | | | | | |
| | 6. ¿Considera que la empresa responde efectivamente ante las necesidades de los clientes adecuándose al mercado en el momento de brindar un servicio? | | | | | |
| Planeación estratégica | Precios y calidad de servicio | | | | | |
| | 7. ¿Considera usted que las tarifas de las operaciones operativas cumplen con la calidad de servicio que ofrece la empresa? | | | | | |
| | Oportunidades de Mercado | | | | | |
| | 8. ¿Actualmente la empresa cuenta con la maquinaria necesaria para hacerle frente a las exigencias del mercado? | | | | | |
| | Valor agregado | | | | | |
| | 9. ¿Cree usted que es efectivo aplicar un valor agregado en los asesoramientos de la empresa? | | | | | |

ANEXO 3

Población

Población de la empresa SAVAR AGENTES DE ADUANAS S.A

| SAVAR AGENTES DE ADUANAS S. A | Población |
|-------------------------------|-----------|
| Almaceneros | 85 |
| Coordinadores | 35 |
| Asistentes de operaciones | 18 |
| Analistas | 12 |
| Supervisores | 20 |
| Operadores (Montacarguista) | 30 |
| Total | 200 |

Fuente: Elaboración propia

MUESTRA

Fracción de afijación: $f = \frac{\text{Muestra}}{\text{Población}} = \frac{99}{200} = 0.49$

Muestra Estratificada de la Población de la empresa operadores logísticos

| SAVAR AGENTES DE ADUANAS S.A | Població | Afijación | Muestra |
|------------------------------|----------|-----------|---------|
| CALLAO | 200 | 0.49 | 99 |
| Total | 200 | 0.49 | |

99

Fuente: Elaboración propia

Formula

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

Dónde:

N = 200 Población

Z = 1.96 nivel de confianza (si la seguridad es del 95%)

p = Proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)

q = 1-p (en este caso 1- 0.5 = 0.5)

e = Error mastral 9%

n = Tamaño de la muestra

Entonces:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (200)}{(0.07)^2 (200-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{192.08}{1.9355}$$

$$n = 99$$

ANEXO 4

PRUEBAPILOTO

| NRO | CADENA LOGISTICA | | | | | | | | | ESTRATEGIA COMPETITIVA | | | | | | | | |
|-----|----------------------|----|----|------------------------|----|----|-----------------------|----|----|------------------------|-----|-----|--------------------|-----|-----|------------------------|-----|-----|
| | Gestion de almacenes | | | Operaciones Logisticas | | | Gestion de transporte | | | Toma de decisiones | | | Marketing y ventas | | | Planeacion estrategica | | |
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 |
| 1 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 |
| 8 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 9 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 10 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 11 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 13 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 14 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 15 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 |
| 19 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |

| V1 | D1 | D2 | D3 | V2 | D1 | D2 | D3 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 38 | 12 | 14 | 12 | 39 | 11 | 15 | 13 |
| 37 | 11 | 14 | 12 | 33 | 9 | 13 | 11 |
| 35 | 13 | 9 | 13 | 34 | 11 | 11 | 12 |
| 36 | 12 | 12 | 12 | 37 | 12 | 14 | 11 |
| 34 | 11 | 12 | 11 | 32 | 12 | 9 | 11 |
| 37 | 13 | 13 | 11 | 30 | 8 | 12 | 10 |
| 36 | 13 | 11 | 12 | 36 | 12 | 13 | 11 |
| 37 | 12 | 13 | 12 | 39 | 13 | 12 | 14 |
| 39 | 14 | 13 | 12 | 35 | 12 | 12 | 11 |
| 39 | 13 | 13 | 13 | 38 | 14 | 13 | 11 |
| 37 | 12 | 13 | 12 | 34 | 12 | 11 | 11 |
| 39 | 13 | 14 | 12 | 39 | 11 | 15 | 13 |
| 34 | 11 | 11 | 12 | 35 | 13 | 11 | 11 |
| 38 | 14 | 12 | 12 | 38 | 12 | 14 | 12 |
| 36 | 14 | 12 | 10 | 36 | 12 | 14 | 10 |
| 34 | 12 | 12 | 10 | 35 | 11 | 13 | 11 |
| 42 | 13 | 14 | 15 | 40 | 14 | 12 | 14 |
| 36 | 13 | 10 | 13 | 35 | 12 | 12 | 11 |
| 42 | 13 | 15 | 14 | 40 | 14 | 14 | 12 |
| 42 | 14 | 14 | 14 | 41 | 14 | 13 | 14 |

