



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa
de paquetería, Piura 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Navarro Palacios, Angel Jesus (orcid.org/0000-0002-8773-3172)

Roa Quiroz, Ursula Lisbeth (orcid.org/0000-0002-6778-8459)

ASESORES:

Dra. Rodriguez De Peña, Nelida Isabel (orcid.org/0000-0002-8508-9096)

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (orcid.org/0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

El presente trabajo es fruto de nuestro esfuerzo y constancia, está dedicado con mucho amor a nuestros padres, porque fueron ellos quienes nos motivaron a salir adelante, nos dieron ese ejemplo de superación que todo padre quiere para sus hijos, principalmente por su apoyo incondicional que sin ellos no hubiéramos llegado hasta este momento.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirnos estar con salud, a cada docente que fue partícipe de nuestra formación profesional, por cada enseñanza impartida y a la empresa de estudio, por su apoyo voluntario y comprensión en el desarrollo de la investigación. Esperamos que este acontecimiento muy importante perdure en el tiempo, no solo en la mente de las personas que fueron parte de nuestro logro, sino para todo aquel que desea revisar nuestro aporte dentro de su repertorio de información.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RODRIGUEZ DE PEÑA NELIDA ISABEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023", cuyos autores son NAVARRO PALACIOS ANGEL JESUS, ROA QUIROZ URSULA LISBETH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, 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.

PIURA, 16 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RODRIGUEZ DE PEÑA NELIDA ISABEL DNI: 02872139 ORCID: 0000-0002-8508-9096	Firmado electrónicamente por: NRODRIGUEZDP el 22-10-2023 08:32:48

Código documento Trilce: TRI - 0594721



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, NAVARRO PALACIOS ANGEL JESUS, ROA QUIROZ URSULA LISBETH estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
NAVARRO PALACIOS ANGEL JESUS DNI: 72681805 ORCID: 0000-0002-8773-3172	Firmado electrónicamente por: VAVARROPALACIOS el 16-07-2023 18:50:21
ROA QUIROZ URSULA LISBETH DNI: 70981201 ORCID: 0000-0002-6778-8459	Firmado electrónicamente por: ROAQUIROZ el 16-07- 2023 18:46:31

Código documento Trilce: INV - 1392877

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTORES.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	19
3.2. Variables y operacionalización	20
3.3. Población, muestra y muestreo	20
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.5. Procedimientos.....	23
3.6. Método de análisis de datos.....	24
3.7. Aspectos éticos.....	24
IV. RESULTADOS	25
4.1. Informe de aplicación del cuestionario	25
V. DISCUSIÓN.....	36
VI. CONCLUSIONES	46
VII. RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS	50
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Gestión de almacenamiento en una empresa de paquetería.....	25
Tabla 2	Gestión de transporte en una empresa de paquetería	27
Tabla 3	Gestión de distribución en una empresa de paquetería	28
Tabla 4	Calidad en una empresa de paquetería.....	29
Tabla 5	Productividad en una empresa de paquetería.....	30
Tabla 6	Servicio al cliente en una empresa de paquetería	32
Tabla 7	Variable gestión logística.....	33
Tabla 8	Variable competitividad.....	34
Tabla 9	Análisis FODA de la empresa de paquetería	113
Tabla 10	Actividades de la estrategia FO	115
Tabla 11	Costos de la estrategia FO.....	115
Tabla 12	Actividades de la estrategia DO.....	117
Tabla 13	Costos de la estrategia DO.....	117
Tabla 14	Actividades de la estrategia FA	119
Tabla 15	Costos de la estrategia FA	119
Tabla 16	Actividades de la estrategia DA	121
Tabla 17	Costos de la estrategia DA.....	121
Tabla 18	Resumen de las estrategias y sus costos	122

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación fue describir la gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023. Se utilizó una metodología aplicada, descriptiva, mixta, no experimental y transversal. La población y muestra estuvo conformada por 20 colaboradores del área de almacén y los 196 clientes de la empresa de paquetería, en cuanto a los instrumentos de recolección de datos se empleó el cuestionario y guía de entrevista. Los resultados demostraron que el 60% está totalmente de acuerdo en que dichas capacitaciones son realmente útiles para el buen manejo de las mercancías y el 61% de los clientes están de acuerdo que sus encomiendas son entregadas en el tiempo establecido, sin embargo se pudo evidenciar que existen deficiencias en la manipulación de mercancía frágil, así lo manifestaron varios clientes quienes tuvieron inconvenientes debido a los daños ocasionados a sus mercancías, así mismo, se pudo analizar que la gran parte de los clientes desconocen de la herramienta que posee la empresa para monitorear sus paquetes. En conclusión, la empresa busca ofrecer un servicio courier de calidad, por lo que siempre está a la vanguardia de la innovación tecnológica, sin embargo, los puntos críticos mencionados anteriormente están jugando en contra de su competitividad empresarial, por lo que en el presente trabajo se plantea una propuesta de mejora, con diversas estrategias que van ayudar a que la empresa minimice los efectos de la problemática encontrada.

Palabras clave: Gestión logística, competitividad, almacenamiento, calidad

ABSTRACT

The main objective of the research was to describe logistics management to increase competitiveness in a parcel company, Piura 2023. An applied, descriptive, mixed, non-experimental and cross-sectional methodology was used. The population and sample consisted of 20 collaborators from the warehouse area and the 196 clients of the parcel company, regarding the data collection instruments, the questionnaire and interview guide were used. The results showed that 60% fully agree that these trainings are really useful for the good handling of the merchandise and 61% of the clients agree that their parcels are delivered in the established time, however it was possible to demonstrate that there are deficiencies in the handling of fragile merchandise, as stated by several clients who had problems due to the damage caused to their merchandise, likewise, it was possible to analyze that the majority of clients are unaware of the tool that the company has to monitor their packages. In conclusion, the company seeks to offer a quality courier service, so it is always at the forefront of technological innovation, however, the critical points mentioned above are playing against its business competitiveness, so in this paper An improvement proposal is proposed, with various strategies that will help the company minimize the effects of the problems found.

Keywords: Logistics management, competitiveness, storage, quality

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente la gestión logística es uno de los elementos primordiales dentro de una empresa, debido a que los clientes cada vez son más exigentes al momento de recibir sus productos o servicios, en lo que refiere a que las mercancías estén a tiempo en el lugar indicado y en condiciones óptimas. Así mismo, la logística está netamente ligada con el hombre desde que se asume su posición humana, dado que tenían la necesidad de trasladar sus bienes de un lugar a otro, pero esto no estaba a su alcance, por ende, crearon un medio de transporte adecuado y eficiente, a pesar de los medios limitados en dicha época (Ospina y Sanabria, 2017).

Según Zapata et al. (2020) la gestión logística en diferentes lugares del mundo se ha centrado en indagar la cadena de suministros para así satisfacer a los clientes y los costos de la empresa, además se conoce que el transporte equivale al 35.2% de los costos logísticos y el 42.89% de km equivalen a viajes en el contexto urbano. Así mismo, se realizó una investigación en una empresa de paquetería en Medellín-Colombia, en la cual se evidencio que está siendo afectada en sus actividades de distribución de mercadería debido a que las aglomeraciones urbanas han aumentado cada vez más con el tiempo, esto se debe a la gran demanda de compras en los medios digitales, trayendo consigo un mayor número de vehículos de carga, los cuales enfrentan a diario problemas de tráfico, es por ello, que muchas empresas se han visto afectadas debido a que no pueden frenar sus actividades.

Por otro lado, Martínez et al. (2017) comentan que la gestión logística tiene una gran relevancia en las empresas dentro del mercado internacional, debido a que su eficiente gestión ayudará a que los factores externos de la empresa no tengan una influencia negativa en sus actividades. Así mismo, en el Distrito de Barranquilla, del departamento de Atlántico, poseen una ventaja competitiva en ubicación para la prestación de servicio de carga, además, se comenta que las pymes de Colombia tienen debilidades en su infraestructura, tiempos de estiba, desestiba e ingreso y salida de vehículos, generándoles así que en algunos momentos las empresas no puedan efectuar puntual sus despachos. Dicha problemática trae como consecuencia una baja productividad e incidencia en la

competitividad empresarial, es por ello que se debe buscar alternativas que logren mejorar lo mencionado anteriormente.

Para Santos (2019) en el Perú la gestión logística empleada en la empresa de transportes Ave Fénix S.A.C. tiene un predominio positivo frente a sus deficiencias, pues en dicha investigación se observó que la empresa de transportes a pesar de poseer la mejor infraestructura en el departamento logística de carga, los usuarios se ven atemorizados por escasez de procesos, procedimientos y lineamientos adecuados. Además, se ha realizado un incremento del personal en un 21% sin que se les asigne un programa de inducción, lo que genera que la carga se pierda o se destruya por su deficiente manipulación, lo que implica elevados costos teniendo una pérdida de S/ 18,776,80. Por lo tanto se aplicaron herramientas de mejora como el diagrama de operaciones “DOP”, manual de organización y funciones “MOF”, ficha de registro, plan de capacitación y manual de procedimientos. Finalmente se evidenció, que dichas herramientas tienen una influencia positiva en la mejora sobre los costos operacionales, al minimizarlos del 100% que fue S/ 222,644,37 en el 2017, al 71,84% que corresponde a S/ 159,950,26 en el 2018, lo que significa beneficios y utilidades en la empresa de carga.

En la opinión de Pastor y Javez (2017) una ordenada gestión de logística en una empresa comercializadora es de suma importancia, porque será la pieza principal para mantenerse en el mercado. Por ese motivo, se realizó una investigación en la empresa Lenmex Corporation S.A.C. de Trujillo, en la cual se pudo conocer que su gestión logística no es muy eficiente, esto se debe a una incorrecta planificación de las cantidades de insumos a pedir y la falta de un enfoque de la demanda, lo que trae como consecuencia quejas y fastidio por parte de sus clientes. Por ende, se implementó un sistema de inventario EOQ probabilístico con revisión periódica, el cual permitió optimizar los pedidos de un 50% a un 30%.

Por otro lado, Quispe (2018) comenta que la gestión logística es el cúmulo de actividades que se desempeñan sobre las mercancías desde un origen hasta un final. Así mismo en su estudio se investigaron a 18 empresas de envíos de carga aleatoriamente y se obtuvo como resultado que el 44% de las empresas tienen una

gestión de distribución deficiente, debido a que no se logra distinguir claramente los procesos, por otra parte, el 50% de las empresas no incluye los procesos y condiciones adecuadas para obtener una distribución correcta de mercancías. Por lo tanto, dichas empresas no ofrecen un servicio de calidad, generando insatisfacción en los clientes.

Así mismo, Carrasco et al. (2021) expresan que la competitividad en una empresa se relaciona con la forma de generar bienes y servicios de forma eficiente, con precios accesibles y de calidad. De tal manera, se realizó un estudio a las micro-empresas peruanas del sector calzado, el cual tuvo como resultado que el 13.9% de las microempresas no satisfacen a sus clientes con lo que producen, sus precios no están dentro de los estándares del mercado, lo que hace que los consumidores se abstengan a adquirirlos, trayendo consigo dificultades para que las empresas puedan ser competitivas en su rubro textil.

Las actividades logísticas generan un impacto, ya sea positivo o negativo en el desarrollo de las actividades empresariales en la sociedad, debido a que el cliente será el jurado sobre rentabilidad y competitividad de la empresa. De tal manera, la gestión logística en la industria salinera se refiere a la explotación, proceso y comercialización de la sal, pero en el departamento de La Guajira de la industria, no cuentan con la organización de las funciones de trabajo, los colaboradores no están altamente calificados para desempeñar las labores saleras, además que no cuentan con los sistemas de transporte adecuados para las mercancías y materias primas, que utilizan en la explotación de sal (López et al., 2021).

La empresa de paquetería estudiada se viene consolidando en el sector de transporte de carga en todo el territorio peruano, como una de las empresas courier más grandes a nivel nacional, es por ello, que cuenta con varias agencias en diferentes provincias del Perú, lo cual le permite llegar a más personas y poder satisfacer sus necesidades brindándoles un servicio de calidad. Como se sabe hoy en día el mundo se encuentra más globalizado, de tal forma, que existe un crecimiento en la necesidad de comunicación e interdependencia por parte de las personas y empresas que hacen uso del servicio courier.

Según Fontalvo et al. (2019) define la gestión logística como el sistema de operaciones que garantizan la disponibilidad de un producto o servicio en el tiempo idóneo y en óptimas condiciones. Así mismo, en la agencia de Piura de la empresa de paquetería se ha identificado una deficiencia en su logística empresarial, la cual es que los tiempos de entrega de las mercaderías son largos, lo que genera una molestia por parte de sus usuarios o clientes. Además, existe una ineficiente manipulación en las mercaderías frágiles del área de almacén, debido a que en varias ocasiones los usuarios se han visto perjudicados y han presentado reclamos y quejas, incluso denuncias a las instalaciones, con el fin de que se repongan los daños ocasionados.

De continuar con la situación mencionada anteriormente, la empresa de paquetería se verá afectada por la generación de gastos e insatisfacción de los clientes, debido a que su servicio de carga no estaría cumpliendo con los estándares de calidad y tiempo, logrando disminuir su competitividad empresarial en el rubro courier. Finalmente, del conjunto de factores antes mencionados, se ha planteado como tema de investigación la gestión logística para aumentar la competitividad, debido a que tienen una amplia influencia en la empresa de paquetería.

El presente proyecto de investigación presenta como problema general, el siguiente: ¿De qué manera la gestión logística incrementará la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023? y como problemas específicos los siguientes: **(a)** ¿De qué modo se ejecuta el almacenamiento en una empresa de paquetería, Piura 2023?, **(b)** ¿Qué características presenta la gestión de transporte de una empresa de paquetería, Piura 2023?, **(c)** ¿Cómo se desarrolla la gestión de distribución en una empresa de paquetería, Piura 2023?, **(d)** ¿Cómo se observa la calidad en una empresa de paquetería, Piura 2023?, **(e)** ¿Cómo se distingue la productividad en una empresa de paquetería, Piura 2023? y **(f)** ¿Cómo se genera el servicio al cliente en una empresa de paquetería, Piura 2023?.

Según Ñaupas et al. (2018) la justificación es explicar las razones más importantes por las cuales se está realizando una investigación. Por tal motivo, la presente investigación será justificada de forma práctica y económica. Así mismo,

Fernández (2020) afirma que la justificación práctica es aquella que brinda posibles alternativas de solución o estrategias a una problemática estudiada. Por ello, la investigación plantea mejoras en la gestión logística de la empresa para que así pueda incrementar aún más su competitividad en el rubro de carga. Por otro lado, el mismo autor define la justificación económica, como aquella que puede ayudar a que dicha empresa incremente sus ganancias, por lo tanto, mediante las estrategias de la investigación se podrán minimizar los efectos de la problemática en la empresa y así esta continúe ofreciendo su servicio de carga a más clientes e incremente sus utilidades.

Para desarrollar de manera eficiente dicha investigación, se ha planteado como objetivo general, el siguiente: Describir la gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2022. De esta manera, se desglosan los siguientes objetivos específicos: **a)** Analizar la gestión de almacenamiento en una empresa de paquetería, Piura 2023, **b)** Describir la gestión de transporte en una empresa de paquetería, Piura 2023, **c)** Explicar la gestión de distribución en una empresa de paquetería, Piura 2023, **d)** Detallar la calidad en una empresa de paquetería, Piura 2023, **e)** Explicar la productividad de una empresa de paquetería, Piura 2023 y **f)** Sintetizar el servicio al cliente en una empresa de paquetería, Piura 2023.

II. MARCO TEÓRICO

En el presente proyecto, se han plasmado los siguientes antecedentes de investigación a nivel internacional, nacional y local, mediante el análisis de trabajos previos. A nivel internacional, Taveras et al. (2018) en su estudio denominado *Análisis de los Procesos Logísticos de Importación de las Empresas de Courier en la República Dominicana, período 2015-2017, Caso: CPS*, que tiene como objetivo analizar la cadena logística de las empresas courier desde la gestión del transporte expreso internacional para la importación de paquetes y cargas, hasta el servicio de atención al cliente. Tuvo un enfoque descriptivo y como muestra a 56 personas; de las cuales 23 personas eran usuarios de los servicios de la empresa courier CPS y las demás eran usuarios de otras empresas courier. Como resultado se obtuvo que la empresa presenta deficiencias en el servicio al cliente y necesita implementar indicadores de desempeño para la medición de la eficiencia, por tanto, se concluye que la empresa puede ser más eficiente en sus operaciones y brindar un servicio más ágil, siempre y cuando se gestione de manera correcta los procesos logísticos.

Villegas y Gonzáles (2021) en su investigación titulada *Propuesta de mejoramiento para la gestión de operaciones y logística en la empresa Balpisa Ecuador de la ciudad de Guayaquil, 2021*, la cual tuvo como objetivo diseñar una propuesta para mejorar la gestión de operaciones y logística de la empresa, teniendo una metodología no experimental y cuantitativa, en donde se tomó como población a 33 empleados, entre personal administrativo y operativo, mediante el instrumento de investigación llamado cuestionario. De tal manera, se observó en los resultados que los colaboradores de la empresa no han recibido capacitaciones en sus primeros días de trabajo, además que no existe un manual de gestión operacional para el área de logística y operaciones, lo que ha generado que la empresa tenga un bajo rendimiento. Por lo que es indispensable que se implemente un manual en donde se describan funciones y requisitos para el talento humano.

Urián y Rojas (2020) en su investigación titulada *Desarrollo de un modelo de mejoramiento para la Gestión Logística en PYMES del sector manufacturero de la ciudad de Bogotá, 2020*, la cual tuvo como objetivo desarrollar un modelo de

mejoramiento para la gestión logística en PYMES manufactureras, dedicadas al desarrollo de la actividad “Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo”, así mismo fue una investigación descriptiva y correlacional, utilizándose como instrumento las fuentes bibliográficas, donde la muestra fueron las empresas dedicadas a fabricación de productos elaborados de metal en Bogotá. De tal manera, se observó que existen muchas brechas en las PYMES del sector manufacturero dedicadas a la fabricación de productos de metal, por lo que se debe implementar planes para hacer más competitivos y productivos en sus procesos logísticos.

A nivel nacional, Human y Villalobos (2020) en su estudio llamado *Gestión logística para mejorar la productividad en la empresa Agroindustria Caraz S.A.C.*, la cual tuvo como objetivo, determinar si la gestión logística permitirá mejorar la productividad en la agroindustria, comprende una metodología de tipo descriptiva y diseño no experimental, como muestra se tomó en cuenta a las áreas de compras, almacenamiento, producción, distribución y servicio al cliente. Como resultado se obtuvo que existe incumplimiento de los proveedores, desorden en el almacén e incumplimiento o retraso en el pedido, lo cual genera una baja productividad. Así mismo, se concluyó que la empresa tenía una productividad de 3.14 antes de la propuesta, la cual fue desarrollar un nuevo modelo de la cadena de suministros, y después de ella hubo un incremento de la productividad en un 3.92% a un 25.07%.

Además, Ramos (2018) en su investigación titulada *Implementación de un sistema de gestión logística en la empresa importadora Ralamn S.A.C., para mejorar el servicio al cliente – Lambayeque 2016*, la cual tuvo como objetivo implementar un sistema de gestión logística para mejorar el servicio al cliente, siendo la muestra los trabajadores del sistema logístico y clientes de la empresa, con una metodología no experimental y descriptiva, teniendo como instrumentos a la entrevista, encuesta y revisión documentaria. Como resultado se obtuvieron que la empresa atiende a los clientes sin tener información suficiente de sus necesidades o tendencias, lo que genera un deficiente servicio al cliente, por lo que se plantea que se elabore un sistema en donde se puedan estandarizar los procesos

y así mejorar la atención al cliente, dicha herramienta logró disminuir los reclamos y devoluciones en un 52.03% y la demora de pedido en un 37.84%, ayudando al aprovechamiento de todos los recursos que posee la empresa.

Así mismo, Correa y Gonzales (2021) en su análisis titulado *Implementación de un modelo de gestión logística y su efecto en la eficiencia organizacional del proceso de descarga y despacho del almacén en la empresa SL Courier del Perú en Trujillo año 2020*, la cual tuvo como objetivo conocer la influencia en la implementación de un modelo de gestión logística en la eficiencia organizacional del proceso de despacho y descarga de almacén en la empresa, teniendo como metodología de tipo aplicada y pre experimental, la muestra se conformó por 20 trabajadores del área de estiba, desestiba y despacho de un almacén, y como instrumentos la guía de observación y un cuestionario. De tal manera, se observó en los resultados que la empresa tenía una deficiente logística en el área de descarga y despacho del almacén, debido a que el lugar era muy pequeño, no tenían espacio para acomodar las mercancías, estaban en desorden sin contar con reglas de cuidado y preservación de los paquetes. En el área de despacho no cuentan con espacios específicos, lo que hace que las mercancías se mezclen y envíen los paquetes equivocados a destinos no pertenecientes al mismo. Así mismo, se concluye que el modelo de gestión logística estudiado mejoró el nivel de compras, abastecimiento distribución y almacenamiento, que mejora su nivel deficiente de 85% y regular 15%, a un nivel bueno de 100% en el post test, dejando claramente que el modelo influye de forma positiva en los procesos logísticos de la empresa.

Por otro lado, Ayasta y Quispe (2021) en su tesis denominada *Gestión Logística y Competitividad de una empresa importadora de insumos textiles, Lima 2021*, la cual tuvo como objetivo principal analizar y conocer la relación entre la gestión logística y la competitividad de una empresa importadora de maquinarias e insumos textiles, una metodología de tipo aplicada y diseño no experimental con enfoque cuantitativo, empleando una población de cinco empresas importadoras textiles en Lima, mediante los instrumentos; cuestionarios y verificación

documentaria. De este modo, se pudo evidenciar que la gestión logística de las empresas tiene una relación significativa con la competitividad y las empresas textiles, no aplicaban tecnología en sus gestiones logísticas, al llegar la pandemia se obtuvo una retención en sus mercancías importadas, lo que generó retrasos. Así mismo, se concluye que la empresa no tiene una relación positiva entre su gestión logística y la competitividad, por lo que se recomienda que se desarrollen planes estratégicos de logística para mejorar la competitividad de las empresas textiles.

Calderón y Urtecho (2018) en su tesis titulada *Desarrollo e implementación de un sistema de trazabilidad para mejorar el monitoreo del servicio de encomiendas en la empresa Olva Courier, Chimbote*, la cual tuvo como objetivo mejorar el monitoreo del servicio de encomiendas en la empresa courier de Chimbote, mediante la implementación de un sistema web de trazabilidad, con una metodología de tipo cuasi experimental, con diseño de estudio de caso con una sola medición, empleando 4 poblaciones, la cuales son; el área de monitoreo de encomiendas conformada por 10 colaboradores, 5 trabajadores encargados de registrar y entregar los paquetes, la población de quejas al mes, siendo 20 quejas y la población de encomiendas enviadas al mes, siendo 5000 encomiendas al mes, mediante los instrumentos; encuesta y entrevista. De tal manera, se obtuvo como resultado que al implementar dicho sistema ahora la empresa puede generar reportes de las encomiendas que son enviadas a su destino, se reduce tiempo en la gestión operativa y minimizar los costos, así mejorando la atención a los clientes. Así mismo, se concluyó que la implementación del sistema de trazabilidad aumentaría los ingresos en un monto de S/ 2,408.33 debido al incremento de clientes y que la inversión realizada se puede recuperar en medio año.

También, Butrón y Coaquera (2021) en su tesis de nombre *La gestión logística y su relación con la calidad de servicio del personal de la unidad de abastecimientos de la municipalidad de Ilabaya, año 2021*, la cual tuvo como objetivo detallar la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio, mediante la metodología descriptiva correlacional, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Siendo la muestra censal de 25 trabajadores de área de

abastecimiento, utilizando como instrumentos 2 cuestionarios. De esta manera, se tuvo como resultado que la entidad pública posee una deficiente gestión logística que trae como consecuencia la ineficacia de las funciones, pésima calidad del servicio y no poder cumplir con los objetivos y metas de la institución. Así mismo, se concluye que la gestión logística y la calidad del servicio se relacionan significativamente en la unidad de abastecimiento de la municipalidad.

Marro (2019) en su investigación titulada *Estrategias competitivas y calidad de servicio del área logística de la agencia de carga JS Perú Cargo S.A.C. Magdalena, 2018*, la cual tuvo como objetivo analizar la relación que hay entre las estrategias competitivas y calidad de servicio del área logística, así mismo fue de tipo aplicada con diseño no experimental, utilizándose como instrumento de recolección de datos un cuestionario, donde la muestra fueron 30 empresas importadores y exportadores de Lima Metropolitana y clientes de la agencia. De tal manera, se observó que gran parte de las empresas cuentan con un nivel bajo de estrategias competitivas, además, que existe una relación entre estrategias competitivas y calidad de servicio del área logística de la agencia de carga, por lo tanto, se concluye que se debe consolidar más estrategias competitivas para el área logística y así mejore sus procesos.