ANEXO 5

LA VALIDEZ DEL CONTENIDO

$$V = \frac{S}{[n(c-1)]}$$

V= Promedio de Eiken

S= Suma

N= número de respuestas Likert

c= número de jueces

| NRO | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 |
|-----|----|----|----|----|----|
| 1 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 6 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 9 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 10 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 11 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 13 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 14 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 15 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 19 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |

| S |
|----|
| 21 |
| 21 |
| 18 |
| 20 |
| 20 |
| 23 |
| 21 |
| 20 |
| 22 |
| 23 |
| 20 |
| 23 |
| 19 |
| 21 |
| 23 |
| 21 |
| 22 |
| 20 |
| 23 |
| 23 |

| V |
|------|
| 1.05 |
| 1.05 |
| 0.9 |
| 1 |
| 1 |
| 1.15 |
| 1.05 |
| 1 |
| 1.1 |
| 1.15 |
| 1 |
| 1.15 |
| 0.95 |
| 1.05 |
| 1.15 |
| 1.05 |
| 1.1 |
| 1 |
| 1.15 |
| 1.15 |
| 1.06 |

PROMEDIO VALIDEZ DEL CONTENIDO = 1,06

MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO “CUESTIONARIO”

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ (X) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo Determinar qué relación existe entre la cadena Logística con las estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: vvasquez@savar.com.pe

ANEXO 6. DIRECTIVA DE INVESTIGACION N° 001-2022-VI-UCV AUTORIZACION DE LA ORGANIZACION PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

| | |
|--|------------------|
| Nombre de la Organización: RUC: 20100412366 | |
| SAVAR AGENTES DE ADUANAS S. A | |
| Nombre del Titular o Representante legal: Vasquez Castaños, Valerie Sarah | |
| Nombres y Apellidos Vasquez Castaños, Valerie Sarah | DNI: 41609168 |

Consentimiento:

| | |
|---|------------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación | |
| "Cadena Logística y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022" | |
| Nombre del Programa Académico: Escuela profesional de Negocios internacionales | |
| Nombres y Apellidos Kareen Sheyla Villavicencio Mariños | DNI: 76169899 |
| Hugo Estuardo Zavaleta Argandoña | 75538871 |

De conformidad con lo establecido en el artículo 7°, literal "f" del Código de Ética en investigación de la Universidad César Vallejo 1-1, autorizo [], no autorizo [X] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación.

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lima, 22 de junio de 2022

Firma:

(REPRESENTANTE LEGAL)

(• Código de ética en investigación de la Universidad Cesar Vallejo-Artículo 72, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características

Ficha de evaluación de los proyectos de investigación

Título del proyecto de Investigación: “Cadena Logística y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022”.

Autores: Villavicencio Mariños, Kareen Sheyla y Zavaleta Argandoña, Hugo Estuardo.

Especialidad del autor principal del proyecto: Estudiantes.

Escuela profesional: Negocios Internacionales

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Callao, Perú.

| Criterios de evaluación | Alto | Medio | Bajo | No precisa |
|--|--|-------|---|-----------------|
| I. Criterios metodológicos | | | | |
| 1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación. | Cumple totalmente | ---- | No cumple | -----. |
| 2. Establece claramente la población/participantes de la investigación. | La población/participantes están claramente establecidos | ---- | La población/participantes no están claramente establecidos | ----- |
| II. Criterios éticos | | | | |
| 1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación. | Los aspectos éticos están claramente establecidos | ---- | Los aspectos éticos no están claramente establecidos | ----- |
| 2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 3 Directiva de Investigación N° 001-2022-VI-UCV). | Cuenta con documento debidamente suscrito | ---- | No cuenta con documento debidamente suscrito | No es necesario |
| 3. Ha incluido el ítem del | Ha incluido el ítem | ---- | No ha incluido el ítem | ----- |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| consentimiento informado en el instrumento de recojo de datos. | | | | |
|--|--|--|--|--|

Mgtr. Macha Huamán Roberto
Presidente

Dr. Fernández Bedoya
Víctor Hugo
Vicepresidente

Dra. Emma Verónica Ramos Farroñán
CLUBARTISTAS - Región La Libertad

Dra. Ramos Farroñán Emma
Verónica
Vocal 1

Mgtr. Huamaní Paliza
Frank David
Vocal 2 (opcional)

Dictamen del Comité de Ética en Investigación

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “Cadena Logística y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022”, presentado por los autores Villavicencio Mariños, Karen Sheyla y Zavaleta Argandoña, Hugo Estuardo, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable(x) observado() desfavorable().