Troncos (2021) en su investigación titulada *Mix de Marketing de Servicios para la competitividad en la empresa turismo Atahualpa S.R.L, Chiclayo 2019*, la cual tuvo como objetivo proponer el mix de marketing de servicios para la competitividad en la empresa Turismo Atahualpa S.R.L, con una metodología no experimental y descriptiva, teniendo como instrumento un cuestionario. Como resultado se obtuvo que los factores de la competitividad en la empresa Turismo Atahualpa S.R.L, Chiclayo, luego del análisis de resultados se comprobó que la eficacia del servicio frente a la competencia no es la adecuada reflejándose en que según el 43% se encuentra en desacuerdo, un segundo factor es la tecnología, que según el 34% de clientes está en total desacuerdo que la empresa usa herramientas tecnológicas.

Salazar y Salazar (2018) en su estudio denominado *La gestión de almacén y su incidencia en la eficiencia operativa en la distribución y control de materiales y equipos forenses de la división médico legal III – Lambayeque, 2017*, el cual tuvo como objetivo principal evaluar la gestión del almacén para determinar la eficiencia operativa en la distribución y control de materiales y equipos forenses, siendo una investigación de tipo aplicada de nivel descriptivo – interpretativo, con un diseño no experimental – transversal, teniendo como muestra a todo el personal de almacén. Como resultados se muestra que el almacén de la División Médico Legal III tiene diferentes puntos críticos que afectan el almacenamiento de los productos que solicitan a los proveedores, como lo es la demora de adquisición de productos, debido al sistema burocrático, no se especifica correctamente lo que se va a solicitar, los materiales no son vaciados en un sistema informático que permita determinar las cantidades y descripción de cada uno para el año fiscal previsto. Así mismo, el almacenamiento de los materiales se realiza de manera incorrecta, cada material no es codificado para ser identificado de forma rápida, además de no tener documentos oficiales para el control y custodia de los materiales. En resumen, después de la aplicación de los instrumentos se identificó que el 66% afirma que el área de almacén no es altamente confiable y un 31% de confiabilidad, lo que significa que hay un alto grado de ineficiencia en la gestión de almacenes en la División Médico Legal. Además, que no cuentan con un personal capacitado para esta área. Por lo tanto, se concluye que la entidad de investigación debe emplear de forma interna con normativas, reglamentos, capacitaciones exhaustivas y un sistema informático para monitorear el área y así evitar la pérdidas o deterioro de los materiales forenses.

Paredes y Vargas (2018) en su investigación titulada *Propuesta de mejora del proceso de almacenamiento y distribución de producto terminado en una Empresa Cementera del Sur del país*, la cual tuvo como objetivo optimizar el proceso operativo del almacén de producto terminado, teniendo como metodología ser una tesis experimental y de diseño no experimental, además tener como muestra a 420 usuarios externos, como técnicas de investigación encuesta, entrevistas e inspección de registros. De esta manera, se observó en los resultados

que la empresa tiene puntos críticos en sus procesos logísticos, debido a que el 65% del personal no está altamente capacitados para el despacho de productos, así mismo el 40% de los tiempos son excedentes, lo que genera una insatisfacción en los choferes de un 60%. Por lo tanto, se implementó una propuesta de mejora que es desarrollar un plan de capacitaciones, señalizaciones para el área de carga y descarga, así incrementaría la satisfacción del cliente en un 90% y generar en un 95% que las unidades de carga estén acondicionados, revisadas y equipadas, siempre cumplimiento con los procesos establecidos para todo el personal.

Porras (2020) en su investigación denominada *Plan de mejora del proceso logístico de distribución en la Empresa Corpora La Regional S.R.L. Huancayo-Junín-2020*, la cual tuvo como objetivo principal diseñar un plan de mejora para el proceso logístico de distribución, teniendo como metodología ser una tesis descriptiva y diseño no experimental, en cuanto a la unidad de análisis se investigó a las personas que trabajan en el área de distribución, mediante los instrumentos fichas de observación y análisis de documentación. De tal forma se pudo evidenciar que la empresa tiene un proceso de distribución deeficiente, lo que le permite implementar mejoras en la fase operativa, como respuesta a las diferentes oportunidades que tienen en cuanto a la base de datos con productos reiterados, la falta de guías para los productos nuevos, falta de política de compras y deficientes herramientas informáticas, así le permite a la empresa aumentar la competitividad en el mercado.

Cruz Costa y D'Anglés (2022) en su investigación llamada *Gestión logística para la competitividad de una Pyme de la industria de alimentos balanceados frente al Covid-19*, el cual tuvo como objetivo general diseñar un modelo de gestión logísticas para la incrementar la competitividad, teniendo como metodología de tipo descriptiva, enfoque mixto y diseño no experimental, siendo la población los procesos que tiene la organización, mediante los instrumentos guía de entrevista y ficha de registro. Así mismo, se obtuvieron como resultados que la empresa presenta problemas logísticos; como el deficiente control en la entrada de mercancías al almacén, no tiene espacios delimitados para las diferentes y

clasificados según el tipo y peso de cada una de ellas. En cuanto a la distribución se presenta una incertidumbre en la entrega, debido al retraso del transporte, insuficiente capacidad de carga y problemas climáticos, en el transporte los vehículos no tienen el acondicionamiento necesario para cada mercancía, existe una mala manipulación de las mismas, lo que genera inseguridad y pérdidas de los productos antes de llegar al cliente. Por lo tanto, se recomienda la implementación de estrategias tecnológicas de gestión logística lo que les permite incrementar la eficiencia de sus actividades operativas y la competitividad empresarial.

A nivel local, Mena (2019) en su investigación titulada *Caracterización del financiamiento y competitividad de las empresas dedicadas al transporte de carga de limón sutil del sector Cieneguillo norte, distrito de Sullana, año 2018*, la cual tuvo como objetivo observar las características de financiamiento y competitividad de las empresas dedicadas al transporte de carga de limón, así mismo fue de tipo aplicada con diseño no experimental de corte transversal, utilizándose como instrumento de recolección de datos un cuestionario, donde la muestra se conformó por gerentes de las MYPES del mismo rubro. De tal manera, se observó que la mayor parte de las empresas no cuentan con una flota moderna y equipada de transporte que cumplan con las características para el traslado de limones, por lo tanto, se concluye que se debe mejorar la calidad de los servicios brindados de tal manera sean efectivos y les generan la confianza necesaria a sus clientes.

Velásquez (2020) en su investigación denominada *Gestión logística para optimizar el control de inventario de la empresa Quiagral S.A.C., Sucursal Piura 2019*, la cual tuvo como objetivo determinar la gestión logística para optimizar el control de inventario, así mismo fue una investigación de tipo aplicada y diseño no experimental, utilizándose como instrumento un cuestionario, una entrevista y revisión documental donde la muestra censal fue de 40 trabajadores del área del almacén. De tal manera, se observó en los resultados que la empresa tiene una adecuada política para el control de existencia en su almacén, seguridad de stock, sin embargo, tienen dificultades en el aprovisionamiento, capacidad, ubicación de las mercancías en el almacén.

Pizarro y Silva (2020) en su estudio titulado *La gestión logística y el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano en el año 2019*, la cual tuvo como objetivo analizar la gestión logística y su relación con el desarrollo estratégico del sector ferretero, así mismo fue una investigación básica y correlacional, utilizándose como instrumento un cuestionario, donde la muestra fue de un total de 51 empresas ferreteras de la región Piura. De tal manera, se observó que el 39.22% de los encuestados dicen que la gestión logística del sector ferretero piurano es muy baja, así como también se debe mejorar la gestión de transporte, distribución y almacén y así poder ofrecer un servicio de calidad a sus clientes.

En consideración a los enfoques conceptuales respecto a la primera variable *Gestión Logística*, tenemos el aporte del autor Escudero (2019) quien la define como un conjunto de medios y actividades importantes que se desarrollan dentro de una empresa, con el fin de producir y comercializar productos o servicios, además de ser un medio entre el área productiva y los mercados que están divididos por el tiempo y distancia. Así mismo, Vladimir et al. (2020) comentan que es aquel proceso que está ligado a todas las operaciones de una organización, los cuales están integrados en la cadena de suministro en el que abarca: el aprovisionamiento, producción, gestión de inventario, distribución y servicio al cliente.

La gestión logística es parte fundamental de una empresa, debido a que es el medio para poder abastecer y distribuir de manera eficiente un producto, siempre y cuando se cuente con las herramientas necesarias y los colaboradores capacitados para realizar eficientemente las actividades, la cual genera un impacto tanto positivo en las ganancias y la sociedad de dicha empresa (Paricahua, 2022).

En relación a las 3 dimensiones de la primera variable, se tiene a la primera dimensión llamada *almacenamiento*, caracterizado por ser el proceso de ubicación que se le asignan a cada una de las mercancías dentro de un almacén, con el propósito de acceder a ellas fácil y rápidamente, mediante diversas herramientas, como son las cintas transportadoras, pallets, montacargas, stands, soportes, entre otros (Escudero, 2019). Así mismo, la segunda dimensión llamada *transporte* es el medio mediante el cual una empresa realiza el recorrido de una mercancía para ser

comercializadas o entregadas al cliente, este medio contempla diversos servicios que son añadidos al transporte, como son la carga, descarga, peaje, impuestos de aduanas, entre otros, principalmente estos medios son tercerizados, pero también la misma empresa cuenta con las unidades de transporte para trasladar sus mercancías (Escudero, 2019). Finalmente, la tercera dimensión llamada *distribución* es definida como la última fase del proceso logístico, la cual se encarga de trasladar las mercancías de un lugar a otro, mediante diversas vías o rutas que son gestionadas por la empresa para realizar una entrega más óptima y rápida, siempre preservando el cuidado de las mercancías trasladadas (Escudero, 2019).

Así mismo, la dimensión almacenamiento, permite organizar diariamente las existencias almacenadas, así como obtener información sobre la estructura del almacén y la calidad de servicio que ofrecen al cliente, para ello se necesita que el área este en constante comunicación con demás departamentos, como administración, contabilidad y compras para así optimizar y que sean más eficientes las operaciones de la empresa (Flamarique, 2018). Así mismo, la segunda dimensión llamada transporte es una actividad económica, que se encarga de vincular a una empresa con sus proveedores y clientes, planificar y controlar el flujo de almacenaje eficiente de las mercancías, siempre y cuando tengan los vehículos acondicionados para movilizar cargas de un lugar a otro de distintas maneras (Antón y Urrosolo, 2021). Finalmente, la tercera llamada distribución, es una actividad logística parte de la cadena de suministros, que si esta se realiza de forma eficiente le permite a la empresa prestar un mejor servicio y una mayor satisfacción al cliente. (Paz, 2021).

Por otro lado, se tienen los indicadores de las dimensiones, en base a la dimensión almacenamiento, el primer indicador llamado *Capacitación en manipulación de mercancías* es una función importante en una empresa, debido que va permitir que los colaboradores comprendan el eficiente manejo para la conservación de las mercancías, según el diseño del depósito y las normas que se establezca la empresa (Coyle et al., 2017). Como segundo indicador se tiene *Rotación de inventario*, el cual Coyle et al. (2017) lo expresan como los niveles de

inventario existente, las entradas y salida de mercancías dentro de un almacén, lo que les permite tomar decisiones eficientes de reabastecimiento. Como tercer indicador, están los *Pedidos recepcionados* y los mismos autores comentan que es la actividad que permite preparar, embalar y embarcar los pedidos solicitados por los clientes.

Así mismo, se tienen los indicadores de la dimensión transporte, como primer indicador se presentan a los *Vehículos disponibles*, para ello los autores Coyle et al. (2017) lo definen como los principales medios de transporte en una empresa exclusivamente para las mercancías, estos tienen diversos tipos o formas según las necesidades del cliente o destino del producto. Como siguiente indicador están las *Rutas realizadas por vehículo*, en este caso los autores Coyle et al. (2017) afirman que las rutas de entrega para las mercancías tienen un gran impacto en la satisfacción del cliente, por ello se debe determinar las rutas de transporte más eficientes en cuanto a tiempo y costo. Finalmente, está el indicador *Volumen de carga* y los mismos autores manifiestan que es la cantidad máxima de mercancías que puede almacenarse en un vehículo para ser transportado a cualquier destino, cada medio de transporte está diseñado en cuanto a las características y volumen, lo que le permite entregar una determinada cantidad de mercancías a su destino.

Del mismo modo, están los indicadores de la dimensión distribución, siendo uno de ellos la *Entrega de mercancías* y en la opinión de Coyle et al. (2017) lo expresan como el proceso mediante el cual la mercancía atraviesa para llegar al destino final, desde la estiba del producto al vehículo de transporte hasta la entrega al cliente. Finalmente, el indicador *Pedidos pendientes en el día*, Coyle et al. (2017) lo definen como aquellos productos que aún no tienen un destino o fecha de entrega por diversos motivos o circunstancias.

En relación a la variable 2 llamada *Competitividad*, tenemos la opinión de Medeiros et al. (2020) quienes la definen, como el desempeño y eficiencia productiva de las organizaciones, ligada a la facultad que tiene una empresa en implementar estrategias competitivas y que estas se adecuen al tiempo, ambiente y entorno en el que se encuentre. Por otro lado, Díaz et al. (2021) mencionan que

la competitividad incurre en un aumento del rendimiento de las empresas, además de ser el conjunto de herramientas que facilitan poder desarrollarse en el mercado y vencer a los adversarios del medio.

De la misma manera, están las dimensiones de la variable mencionada anteriormente, siendo una de ellas la dimensión *Calidad*, para Díaz y Salazar (2021) la calidad en las empresas no solo se refiere al cúmulo de propiedades y características que debe poseer el producto o servicio, sino también a la constante mejora dentro de los procesos de una organización, logrando satisfacer las necesidades de los clientes. Así mismo, la dimensión *Productividad*, es conceptualizada por Mejía y Jiménez (2020) como el resultado alcanzado de producir un servicio o producto y la disponibilidad de recursos para efectuar dicha producción. Finalmente, la dimensión *Servicio al cliente*, definida por Morales et al. (2019) como el valor agregado que ofrecen las empresas, donde el colaborador atiende con receptividad y cortesía, solventando las dudas del usuario con el único fin, que cada cliente se sienta importante a la hora de realizar una compra o pague por un servicio.

En relación, a los indicadores de la dimensión calidad tenemos a las *Entregas a tiempo* y según Rocha et al. (2021) es considerado el total de tiempo acontecido desde que se hace el pedido hasta obtener el producto final. El siguiente indicador de la dimensión calidad, es el *Cumplimiento de entregas*, el cual es la puntualidad de los despachos en una empresa, este indicador permite medir el desempeño de la distribución, además el funcionamiento de las áreas de gestión operativa y servicio al cliente (Henríquez et al., 2018). Así mismo, el indicador innovación tecnológica se refiere a la necesidad que tiene una empresa para ser competitiva y crecer en el mercado, mediante la mejora de un producto, servicio o proceso productivo generando así sostenibilidad en el tiempo y dinamismo empresarial (Rojo, 2019).

Como indicadores de la dimensión *productividad*, está la *Eficiencia*, la cual es acortar los costes relacionados a las operaciones dentro de la empresa sin dejar de ofrecer un buen producto o servicio (Rocha et al., 2021). El siguiente indicador

llamado *Rentabilidad*, para Rocha et al. (2021) lo definen como aquella utilidad que es proporcionada por una determinada operación o actividad. Por último, el indicador *Eficacia*, es todo cumplimiento de cualquier proceso o actividad en el tiempo indicado (Rocha et al., 2021).

Finalmente, están los indicadores de la dimensión servicio al cliente, siendo uno de ellos *Satisfacción del cliente*, el cual es un estado de conformismo de parte de un cliente al recibir un producto o servicio (Rocha et al., 2021). El indicador *Índice de recomendación*, es comprender que tan conformes se sienten los clientes con un producto o servicio, y si están dispuestos de recomendar la marca con algún amigo o familiar (Rocha et al., 2021). Como último indicador de investigación es el *Capacidad de respuesta*, el cual hace referencia a la solicitud de un cliente, pues la capacidad de respuesta hace referencia a la disposición de responder a la demanda de clientes o usuarios (Rocha et al., 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo *aplicada* y en la opinión de los autores Ñaupas et al. (2018) se refiere a que los resultados de dicha investigación obtenidos intentan resolver problemas sociales mediante estrategias propuestas. De tal manera se va analizar el problema de la empresa de paquetería y proponer estrategias de solución. Así mismo, tiene un nivel *descriptivo*, respecto a ello, Pérez et al. (2020) mencionan que una investigación descriptiva es aquella que describe las características de un objeto de estudio para luego realizar un diagnóstico. En efecto, la presente investigación se detallará de forma precisa la situación problemática, sus causas y efectos hacia la empresa de paquetería.

En relación a su alcance es *transeccional o transversal*, en la opinión de Mías y Tornimbeni (2021) señalan que es un estudio de observación, se desarrolla en un período actual específico, donde se va a recoger datos para comprender una situación. En cuanto a su enfoque es *mixto*, para ello Niño (2022) expresa que este tipo de investigación se encarga de recopilar y analizar datos cualitativos como cuantitativos, para investigar más a profundidad un tema en específico. De tal forma, en el estudio realizado se analizarán las diversas características de las variables de estudio.

Por último, tiene un diseño *no experimental*, por ello Hernández y Torres (2018) definen la investigación no experimental como el estudio que no manipula las variables de estudio, sino que sólo interpreta y observa la situación para llegar a una conclusión en su entorno natural. Así mismo, en la siguiente investigación solo se observará la situación que existe en la empresa de paquetería para luego llegar a una conclusión.

3.2. Variables y operacionalización

– Variable 1: Gestión logística

Según Escudero (2019) define a la gestión logística como un conjunto de medios y actividades importantes que se desarrollan dentro de una empresa, con el propósito de producir y comercializar productos o servicios, siendo el medio entre el área productiva y los mercados que están divididos por el tiempo y distancia.

– Variable 2: Competitividad

Según Medeiros et al. (2020) definen la competitividad, como el desempeño y eficiencia productiva de las organizaciones, ligada a la facultad que tiene una empresa para implementar estrategias competitivas y que estas se adecuen al tiempo, al ambiente y contexto en el que se encuentre.

3.3. Población, muestra y muestreo

– Población

Según Valencia et al. (2020) la población es el grupo de elementos con características semejantes, ya sean demográficas, hábitos de vida, etc. De tal manera, el siguiente trabajo de investigación está conformado por dos poblaciones, una de ellas la comprenden los colaboradores del área de almacén, siendo un total de 20 personas y la otra población la definen los clientes de la empresa de paquetería, siendo esta una población desconocida, debido a que no se tiene conocimiento del número exacto de clientes. Finalmente, se tomará en cuenta la opinión del administrador de la empresa para la recopilación de datos cualitativos.

– Criterios de evaluación:

- **Criterio de inclusión:** Los colaboradores del área de almacén y los clientes de la empresa de paquetería.
- **Criterio de exclusión:** Los colaboradores excluidos serán aquellos que durante la aplicación de los instrumentos se encuentren con licencia, de vacaciones o por algún otro motivo. Así mismo, los clientes ausentes que no recojan sus paquetes en los días de la aplicación del instrumento.

– **Unidad de análisis:**

La unidad de análisis de la investigación estará conformada por los colaboradores del área de almacén conjuntamente con el administrador y cada uno de los clientes de la empresa de paquetería.

– **Muestra**

La muestra es una determinada cantidad de la población de estudio, que tiene las características necesarias para la investigación de las variables que se van a evaluar en una empresa, esta puede ser finita o infinita (Delgado et al., 2018). En efecto, para la población de colaboradores del área de almacén se va a considerar una muestra censal, debido a que es una población pequeña y fácilmente accesible. Sin embargo, para la población de clientes se aplicará la fórmula de poblaciones infinitas, debido a que se desconoce el número exacto de clientes. Por lo tanto, obtendremos como resultado de la muestra a 196 clientes, los cuales serán encuestados.

– **Muestreo**

De acuerdo a Hernández y Mendoza (2018) el muestreo es una técnica empleada en toda investigación, donde se va analizar la población para así poder identificar la muestra, la cual será constituida por una porción mínima de dicha población y será la unidad analizada a través de un medio estadístico. Así mismo en la investigación se utilizará para la población de clientes el muestreo probabilístico, donde será elegido a través de una selección aleatoria simple y para la población de trabajadores no se utilizará ningún tipo de muestreo.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

– Técnicas

a) Encuesta

La encuesta es un método empleado para recolectar datos de algún fenómeno dentro de una población, la cual consiste en recolectar información a través de un cuestionario que permitirá conocer lo que saben las personas, de un tema en específico (Martínez, 2018). Así mismo, dicha técnica estará dirigida a los clientes de la empresa, con el objetivo de obtener información sobre la variable competitividad. Por otro lado, también se aplicará una segunda encuesta dirigida a los colaboradores del área de almacén para conocer más a fondo la variable gestión logística.

b) Entrevista

Según Martínez (2018) la entrevista es considerada un medio para generar información en una investigación, la cual consiste en adquirir dicha información a través de una conversación entre dos o más personas, donde se va a identificar todo conocimiento acerca del tema investigado. El tipo de entrevista a emplearse es la entrevista semiestructurada, la cual consta de un guión que incluye preguntas abiertas, así mismo se requiere que el número de preguntas sea mínimo con el fin de recolectar datos importantes y precisos (Tejero, 2021). En la investigación se entrevistará al administrador, con la finalidad de complementar la información relacionada a la gestión logística y competitividad que se lleva a cabo dentro de la empresa, además de conocer más a fondo si se realiza una buena gestión en ella.

– Instrumentos

a) Cuestionario

Se emplearán dos cuestionarios, uno de ellos tendrá 15 ítems y el otro 12, con alternativas bajo la modalidad de escala de Likert, en el cual se realizará la recolección de los datos estadísticos, para luego obtener un análisis que ayudará al investigador conocer la situación actual de la empresa. Así mismo, la validez de los cuestionarios será avalada por 3 especialistas en el tema, quienes tratarán su conformidad respecto a la coherencia, relevancia y claridad de cada una de las preguntas planteadas en los cuestionarios.

b) Guía de entrevista

El siguiente instrumento que se empleará es la guía de entrevista constituida por 17 interrogantes abiertas para complementar la variable gestión logística y competitividad, así obtener datos generales y exactos sobre la empresa.

3.5. Procedimientos

En relación a la aplicación de los cuestionarios se tendrán en cuenta la opinión de los clientes y trabajadores de la empresa de paquetería, con el propósito de obtener información sobre las variables de estudio denominadas gestión logística y competitividad, para ello se realizará la entrega física de los cuestionarios a los clientes y trabajadores de la empresa con los ítems correspondientes, para que así realicen el llenado de las preguntas con la respuesta que mejor se adapte a su conocimiento y experiencia adquirida en la empresa. En cuanto a los trabajadores se aplicará la encuesta en su horario de refrigerio y los clientes serán encuestados en la parte exterior de la empresa, luego de que hayan realizado su recojo o envío de una encomienda. En cuanto a la entrevista, se solicitará previamente al administrador de la empresa de paquetería, quien será el entrevistado, la fecha y hora en que se encuentre disponible para realizar dicha técnica y establecer el medio de comunicación que se adapte a sus posibilidades, ya sea presencial o virtual.

3.6. Método de análisis de datos

Para el análisis de los datos adquiridos en las encuestas y entrevista, se tomará en cuenta como primera etapa el programa Microsoft Excel, en el cual se van a transcribir los resultados obtenidos de dichas técnicas, para posteriormente ser exportados en la herramienta estadística SPSS versión 26.0 la cual va a permitir procesar la información para luego, generar las tablas de frecuencia correspondientes de cada pregunta que se ha formulado e interpretarlas.

Posterior a ello, la información cualitativa será obtenida por medio del administrador y será procesada mediante la realización de un informe en donde se tome en cuenta lo más relevante para el proyecto de investigación. Así mismo, se ordenarán las respuestas según los objetivos formulados para el informe de entrevista, la cual formará parte de los resultados de la investigación.

3.7. Aspectos éticos

Según Cabrera (2020) comenta que la ética en una investigación es el conjunto de principios que miden o regula el desarrollo de un trabajo, lo cuales nos permiten evitar el plagio, fraude o incertidumbres morales. Por tal motivo, la presente investigación está guiada por la Resolución del Consejo Universitario N° 0470-2022/UCV “Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo”. De tal manera, como primer punto está la autenticidad del proyecto, el cual se evidenciará con los resultados obtenidos por el programa Turnitin. Por otro lado, se respetará la información obtenida de los libros, artículos y otras fuentes importantes, debido a que serán citadas y referenciadas tomando en cuenta las normas APA 7ma edición. Finalmente, se tratará de forma anónima los datos personales de los clientes, trabajadores y administrador quienes serán encuestados, y algún tipo de información especial que hayamos obtenido de la empresa.