04, de julio de 2022

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante: Dra. Lauralinda Cavero Egúsquiza Vargas

Especialidad del Validador: Economista - Finanzas

Cargo e Institución donde labora: Docente de la Universidad César Vallejo

Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario

Autores del instrumento: Villavicencio Mariños, Kareen Sheyla, Zavaleta Argandoña, Hugo Estuardo.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0-20% | Regular 21-40% | Bueno 41-60% | Muy bueno 61-80% | Excelente 81-100% |
|------------------------|---|------------------|----------------|--------------|------------------|-------------------|
| CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado | | | | X | |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica | | | | X | |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | X | |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables | | | | X | |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | X | |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | X | |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | X | |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | X | |
| | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al | | | | X | |



| | | | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|--|------------|--|
| COHERENCIA | tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | X | |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | <u>80%</u> | |

OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación? Validar el instrumento mediante un estadígrafo para conocer la mayor validez

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80%

Los Olivos, 24 de noviembre. de 2022

DNI: 08879583

PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Cadena Logística

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1 | X | | |
| Ítem 2 | X | | |
| Ítem 3 | X | | |
| Ítem 4 | X | | |
| Ítem 5 | X | | |
| Ítem 6 | X | | |
| Ítem 7 | X | | |
| Ítem 8 | X | | |

Variable 2: Estrategia Competitiva

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 9 | X | | |
| Ítem 10 | X | | |
| Ítem 11 | X | | |
| Ítem 12 | X | | |
| Ítem 13 | X | | |
| Ítem 14 | X | | |
| Ítem 15 | X | | |
| Ítem 16 | X | | |

Los Olivos, 24 de noviembre de 2022



DNI: 08879583

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN QUE MIDE LAS VARIABLES CRECIMIENTO ECONÓMICO Y OFERTA EXPORTABLE

Observaciones (en caso existan):

La investigación tiene 80% de validez de contenido Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador

Dra. Lauralinda Leonor Caveró Egusquiza Vargas

DNI: 08879583

- 1.- Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
- 2.- Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión
- 3.- Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

24 de noviembre de 2022



Firma del experto informante

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante: **PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL**

Especialidad del Validador: **ING. ECONOMISTA - DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**

Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**

Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario

Autores del instrumento: Villavicencio Mariños, Kareen Sheyla, Zavaleta Argandoña, Hugo Estuardo.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0- 20% | Regular 21- 40% | Bueno 41- 60% | Muy buen o 61- 80% | Excelent e 81- 100% |
|------------------------|---|-------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|
| CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado | | | | x | |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica | | | | x | |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | x | |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables | | | | x | |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | x | |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | x | |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación | | | | x | |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | x | |
| | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al | | | | x | |



| | | | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|--|------------|--|
| COHERENCIA | tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | x | |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | <u>80%</u> | |

OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación? Validar el instrumento mediante un estadígrafo para conocer la mayor validez

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80%

Los Olivos, 27 de octubre del 2022.

Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985997741

PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Cadena Logística

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1 | X | | |
| Ítem 2 | X | | |
| Ítem 3 | X | | |
| Ítem 4 | X | | |
| Ítem 5 | X | | |
| Ítem 6 | X | | |
| Ítem 7 | X | | |
| Ítem 8 | X | | |

Variable 2: Estrategia Competitiva

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 9 | X | | |
| Ítem 10 | X | | |
| Ítem 11 | X | | |
| Ítem 12 | X | | |
| Ítem 13 | X | | |
| Ítem 14 | X | | |
| Ítem 15 | X | | |
| Ítem 16 | X | | |

Los Olivos, 27 de octubre del 2022.



DNI:07903350



PROTOCOLO DE EVALUACIÓN
PROTOCOLO DE EVALUACIÓN QUE MIDE LAS VARIABLES CRECIMIENTO
ECONÓMICO Y OFERTA EXPORTABLE

Observaciones (en caso existan):

La investigación tiene 80% de validez de contenido Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador

Dr. PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL

DNI:07903350

1.- Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

2.- Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión

3.- Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Los Olivos, 27 de octubre del 2022.