IV. RESULTADOS

4.1. Informe de aplicación del cuestionario

Para el desarrollo de la investigación, se ha tomado en cuenta la recolección de datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos que permitió evaluar la variable gestión logística y competitividad en una empresa de paquetería en la región Piura, las cuales fueron presentadas estadísticamente mediante tablas de frecuencia en cuanto a los objetivos de investigación. A continuación, se describen cada uno de ellos:

4.1.1. Gestión de almacenamiento en una empresa de paquetería en Piura.

Tabla 1

Gestión de almacenamiento en una empresa de paquetería

ALMACENAMIENTO	Totalmente de acuerdo (5)		De acuerdo (4)		Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)		En desacuerdo (2)		Totalmente en desacuerdo (1)		Total (Σ)	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
La empresa capacita al personal del área de almacenamiento para la manipulación de mercancías.	13	65%	6	30%	1	5%	0	0%	0	0%	20	100%
Usted considera que las capacitaciones brindadas por la empresa son realmente útiles para la mejor manipulación de mercancías.	12	60%	7	35%	0	0%	0	0%	1	5%	20	100%
La empresa realiza inventarios físicos a las mercancías almacenadas.	10	50%	9	45%	0	0%	1	5%	0	0%	20	100%
La empresa cuenta con herramientas que ayudan a monitorear el movimiento de las mercancías.	9	45%	10	50%	1	5%	0	0%	0	0%	20	100%
Usted cree necesario que se realice una supervisión constante al momento que entran y salen los paquetes del almacén.	11	55%	6	30%	2	10%	1	5%	0	0%	20	100%
La empresa cuenta con un amplio almacén para colocar las encomiendas recepcionadas.	6	30%	12	60%	1	5%	1	5%	0	0%	20	100%
Se cumple con ordenar las mercancías recepcionadas según el espacio establecido.	9	45%	9	45%	1	5%	1	5%	0	0%	20	100%

En la tabla 1 de gestión de almacenamiento, se muestra que el 65% de los colaboradores están totalmente de acuerdo en que la empresa está realizando

capacitaciones al personal del área de almacén, en materia de manipulación de mercancías, al momento de ingresar a laborar, y el 60% manifiesta que está totalmente de acuerdo en que dichas capacitaciones son realmente útiles para el buen manejo de mercancías. Así mismo, el 50% de los colaboradores comentan que la empresa realiza inventarios físicos a las mercancías dentro del almacén, además el 55% expresa que cuentan con herramientas para monitorear el movimiento de las mercancías almacenadas, siempre y cuando no dejen de realizar una supervisión constante a las mercancías que ingresan y salen del almacén de la empresa, así lo dijo el 60% de los colaboradores. Por lo tanto, el 45% de los colaboradores comentan que si cumplen con ordenar las mercancías según el espacio establecido en el almacén de la empresa de paquetería.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se puede evidenciar que cuando un colaborador del área de almacenamiento de la empresa de paquetería es contratado, le brindan capacitaciones a cerca de las diferentes funciones que van a realizar, mediante videos explicativos y exámenes, contribuyendo así a un mejor desempeño logístico en el área de almacén, además que las mercancías tendrían un mejor trato y consigo satisfacer las necesidades de los clientes. También se pudo visualizar que la empresa cuenta con diferentes herramientas tecnológicas, como lo es su página web y el sistema de monitoreo de paquetes, al cual se puede acceder con el número de boleta de envío para saber la ubicación exacta de la encomienda, los cuales les facilitan en tiempo y lugar, el recojo de mercancías a los clientes. Finalmente se ha podido contemplar que la empresa cuenta con un almacén amplio, ventilado y con espacios específicos para clasificar los paquetes según su peso o tamaño, así facilitan una mejor identificación de los paquetes en la búsqueda y entrega de los mismos. De esta manera, se puede concluir que el área de almacenamiento cuenta con todas las herramientas necesarias para agilizar sus procesos, que benefician los tiempos de entrega y reducen las pérdidas de mercancías. Además, que la empresa de estudio contempla una ventaja competitiva en la entrega y distribución de mercancías frente a la competencia.

4.1.2. Gestión de transporte en una empresa de paquetería en Piura.

Tabla 2

Gestión de transporte en una empresa de paquetería

TRANSPORTE	Totalmente de acuerdo (5)		De acuerdo (4)		Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)		En desacuerdo (2)		Totalmente en desacuerdo (1)		Total (Σ)	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Está de acuerdo con la cantidad de vehículos para la distribución de encomiendas.	4	20%	10	50%	3	15%	3	15%	0	0%	20	100%
La empresa realiza mantenimiento a los vehículos utilizados en el transporte de paquetes.	7	35%	11	55%	1	5%	1	5%	0	0%	20	100%
Considera usted que existe una buena gestión en la programación de rutas que realizan los vehículos.	6	30%	10	50%	3	15%	1	5%	0	0%	20	100%
Cree que la cantidad de paquetes distribuidos en cada vehículo es la idónea.	1	5%	11	55%	7	35%	1	5%	0	0%	20	100%
Los vehículos tienen las condiciones necesarias para trasladar la cantidad de mercancías planificadas.	4	20%	13	65%	3	15%	0	0%	0	0%	20	100

En la tabla 2 de gestión de transporte, se muestra que el 50% de los colaboradores están de acuerdo en que la cantidad de vehículos con los que cuenta la empresa son suficientes para la distribución de mercancías, así mismo el 55% expresa que la empresa está realizando mantenimientos según las necesidades de cada vehículo. Por otro lado, el 50% de los colaboradores están de acuerdo en que la empresa tiene una buena gestión de programación de rutas para la entrega de mercancías, igual manera el 55% de los encuestados están de acuerdo en que la cantidad de mercancías que llevan en los vehículos es el idóneo, sin embargo, se pudo evidenciar que el 35% de los colaboradores comentan que no están ni de acuerdo, ni desacuerdo en la cantidad de mercancías para los vehículos, debido a que la demanda es cada vez mayor en el envío y distribución de mercancías. Finalmente, el 65% de los encuestados expresan que están de acuerdo en relación a que los vehículos si tienen las condiciones necesarias para cada mercancía que van a entregar al cliente final.

De acuerdo a lo expresado en la parte superior, los colaboradores encuestados afirman que la empresa cuenta con la cantidad necesaria de vehículos o unidades de carga para el traslado de mercancías, dicho sea de paso, las unidades con las que cuentan han sido adquiridas recientemente, a las cuales les dan mantenimiento según su kilometraje de recorrido para que así tenga una mejor optimización en el traslado de las mecánicas, así mismo, los colaboradores expresan que la cantidad de mercancías en ocasiones no es la adecuada en cada vehículo, debido a que llevan regular cantidad de paquetes porque la empresa tiene una amplia demanda de envíos en el día. Finalmente, se ha podido conocer que la empresa cuenta con una buena gestión de rutas de los vehículos para así evitar la demora de la entrega de paquetes a los clientes.

4.1.3. Gestión de distribución en una empresa de paquetería en Piura

Tabla 3

Gestión de distribución en una empresa de paquetería

DISTRIBUCIÓN	Totalmente de acuerdo (5)		De acuerdo (4)		Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)		En desacuerdo (2)		Totalmente en desacuerdo (1)		Total (Σ)	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Existe un control en la estiba y desestiba de mercancías durante su entrega al cliente.	7	35%	10	50%	3	15%	0	0%	0	0%	20	100%
Los estibadores cumplen con todos los protocolos de seguridad al momento de entregar los paquetes.	4	20%	13	65%	2	10%	1	5%	0	0%	20	100%
Considera que se logra satisfacer la demanda de paquetes a entregar diariamente.	3	15%	13	65%	4	20%	0	0%	0	0%	20	100%

En la tabla 3 de gestión de distribución se muestra que el 50% de los colaboradores están de acuerdo que la empresa realiza un control en la estiba y desestiba de mercancías cuando se desarrolla la distribución de las mismas, además que cada estibador cumple con todos los protocolos de seguridad al momento de entregar las mercancías al cliente, así lo manifestó el 65% de

encuestados. Finalmente, el 65% de los colaboradores mencionan que si se está logrando satisfacer la demanda de paquetes por entregar diariamente.

En relación a lo anterior, se puede observar que los colaboradores manifiestan que en la distribución de las mercancías existe un control en la estiba y desestiba de los paquetes cuando el vehículo realiza las entregas a los clientes, favoreciendo así un inventario de los paquetes que distribuyen, y preservar el estado de conservación de los mismos, así mismo los colaboradores cumplen con todos los protocolos de seguridad para un mejor desempeño en la gestión de distribución y seguridad ocupacional. Generando así que la demanda de pedidos en el día sea entregada en su mayoría en el tiempo, lugar y condiciones indicadas.

4.1.4. Calidad en una empresa de paquetería en Piura

Tabla 4

Calidad en una empresa de paquetería

CALIDAD	Totalmente de acuerdo (5)		De acuerdo (4)		Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)		En desacuerdo (2)		Totalmente en desacuerdo (1)		Total (Σ)	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Usted considera que todas las encomiendas son entregadas en el tiempo establecido.	71	36%	119	61%	4	2%	2	1%	0	0%	196	100%
La empresa ha cumplido con todas las entregas de encomiendas que usted ha solicitado.	81	41%	111	57%	2	1%	2	1%	0	0%	196	100%
La empresa cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para atender la demanda de encomiendas.	59	30%	130	66%	7	4%	0	0%	0	0%	196	100%
Considera útil el sistema de monitoreo de paquetes que tiene la empresa.	69	35%	75	38%	50	26%	2	1%	0	0%	196	100%

En la tabla 4 referente a la calidad de la empresa, el 61% de los clientes están de acuerdo que sus encomiendas son entregadas en el tiempo establecido, así mismo el 57% de clientes comentan que la empresa ha cumplido con todas las

entregas de encomiendas que el cliente solicitó, del mismo modo el 66% de clientes señalan que la empresa cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para atender la demanda de encomiendas. Por último, el 38% manifiestan que el sistema de monitoreo que tiene la empresa es útil para el seguimiento de paquetes, sin embargo, el 26% desconoce de dicho sistema.

De lo expresado anteriormente se puede analizar que la empresa cumple en su mayoría con las entregas de encomiendas, así mismo los clientes se encuentran conformes con el tiempo en que reciben sus mercancías. Por otro lado, creen que la empresa cuenta con la tecnología suficiente para atender al público, ya que poseen equipos tecnológicos que ayudan a ofrecer un mejor servicio, así como todos los medios de pago para facilitar la atención. Sin embargo, algunos de los clientes desconocen del sistema de monitoreo que posee la empresa para darle seguimiento a su mercancía y poder saber si ya se encuentra en la agencia para el recojo correspondiente. Dado que en algunas ocasiones acuden a destiempo a recoger sus encomiendas a la agencia equivocada, generando molestia entre los mismos. En conclusión, podemos decir que la empresa brinda un servicio de calidad ya que se están cumpliendo con las entregas de las mercancías satisfaciendo a los clientes.

4.1.5. Productividad en una empresa de paquetería en Piura

Tabla 5

Productividad en una empresa de paquetería

PRODUCTIVIDAD	Totalmente de acuerdo (5)		De acuerdo (4)		Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)		En desacuerdo (2)		Totalmente en desacuerdo (1)		Total (Σ)	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Considera que la cantidad de personal es suficiente para atender la demanda de envíos recepcionados.	23	12%	94	48%	23	12%	56	29%	0	0%	196	100%
Considera que el personal está capacitado para atender al público.	35	18%	134	68%	19	10%	8	4%	0	0%	196	100%

La empresa está ofreciendo un servicio courier de calidad en tiempo, lugar y condiciones de los paquetes.	37	19%	132	67%	21	11%	6	3%	0	0%	196	100%
---	----	-----	-----	-----	----	-----	---	----	---	----	-----	------

En la tabla 5 relacionada al nivel de productividad de la empresa el 48% de clientes comentan que están de acuerdo con la cantidad de personal para atender la demanda de envíos recepcionados, sin embargo, el 29% de ellos comentan que la cantidad no es suficiente, así mismo el 68% de los clientes manifiestan que el personal está capacitado para atender el público, teniendo en cuenta que el 10% quienes manifiestan lo contrario, y el 67% de los clientes señalan que la empresa está ofreciendo un servicio de calidad en tiempo, lugar y condiciones de los paquetes.

De lo expresado anteriormente se puede analizar que los clientes en su mayoría se encuentran conformes con la cantidad de personal que atiende en la agencia, sin embargo, algunos de ellos se muestran incómodos ya que en muchas ocasiones se forman aglomeraciones para el recojo de las encomiendas causando molestia por la demora en la atención. Así mismo manifiestan que el personal se encuentra capacitado para atender al público, mostrando amabilidad y empatía entre los mismos. Por último, se encuentran conformes con la calidad del servicio, dado que la agencia se encuentra ubicada en un lugar céntrico para su oportuna localización y además poseen las condiciones necesarias para el cuidado de la mercancía. En resumen, se puede decir que la empresa está siendo productiva, ya que se encuentra preparada para atender la demanda de clientes diarios en la agencia.

4.1.6. Servicio al cliente en una empresa de paquetería, Piura

Tabla 6

Servicio al cliente en una empresa de paquetería

SERVICIO AL CLIENTE	Totalmente de acuerdo (5)		De acuerdo (4)		Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)		En desacuerdo (2)		Totalmente en desacuerdo (1)		Total (Σ)	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Después de haber adquirido el servicio, cree que la empresa ha cumplido con sus expectativas.	45	23%	139	71%	10	5%	2	1%	0	0%	196	100%
Es probable que vuelva a contratar el servicio courier.	42	21%	145	74%	9	5%	0	0%	0	0%	196	100%
A partir de su experiencia usted recomendaría el servicio que ofrece la empresa.	47	24%	141	72%	8	4%	0	0%	0	0%	196	100%
El tiempo de respuesta por parte de la empresa ante una solicitud o reclamo es el apropiado.	1	1%	39	20%	131	67%	25	13%	0	0%	196	100%
La empresa brinda una excelente atención frente algún reclamo o solicitud que realice.	2	1%	45	23%	129	66%	20	10%	0	0%	196	100%

En la tabla relacionada al servicio al cliente de la empresa, el 71% de los clientes manifiestan que después de haber adquirido el servicio cree que la empresa si ha cumplido con sus expectativas, del mismo modo el 74% de los clientes aseguran que es probable que vuelvan a contratar el servicio, así mismo el 72% de los clientes aseveran que a partir de su experiencia recomendarían el servicio que ofrece la empresa, por otro lado el 67% de los clientes testifican que no están ni de acuerdo ni desacuerdo en el tiempo de respuesta por parte de la empresa ante una solicitud, debido a que no han tenido quejas, sin embargo el 10% comenta que han tenido inconvenientes en el tiempo de respuesta por un reclamo de sus paquetes que demoró o estuvo averiado, y el 66% de los clientes señalan que la empresa brinda una excelente atención frente algún reclamo.

De lo expresado anteriormente se puede analizar que el mayor porcentaje de clientes creen que la empresa ha cumplido con sus expectativas, no obstante,

algunos clientes manifestaron que la tarifa del servicio es un poco elevada por lo que creen que deberían disminuirla, pese a ello aseguran que es posible que vuelvan adquirir el servicio y recomendarlo con sus conocidos o familiares. Por otro lado, la mayoría de clientes manifiesta no haber tenido algún inconveniente con la empresa, no obstante, hubo algunos que aseguran que sí tuvieron inconvenientes, ya que sus encomiendas llegaron en mal estado y en su mayoría fueron mercancías frágiles. En conclusión, se puede decir que la empresa está ofreciendo un excelente servicio al cliente, generando fidelidad de los clientes.

4.1.7. Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería en Piura.

Tabla 7

Variable gestión logística

VARIABLE 1: Gestión logística	Totalmente de acuerdo (5)		De acuerdo (4)		Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)		En desacuerdo (2)		Totalmente en desacuerdo (1)		Total (Σ)	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
La empresa capacita al personal del área de almacenamiento para la manipulación de mercancías.	13	65%	6	30%	1	5%	0	0%	0	0%	20	100%
La empresa cuenta con herramientas que ayudan a monitorear el movimiento de las mercancías.	9	45%	10	50%	1	5%	0	0%	0	0%	20	100%
La empresa cuenta con un amplio almacén para colocar las encomiendas recepcionadas.	6	30%	12	60%	1	5%	1	5%	0	0%	20	100%
Los vehículos tienen las condiciones necesarias para trasladar la cantidad de mercancías planificadas.	4	20%	13	65%	3	15%	0	0%	0	0%	20	100
Existe un control en la estiba y desestiba de mercancías durante su entrega al cliente.	7	35%	10	50%	3	15%	0	0%	0	0%	20	100%

En la tabla superior relacionada a la variable gestión logística, se muestra que los principales resultados obtenidos mediante la opinión de los colaboradores, en cuanto a las capacitaciones de manipulación de mercancías, estas se realizan a cada trabajador cuando ingresa por primera vez a la empresa y durante su permanencia, para así priorizar el cuidado de cada paquete que ingresa y sale del

almacén, ahorrando así costes y tiempo. Así mismo, para monitorear dicho movimiento de paquetes, la empresa emplea herramientas tecnológicas que le permiten vigilar de cerca cada paquete, poder tener un acceso rápido hacia él y evitar pérdidas de los mismos, por otro lado, este proceso no sería eficiente si la empresa no posee un amplio almacén y los medios de transporte acondicionados para todo tipo de paquetes, sin embargo los colaboradores manifiestan que la empresa es ampliamente competitiva en cuanto a infraestructura, debido a que posee un espacio generoso para ordenar, clasificar y salvaguardar las mercancías, como también los vehículos para transportar los paquetes a su destino final.

Por otro lado, los clientes de la empresa manifiestan que en retiradas ocasionales han recibido sus mercancías averiadas, ocasionando molestias que ha sido manifestadas a la empresa, pero el tiempo de respuesta a dicho inconveniente ha sido muy extenso e incluso en algunos casos no les daban solución para la pérdida de la mercancía del cliente, así lo manifiestan en la tabla N° 8 referente a la competitividad. Por lo tanto, se concluye que la empresa presenta problemas en la manipulación de mercancías y conflictos con los clientes, así que se recomienda intensificar las capacitaciones en el manejo de paquetes, mediante una supervisión constante de la manipulación y ordenamiento de las mercancías en el espacio determinado del almacén, así mismo, capacitar al personal de atención al cliente en cuanto a comunicación, interacción y manejo de conflictos o ira. Por lo tanto, esto le permitirá a la empresa, brindar una excelente atención a los clientes, entregar los paquetes en óptimas condiciones y lograr posicionar a la empresa como una de las mejores, en envíos de paquetes de la ciudad de Piura.

Tabla 8

Variable competitividad

VARIABLE 2: Competitividad	Totalmente de acuerdo (5)		De acuerdo (4)		Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)		En desacuerdo (2)		Totalmente en desacuerdo (1)		Total (Σ)	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Usted considera que todas las encomiendas son entregadas en el tiempo establecido.	71	36%	119	61%	4	2%	2	1%	0	0%	196	100%

Considera útil el sistema de monitoreo de paquetes que tiene la empresa.	69	35%	75	38%	50	26%	2	1%	0	0%	196	100%
Considera que la cantidad de personal es suficiente para atender la demanda de envíos recepcionados.	23	12%	94	48%	23	12%	56	29%	0	0%	196	100%
El tiempo de respuesta por parte de la empresa ante una solicitud o reclamo es el apropiado.	1	1%	39	20%	131	67%	25	13%	0	0%	196	100%

En la tabla N° 8 relacionada a la competitividad de la empresa, se muestran los principales resultados, los cuales han sido obtenidos mediante la opinión de los clientes, quien nos permiten observar que las encomiendas que reciben son obtenidas en el tiempo previsto, sin embargo algunos de ellos manifiestan que la cantidad de personal que tiene la empresa no es suficiente para atender la demanda de envíos y recojo de mercancías en el día, debido a que se generan aglomeraciones en la agencia y consigo que el recojo de paquetes sea más tardado de lo normal. Así mismo, esto se debe a que la mayoría de clientes desconoce el sistema de monitoreo de paquetes, por lo que muchas veces se genera malestar en los clientes, debido a que el cliente acude a la agencia equivocada o en el momento incorrecto, para recoger su encomienda. De tal manera, se recomienda a la empresa crear un plan informativo masivo de la herramienta de monitoreo de paquetes para los clientes, mediante el personal de atención y su página web, en donde se indique cómo puede realizar el seguimiento de su paquete de una agencia a otra, para así evitar dichos inconvenientes en el recojo de paquetes y seguir ofreciendo un mejor servicio a la población.

En resumen, la gestión logística influye en la competitividad de las organizaciones, es por ello que en los resultados descritos anteriormente se puede concluir que, si existe una buena gestión logística en la empresa, sin embargo, se evidencian algunas deficiencias para las cuales se han planteado diferentes estrategias que ayuden a minimizar el impacto de dichas falencias y ofrecer seguir ofreciendo un servicio de calidad a los clientes.

V. DISCUSIÓN

En el *primer objetivo específico*, respecto a la gestión de *almacenamiento* en una empresa de paquetería en Piura, hace referencia a la manera en cómo se ubican las mercancías dentro de un almacén, con el objetivo de poder acceder a ellas fácilmente cuando se requiera por el cliente o la empresa (Escudero, 2019). En contraste a la teoría expuesta, los resultados evidenciaron que el 65% de los encuestados están totalmente de acuerdo que la empresa realiza capacitaciones a todo el personal del área de almacenamiento en cuanto a la manipulación de mercancías, así mismo el 50% está de acuerdo en que la empresa emplea herramientas para monitorear el movimiento de las mercancías almacenadas y el 60% expresan que cuentan con un amplio almacén para colocar todas las mercancías que recepciona la empresa. Sin embargo, al aplicar los instrumentos de investigación se pudo presenciar que algunos de los clientes manifiestan incomodidad debido a que la empresa no cumplió con entregarle sus mercancías en óptimas condiciones, algunos de ellos llegaron quebrados, mojados o averiados, lo que significa que en la empresa si cumple con implementar las capacitaciones, pero en la práctica no se cumple con el objetivo, que es salvaguardar las mercancías en óptimo estado de conservación.

Los resultados anteriores, muestran cierta diferencia con la investigación de Salazar y Salazar (2018) quienes mencionan que la gestión de almacén de la División Médico Legal III de Lambayeque es muy deficiente, debido a que no cuentan con sistemas de información que les permitan realizar un control y distribución de los insumos quirúrgicos – forenses que entran y salen de almacén, los inventarios los hacen de forma manual y no son fiscalizados por ninguna auditoría y no tiene un personal adecuadamente capacitado para efectuar este tipo de actividades, siendo evidenciado mediante el 66% de encuestados quienes manifiestan que el área no es confiable. Por ello, se sugiere evaluar el presupuesto anual para implementar un sistema informático que ayude a una mejor fiscalización del movimiento de los productos almacenados y ser más exhaustivos en las

capacitaciones realizadas al personal, para que así se pueda garantizar un mejor desempeño laboral y evitar pérdidas en la institución.

Ante los hallazgos y en relación a la empresa de paquetería se puede mencionar que la empresa si cumple con capacitar al personal de todas las áreas, además que cuenta con herramientas tecnológicas que le ayudan a monitorear las mercancías almacenadas, como también realizan inventarios que realizan diaria y mensualmente, esto les ayuda a identificar las mercancías con mayor rapidez, como también mantenerlas en óptimo estado, así le brindaran un servicio courier de calidad al cliente. Tal como lo menciona, el autor Flamarique (2018) quien expresa que la eficiente gestión de almacenamiento permite organizar diariamente las existencias almacenadas, así como obtener información sobre la estructura del almacén y la calidad de servicio que ofrecen al cliente.

En resumen, el almacenamiento es un proceso fundamental en los procesos empresariales y según el desempeño puede afectar el servicio que ofrece una empresa, es por ello necesario que cada administrador, gerente o jefe de área realice una eficiente gestión de almacenamiento, mediante herramientas tecnológicas que le permitan planificar, organizar y controlar el movimiento de las mercancías, así como también hacer énfasis en que se cumpla en su mayoría con el objetivo de cada una de las capacitaciones que la empresa les brinda a los colaboradores.

En el *segundo objetivo específico*, respecto a la gestión de *transporte* en una empresa de paquetería en Piura, este se caracteriza por ser el medio mediante el cual el productor entrega la mercancía hacia el cliente final (Escudero, 2019). En base a la conceptualización anterior, los resultados de la investigación arrojaron que el 65% de los encuestados están de acuerdo en que los vehículos de la empresa se encuentran acondicionados conforme a las características de las mercancías a trasladar, el 55% comenta que si les dan el mantenimiento necesario a los vehículos según el kilometraje de recorrido y el 50% de los encuestados comenta que si existe un adecuada gestión en la programación de rutas para cada vehículo al momento de entregar las mercancías al cliente. Ante lo mencionado, se puede evidenciar que

la empresa cuenta con medios de transporte que tiene las características necesarias para el traslado de los paquetes, para así entregarlos en óptimas condiciones y en el tiempo acordado con el cliente.

Así mismo, los resultados de la investigación de Paredes y Vargas (2018) muestran cierta diferencia, debido a que en una empresa Cementera presenta puntos críticos en sus procesos logísticos, debido a que el 65% del personal no está capacitado y entrenado para los despachos de productos, el 40% de los tiempos son excesivos, existe una insatisfacción de los choferes del transporte de mercancías en un 60%. Por ende, se implementó una propuesta de mejora que consiste en un plan de capacitaciones para el personal indicado, colocar señalizaciones para el área de carga y descarga, finalmente realizar una clasificación ABC de los productos dentro del almacén para acceder rápido a ellos y mantenerlos ordenados, así se aumentaría la satisfacción del cliente en un 90%, minimizar los tiempos de despachos en un 80% y generar en un 95% que las unidades de carga estén acondicionados, revisadas y equipadas, siempre cumplimiento con los procesos establecidos para todo el personal.