Firma de experto informante

DNI:07903350

Teléfono: 985997741

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante: Dr. Leiva Tarazona Armando

Especialidad del Validador: Economista

Cargo e Institución donde labora: Docente de la Universidad César Vallejo

Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario

Autores del instrumento: Villavicencio Mariños, Kareen Sheyla, Zavaleta Argandoña, Hugo Estuardo.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0-20% | Regular 21-40% | Bueno 41-60% | Muy bueno 61-80% | Excelente 81-100% |
|-----------------|---|------------------|----------------|--------------|------------------|-------------------|
| CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado | | | | X | |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica | | | | X | |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | X | |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables | | | | X | |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | X | |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | X | |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | X | |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | X | |
| | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al | | | | X | |



| | | | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|--|------------|--|
| COHERENCIA | tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | x | |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | <u>80%</u> | |

OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación? Validar el instrumento mediante un estadígrafo para conocer la mayor validez

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80%

Los Olivos, 15 de octubre. de 2022

DNI:43319433

PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:
Variable 1: Cadena Logística

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|--------------------|-------------------|--------------------------------|---------------------|
| Ítem 1 | X | | |
| Ítem 2 | X | | |
| Ítem 3 | X | | |
| Ítem 4 | X | | |
| Ítem 5 | X | | |
| Ítem 6 | X | | |
| Ítem 7 | X | | |
| Ítem 8 | X | | |

Variable 2: Estrategia Competitiva

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|--------------------|-------------------|--------------------------------|---------------------|
| Ítem 9 | X | | |
| Ítem 10 | X | | |
| Ítem 11 | X | | |
| Ítem 12 | X | | |
| Ítem 13 | X | | |
| Ítem 14 | X | | |
| Ítem 15 | X | | |
| Ítem 16 | X | | |

Los Olivos, 15 de octubre. de 2022



DNI:43319433

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN QUE MIDE LAS VARIABLES CRECIMIENTO ECONÓMICO Y OFERTA EXPORTABLE

Observaciones (en caso existan):

La investigación tiene 80% de validez de contenido Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador

Dr. Armando Leiva Tarazona

DNI:43319433

- 1.- Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
- 2.- Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión
- 3.- Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Los Olivos, 15 de octubre. de 2022



DNI:43319433

Firma del experto informante

ANEXOS 7

Figuras de resultados descriptivos

FIGURA 1.

Distribución de frecuencias de Cadena Logística y Estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

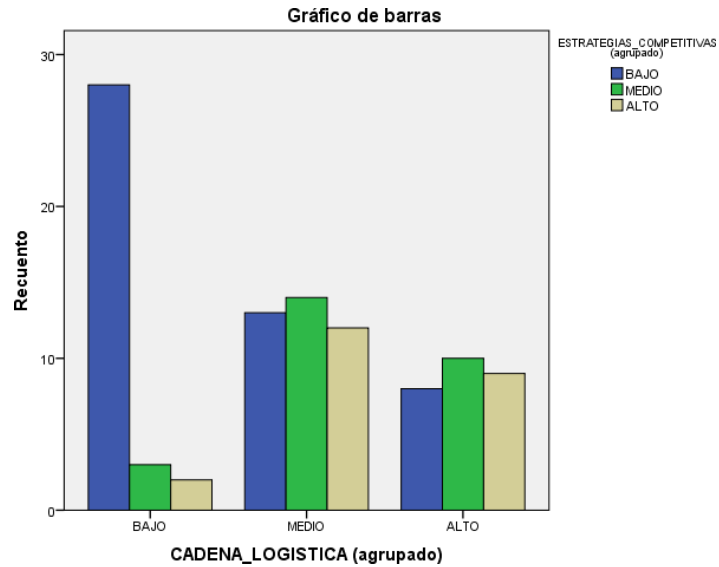


FIGURA 2.