De tal manera, en la empresa de paquetería la gestión de transporte se maneja de manera eficiente, debido a que cuenta con las unidades de transporte necesarias, personal capacitado y lugares específicos para el despacho de las encomiendas, así le permite a la empresa ser más rentable. Así lo mencionan Antón y Urrosolo (2021) en su teoría, que el transporte es una actividad económica, que permite planificar y controlar el flujo o almacenaje eficiente de las mercancías.

Por lo que resulta indispensable que toda empresa debe contar con todos los implementos de seguridad necesarios para resguardar el estado de los productos en cada entrega, así como mantener señalizadas las zonas de embarque y desembarque para que exista una mayor fluidez en el despacho, para así evitar pérdidas e incrementar la competitividad empresarial.

En el *tercer objetivo específico*, respecto a la gestión de *distribución* en una empresa de paquetería en Piura, esta se refiere a las vías por las cuales las mercancías hacen su recorrido desde el lugar de origen hasta el punto entrega, este

puede tener diversas formas de venta, ya sea intermediaria, entre productor y comprador o distribuirse de manera directa (Escudero, 2019). En relación a la definición anterior, los resultados de la investigación muestran que el 65% de los encuestados comentan que los estibadores cumplen con los protocolos de seguridad tanto para la mercancía como para ellos al momento de entregar los paquetes, así mismo el 50% de colaboradores están de acuerdo en que existe un control de la mercancía durante la estiba y desestiba. Ante lo mencionado se puede observar que la empresa cuenta con todas las medidas necesarias para distribuir las encomiendas, ya sea en seguridad y el control que realizan cuando van entregando las mercancías a cada cliente, generando así que la entrega sea en el tiempo, lugar y condiciones acordadas con el cliente, sin embargo en la aplicación de los instrumentos se pudo evidenciar que los colaboradores no usan en su totalidad el equipo de protección personal al momento de realizar la carga de mercancías, lo que está ocasionando que los colaboradores pongan en riesgo su integridad física.

Así mismo, se muestra una similitud en el estudio del autor Porras (2020) expresando que en la provincia de Huancayo no se viene desarrollando la logística de distribución de manera aceptable, debido a diferentes factores que afectan esta cadena porque no cuentan con un plan de mejora que les permita utilizar cada recurso de despacho de la mejor manera para lograr una mejor rentabilidad empresarial, así mismo en la empresa Corpora La Regional S.R.L., se evidencia que existe un proceso logístico de distribución deficiente, lo que le permite implementar mejoras en la fase operativa, como respuesta a las diferentes oportunidades que tienen en cuanto a la base de datos con productos reiterados, la falta de guías para los productos nuevos, falta de política de compras y deficientes herramientas informáticas, así le permite a la empresa aumentar la competitividad en el mercado. De tal manera, es importante que cada empresa siempre esté en constante mejora de sus procesos logísticos, especialmente en la distribución de mercancías, debido a que esta actividad es el punto final de la cadena de suministro, tal que, si es la adecuada ayuda a una mejor experiencia para el cliente y consigo una ventaja competitiva en la empresa, tal como lo menciona Paz (2021) que la

eficiente distribución de mercancías le permite a la empresa prestar un mejor servicio y una mayor satisfacción el cliente.

En el *cuarto objetivo específico*, respecto a la calidad en una empresa de paquetería, Piura, esta no solo se refiere al cúmulo de propiedades y características que debe poseer el producto o servicio, sino también a la constante mejora dentro de los procesos de una organización, logrando satisfacer las necesidades de los clientes (Díaz y Salazar, 2021). En contraste a las bases teóricas el 61% de los clientes están de acuerdo que sus encomiendas son entregadas en el tiempo establecido. Así mismo, el 66% de clientes señalan que la empresa cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para atender la demanda de encomiendas. Según la teoría y los resultados obtenidos tienen cierta similitud, dado que la empresa posee cualidades en su servicio que la diferencian de la competencia.

En cuanto a los resultados, los clientes asumen que la empresa cuenta con la tecnología suficiente para atender al público, ya que poseen equipos tecnológicos que ayudan a ofrecer un mejor servicio, así como todos los medios de pago para facilitar la atención. Sin embargo, algunos de los clientes desconocen del sistema de monitoreo que posee la empresa para darle seguimiento a su mercancía y poder saber si ya se encuentra en el destino correspondiente. Dado que varios clientes acuden a destiempo a recoger sus encomiendas a la agencia equivocada, generando molestia entre los mismos.

Los resultados obtenidos, muestran cierta diferencia con la investigación de Troncos (2021) luego del análisis de resultados se comprobó que la eficacia del servicio frente a la competencia no es la adecuada reflejándose en que según el 43% se encuentra en desacuerdo, un segundo factor es la tecnología, que según el 34% de clientes está en total desacuerdo que la empresa use herramientas tecnológicas. De acuerdo con los antecedentes antes mencionados podemos decir que la empresa de paquetería de Piura posee cierta diferencia con las demás, debido a que está encaminada a mantenerse a la vanguardia en cuanto a tecnologías y herramientas que le permiten ofrecer un servicio de calidad.

En el *quinto objetivo específico*, respecto a la *productividad* en una empresa de paquetería en Piura, es el resultado alcanzado de producir un servicio o producto y la disponibilidad de recursos para efectuar dicha producción (Mejía y Jiménez, 2020). En contraste a las bases teóricas, los resultados reflejan que el 48% de clientes comentan que están de acuerdo con la cantidad de personal para atender la demanda de envíos recepcionados, sin embargo, el 29% de ellos comentan que la cantidad no es suficiente, así mismo el 68% de los clientes manifiestan que el personal está capacitado para atender al público. En relación a la definición y los resultados obtenidos, se puede decir que guardan relación, ya que la empresa de paquetería gestiona de buena manera los recursos utilizados en sus procesos, en este caso el personal se encuentra capacitado para cumplir cada una de sus funciones y ofrecer un buen servicio.

Respecto a los resultados se puede analizar que la situación de la productividad en la empresa de paquetería en Piura, los clientes en su mayoría se encuentran conformes con la cantidad de personal que atiende en la agencia, sin embargo, algunos de ellos se muestran incómodos ya que en muchas ocasiones se forman aglomeraciones para el recojo de las encomiendas causando molestia por la demora en la atención. Así mismo manifiestan que el personal se encuentra capacitado para atender al público, mostrando amabilidad y empatía entre los mismos.

Estos resultados obtenidos, muestran cierta diferencia con la investigación de Correa y Gonzales (2021) donde se encontraron deficiencias en varios de los procesos logísticos, debido al desorden y equivocaciones al momento de atender a los clientes en la empresa de SL Courier obteniendo que el nivel de productividad, nivel de diseño y el nivel de operaciones pasen de tener un nivel deficiente de 85% y regular 15%, a un nivel bueno. Al igual que Human y Villalobos (2020) en la empresa Agroindustria Caraz S.A.C se tenía una productividad baja de 3.14 debido al incumplimiento de los proveedores, desorden en el almacén y retraso en el pedido.

De acuerdo con los antecedentes antes mencionados podemos decir que la empresa de paquetería viene siendo productiva a comparación de las demás, debido que los recursos utilizados le permiten poder satisfacer la demanda de clientes. En relación a la productividad, podemos decir que se relaciona con el buen funcionamiento de sus procesos, generando que se ofrezca un buen servicio.

En el *sexto objetivo específico*, respecto al *servicio al cliente* en una empresa de paquetería en Piura, para Morales et al. (2019) lo caracterizan como el valor agregado que ofrecen las empresas, donde el colaborador atiende con receptividad y cortesía, solventando las dudas del usuario con el único fin, que cada cliente se sienta importante a la hora de realizar una compra o pague por un servicio. En contraste a las bases teóricas, los resultados reflejaron que el 71% de los clientes manifiestan que después de haber adquirido el servicio cree que la empresa si ha cumplido con sus expectativas, del mismo modo el 74% de los clientes aseguran que es probable que vuelvan a contratar el servicio, así mismo el 72% de los clientes aseveran que a partir de su experiencia recomendarían el servicio que ofrece la empresa. De acuerdo con la definición y resultados obtenidos de la empresa de paquetería podemos decir que guardan cierta relación, dado que los clientes se muestran conformes después de haber adquirido el servicio lo que genera que se fidelice a nuevos clientes.

Respecto a los hallazgos, la mayor parte de los clientes consideran que la empresa ha cumplido con sus expectativas después de haber recibido el servicio, no obstante, algunos clientes manifestaron que la tarifa del servicio es un poco elevada por lo que creen que deberían disminuirla, pese a ello aseguran que es posible que vuelvan adquirir el servicio y recomendarlo con sus conocidos o familiares. Por otro lado, la mayoría de clientes manifiesta no haber tenido algún inconveniente con la empresa, no obstante, hubo algunos que aseguran que si tuvieron inconvenientes, ya que sus encomiendas llegaron en mal estado y en su mayoría fueron mercancías frágiles.

Los resultados obtenidos, muestran cierta diferencia con la investigación de Taveras et al. (2018) un 24% de los usuarios opina que deben mejorar el servicio al cliente, un 12% afirmó que las empresas Courier de la República Dominicana deben mejorar los tiempos de entrega, mientras que un 3% expresó que deben tener mayor eficiencia y dominio en sus procesos. Así también los resultados muestran cierta diferencia con la investigación de Ramos (2018) quien califica el servicio de la empresa importadora Ralamn S.A.C. con un 60,81% de no conformidad (regular 37,84% y malo 22,97%), del mismo modo en cuanto a la entrega de los productos la no conformidad es del 50% (regular 27,70% y malo 22,30%).

Respecto a las investigaciones antes mencionadas podemos decir que la empresa de paquetería en Piura, muestra un buen servicio al cliente, debido que la gran parte de los clientes se encuentran conformes, sin embargo, algunos se mostraron disconformes por la tarifa precio del servicio y por algunos inconvenientes que tuvieron con sus paquetes.

Finalmente, en el *objetivo general*, respecto a la gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería en Piura. Según Escudero (2019) la *gestión logística* es un conjunto de medios y actividades importantes que se desarrollan dentro de una empresa, con el fin de producir y comercializar los productos o servicios, es un medio entre el área productiva y los mercados que están divididos por el tiempo y distancia. Para Vladimir et al. (2020) comentan que es aquel proceso que está ligado a todos los procesos de una organización, los cuales están integrados en la cadena de suministro en el que abarca: el aprovisionamiento, producción, gestión de inventarios, distribución y servicio al cliente. La *competitividad*, para Medeiros et al. (2019) quienes la definen, como el desempeño y eficiencia productiva de las organizaciones, ligada a la facultad que tiene una empresa en implementar estrategias competitivas y que estas se adecuen con el tiempo, de acuerdo al ambiente y proceso que se encuentre. Díaz et al. (2021) mencionan que la competitividad incurre en un aumento del rendimiento de las empresas, además es considerada como el conjunto de herramientas que facilitan poder conducir el mercado y vencer a los adversarios del medio.

En contraste a las bases teóricas, los resultados reflejaron que el 60% de colaboradores está de acuerdo que la empresa cuenta con un amplio almacén para colocar las encomiendas recepcionadas, el 65% de colaboradores está totalmente de acuerdo con que la empresa capacita al personal del área de almacenamiento para la manipulación de mercancías, por otro lado, el 26% de clientes no está ni de acuerdo ni desacuerdo si considera útil el sistema de monitoreo de paquetes que tiene la empresa. En relación a los hallazgos encontrados, podemos indicar que la empresa posee una gestión logística buena, ya que todas sus actividades que la integran se complementan para lograr como resultado un buen servicio, es por ello que la empresa cuenta con la infraestructura necesaria para poder almacenar todos los paquetes enviados de las diferentes sucursales. Además, posee unidades vehiculares con las condiciones necesarias para cada uno de los tipos de paquetes según el tamaño y peso. Por otro lado, se preocupa por el fortalecimiento del recurso humano desde el primer día de ingreso de un colaborador, brindándole las capacitaciones necesarias e implementos para el buen desempeño de sus actividades y por último se encuentra actualizada ante las últimas tendencias tecnológicas, haciendo uso de herramientas que generan un valor agregado para el servicio de paquetería.

Así mismo, en la investigación de Cruz y D'Anglés (2022) expresan cierta diferencia, debido a que la Molinera y Distribuidora San Carlos E.I.R.L. de Trujillo, una empresa de comercialización y distribución de alimentos balanceados, presenta problemas logísticos como, deficiente control en la entrada de mercancías al almacén por que no cuenta con espacios delimitados y clasificados para ellas, lo que dificulta el despacho de los productos. En la distribución se presenta incertidumbre en la entrega, debido al retraso del transporte, insuficiente capacidad de carga y problemas climáticos, en el transporte los vehículos no tienen el acondicionamiento necesario para cada mercancía, existe una mala manipulación de las mismas, lo que genera inseguridad y pérdidas de los productos antes de llegar al cliente. Trayendo consigo que para afrontar las deficiencias logísticas es clave la implementación de estrategias tecnológicas de gestión logística lo que les

permite incrementar la eficiencia de sus actividades operativas y la competitividad empresarial.