Distribución de frecuencias de Gestión de almacenes y Estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

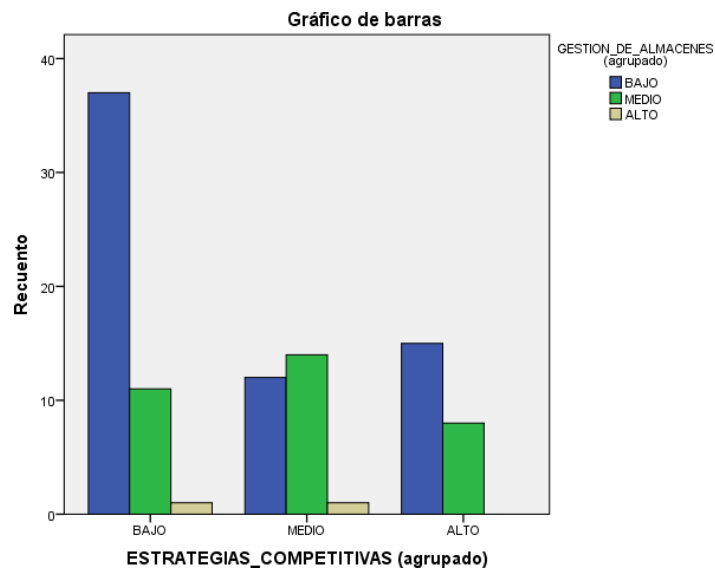


FIGURA 3.

Distribución de frecuencias de Operaciones Logísticas y Estrategias Competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.

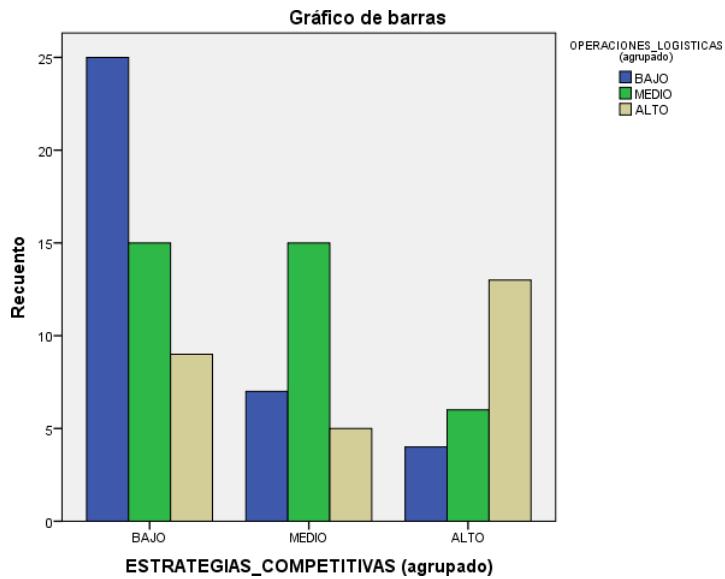
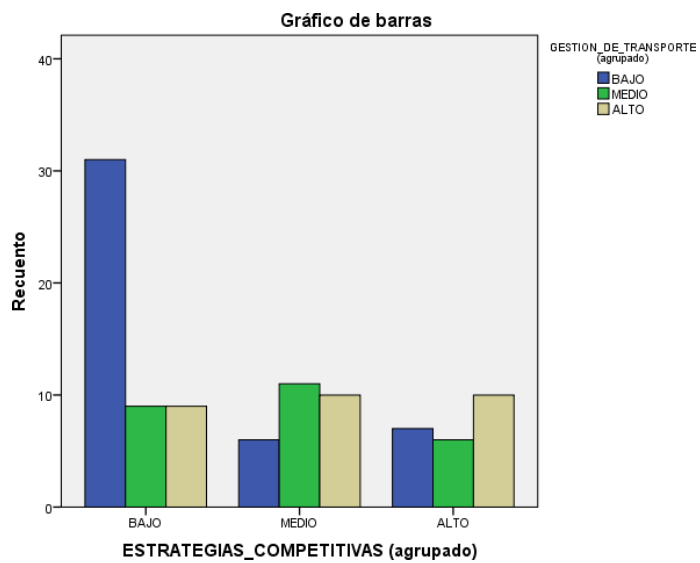


FIGURA 4.

Distribución de frecuencias de Gestión de Transporte y Estrategias Competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022.





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LEIVA TARAZONA ARMANDO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Cadena Logística y estrategias competitivas de una empresa de servicios en transporte de carga - almacenes, Callao 2022", cuyos autores son ZAVALETA ARGANDOÑA HUGO ESTUARDO, VILLAVICENCIO MARIÑOS KAREEN SHEYLA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 19 de Noviembre del 2022

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|---|---|
| LEIVA TARAZONA ARMANDO DNI: 43319433 ORCID: 0000-0001-5759-7598 | Firmado electrónicamente por: ALEIVAT el 15-12- 2022 21:39:40 |

Código documento Trilce: TRI - 0446124