Ante lo mencionado se puede determinar que la gestión logística es fundamental para una empresa, ya que de ello dependerá que el cliente final reciba un buen producto o servicio, logrando satisfacer sus necesidades y generando que la empresa se muestre competitiva en el mercado.

VI. CONCLUSIONES

1. El almacenamiento de la empresa de paquetería ha mostrado ser generalmente buena, debido a que se le brindan las capacitaciones correspondientes a cada uno de los colaboradores, cuentan con herramientas tecnológicas que les permiten monitorear el movimiento de las mercancías, realizan inventario de todo lo que almacenan. Sin embargo, algunos clientes manifiestan cierto descontento porque la empresa en algunas ocasiones les ha entregado sus encomiendas en condiciones desfavorables.
2. El transporte de la empresa de paquetería es ampliamente bueno en virtud que cuentan con una cantidad considerable de unidades vehiculares, de diferentes modelos para trasladar las mercancías, siendo cada una de ellas acondicionadas según las diferentes características del paquete para que así lleguen en óptimas condiciones y brindarle una buena experiencia courier a cada uno de los clientes. Además, cada uno es llevado a mantenimiento para preservar su vida útil, así brindar más seguridad en el recorrido que realizan.
3. La distribución de la empresa de paquetería es considerablemente buena, en base a que se está cumpliendo con todos los protocolos de seguridad, tanto para los colaboradores y encomiendas al distribuirlos hacia los clientes, además realizan un control de estiba y desestiba para llevar un control de cada mercancía entregada y poder cumplir con la demanda proyectada en el día.
4. La calidad de la empresa de paquetería es buena, debido que actualmente cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias que les permite ofrecer un buen servicio y que la diferencia de las demás. De tal manera se viene mostrando flexible con capacidad de adaptación ante los avances tecnológicos para el buen desempeño de la empresa. Sin embargo, algunos de sus clientes desconocen de la herramienta que posee la empresa para el monitoreo de la mercancía.

5. La productividad de la empresa de paquetería es considerablemente buena, debido a que están siendo capaces de satisfacer la gran demanda de clientes que acuden a sus sucursales a diario. Gestionando de buena manera el recurso humano, no obstante, en ocasiones se presencié que se forman pequeñas aglomeraciones en la sucursal y los clientes manifiestan su molestia.
6. El servicio al cliente de la empresa en su mayoría es bueno, debido que los clientes se muestran conformes al haber adquirido el servicio, considerando que en otras ocasiones harían uso del servicio. Sin embargo, algunos de los clientes estaban en desacuerdo con el precio de la tarifa y por otro lado que no eran eficientes en manipular mercancía frágil.
7. La empresa de paquetería en Piura, gestiona de buena manera su logística, siendo flexibles en cada una de sus operaciones. Todo esto es logrado gracias a su constante innovación, adquiriendo a lo largo de los años infraestructura y maquinaria para el buen desempeño de la empresa, ya que se cuenta con amplios almacenes, vehículos y herramientas que facilitan el traslado de los paquetes. Al igual que ello, hace uso de tecnología que le ha permitido implementar herramientas para ofrecer una mejor experiencia a los clientes, a la hora de adquirir el servicio. Sin embargo, se han identificado algunas falencias dentro de su logística como la deficiente manipulación de mercancías frágiles, falta de información de herramientas de monitoreo que generan descontento y quejas por parte de los clientes de la empresa de paquetería.

VII. RECOMENDACIONES

1. Intensificar las capacitaciones brindadas a los colaboradores del área de almacén en base a la manipulación de mercancías, lo que les permitirá preservar el buen estado de los paquetes al momento de ser almacenado, así como ofrecerle al cliente un excelente servicio que satisfaga sus necesidades de envío de mercancía.
2. Gestionar de manera eficiente la programación de rutas de los vehículos, donde se podrá reducir los tiempos de viaje en trasladar la mercadería a su destino, permitiendo llegar al cliente final en un menor tiempo posible.
3. Desarrollar el uso correcto de los implementos de seguridad a los colaboradores al distribuir las mercancías al cliente, esto permite que el trabajo realizado sea seguro y eficiente, así la distribución de la empresa será en el tiempo acordado y conservando las mercancías, y muy importante la seguridad de los trabajadores.
4. Crear un plan informativo masivo a los clientes y nuevos clientes de la empresa de paquetería en Piura, de tal modo puedan conocer el uso de la herramienta de monitoreo de la empresa que les permitirá tener una mejor experiencia durante el servicio a cada uno de los clientes, permitiéndoles saber si su encomienda se encuentra en destino y poder recogerla.
5. Formular un plan de contingencia para evitar aglomeraciones en hora punta, donde los clientes acuden en mayor porcentaje a la agencia. De tal manera exista mayor orden en la cola para la atención de envíos y recojo de encomiendas.
6. Considerar la reducción del precio de la tarifa, o crear promociones para clientes potenciales que requieren del servicio constantemente. Al mismo tiempo, realizar un plan de capacitación de manipulación de mercancías frágiles de tal modo poder minimizar dicha problemática.

7. Mejorar la gestión logística de la empresa de paquetería, mediante diferentes estrategias que van a ayudar a que el sistema de almacenamiento de mercancías sea más eficiente y óptimo para el posterior transporte y distribución de las mercancías en excelentes condiciones. Así mismo, una eficiente logística va a permitir que el cliente se sienta satisfecho, entregar un servicio de calidad y ser una empresa competitiva en el mercado.

REFERENCIAS

- Antón Garmendia, U. y Urrosolo Muñoz, M. J. (2021). *Gestión administrativa del transporte y la logística*. España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Ayasta Llenque, G. M. y Quispe Palomino, C. S. (2021). *Gestión logística y competitividad de una empresa importadora de insumos textiles, Lima, 2021*. (Tesis de Pregrado). Universidad Tecnológica del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/5749>
- Butrón Mamani, A. Y. y Coaquera Flores, P. C. (2021). *La gestión logística y su relación con la calidad de servicio del personal de la unidad de abastecimientos de la Municipalidad de Ilabaya, año 2021*. (Tesis de pregrado). Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua. http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1436/Angela_Percy_tesis_t%C3%ADtulo_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabrera, R. P. (2020). *Metodología de la Investigación: Un Enfoque Pedagógico*. Cognitus, C.A. <https://es.scribd.com/book/487673232/Metodologia-de-la-Investigacion-Un-Enfoque-Pedagogico>
- Calderón Villanueva, J. S. y Urtecho Gómez, J. C. (2018). *Desarrollo e implementación de un sistema de trazabilidad para mejorar el monitoreo del servicio de encomiendas en la empresa Olva Courier, Chimbote*. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional del Santa. Chimbote. <https://repositorio.uns.edu.pe/handle/20.500.14278/3244>
- Carrasco Vega, Y. L., Mendoza Virhuez, N. E., López Cuadra, Y. M., Mori Zavaleta, R., y Alvarado Ibáñez, J. C. (2021). La competitividad empresarial en las Pymes: Retos y alcances. *Revista Universidad Y Sociedad*. Vol. 13 (5), 557-564. Recuperado de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2266>
- Correa Tizado, J. H. y Gonzales Rivera, L. J. (2021). *Implementación de un modelo de gestión logística y su efecto en la eficiencia organizacional del*

proceso de descarga y despacho del almacén en la empresa SL Courier del Perú en Trujillo año 2020. (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. <https://hdl.handle.net/20.500.12759/7821>

Coyle, J., Langley, J., Novack, R. y Gibson, B. (2018). *Administración de la cadena de suministro. Una perspectiva logística* (10.^a ed.). Cengage Learning. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4643>

Cruz Costa, G. A. y D'Anglés Cedrón, S. N. (2022). *Gestión logística para la competitividad de una Pyme de la industria de alimentos balanceados frente al Covid-19.* [Tesis de pregrado]. Universidad Privada del Norte, Trujillo. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32059/TF%20CRUZ%20G%20y%20DANGLES%20S.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Delgado, R. H. E., Paitán, Ñ. H. J., Vilela, P. J. y Dueñas, V. M. R. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - Cualitativa y redacción de la tesis. 5ª Edición.* Ediciones de la U.

Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D. y Fierro Mosquera, D. G. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*. 6 (1) 145-161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

Díaz Muñoz, G. A., y Salazar Duque, D. A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, (39), 19-36. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>

Escudero Serrano, M. J. (2019). *Gestión logística y comercial. 2º Edición.* Ediciones Paraninfo, S.A.

Fernández Bedoya, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3), 65-76. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>

- Flamarique, S. (2018). *Gestión de existencias en el almacén*. España: ICG Marge, SL.
- Fontalvo Herrera, T., De la Hoz Granadillo, E., y Mendoza Mendoza, A. (2019). Procesos Logísticos y La Administración de la Cadena de Suministro. *Saber ciencia y libertad*, Vol. 14 (2), 102-112. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5880>
- Henríquez Fuentes, G. R., Cardona, D. A., Rada Llanos, J. A., y Robles, N. R. (2018). Medición de Tiempos en un Sistema de Distribución bajo un Estudio de Métodos y Tiempos. *Información Tecnológica*, 29 (6), 277–286. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642018000600277>
- Hernández Sampieri, R. y Torres Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (1a ed.). McGraw-Hill.
- Hernández, R., y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de Investigación*. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Huamán Valles, M. R. y Villalobos Vásquez, W. G. E. (2020). *Gestión logística para mejorar la productividad en la empresa Agroindustria Caraz S.A.C. 2019*. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7443>
- López, D. D., Melo, G. M., & Mendoza, D. L. (2021). Gestión logística en la industria salinera del departamento de La Guajira, Colombia. *CIT Información Tecnológica*, 32(1), 39–46. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642021000100039>
- Marro Tovar, D.H. (2019). *Estrategias competitivas y calidad de servicio del área logística de la agencia de carga JS Perú Cargo S.A.C. Magdalena, 2018*

(Tesis de postgrado). Universidad Cesar vallejo
<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40603/MarroTDH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martínez Ruiz, H. (2018). *Metodología de la investigación*. Cengage Learning.
<https://www.ebooks7-24.com:443/?il=6401>

Martínez Ventura, J., De la hoz Bossio, J., García Guilianny, J., y Molina, I. (2017). Gestión logística en Pymes del sector de operadores de carga del Departamento del Atlántico. *Espacios*. Vol. 38 (58).
<https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/1643>

Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., y Camargos Teixeira, E. (2020). La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la Cepal* Vol. 19 issue 4,7-27.
<https://doi.org/10.18356/9c2a7060-es>

Mejía Durango, I. C. y Jiménez Rueda, C. A. (2020). Competitividad y productividad del administrador de empresas en las PYMES en Colombia y Latinoamérica. *Tendencias*, 21(1), 238-251.
<https://doi.org/10.22267/rtend.202101.135>

Mena Olaya, K.Y. (2019) *Caracterización del financiamiento y competitividad de las empresas dedicadas al transporte de carga de limón sutil del sector Cieneguillo norte, distrito de Sullana, año 2018*. (Tesis de postgrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10600/COMPETITIVIDAD_FINANCIAMIENTO_OLAYA_MENA_KATTY_YUVISSA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Mías, C, D y Tornimbeni, S. (2021). *Metodología, estadística aplicada e instrumentos en Neuropsicología*. Editorial Brujas.
https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e086tww&AN=2967054&lang=es&site=ehost-live&ebv=EB&ppid=pp_1

- Morales Reyna, F. R., Terranova Borja, G. F., y Sandoya Mayorga, L. (2019). La calidad en el servicio al cliente: factor de éxito de las empresas. *Opuntia Brava*, 11(4), 268–278. Recuperado de <https://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/871>
- Niño Rojas, V. M. (2022). *Metodología de la investigación. Diseño, ejecución e informe* (1.ª ed.). Ediciones de la U.
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J. y Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - Cualitativa y redacción de la tesis*. 5ª Edición. Ediciones de la U.
- Ospina Díaz, M. R. y Sanabria Rangel, P. E. (2017). Marco general de análisis de la formación logística en Colombia. *Revista Científica General José María Córdova*, Vol. 15(19),236-267. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476255361011>
- Paredes Fernández, D. F. y Vargas Llerena R. A. (2018). *Propuesta de Mejora del Proceso de Almacenamiento y Distribución de Producto Terminado en una Empresa Cementera del Sur del País*. [Tesis de pregrado]. Universidad Católica San Pablo, Arequipa. http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15643/1/PAREDES_FERN%C3%81NDEZ_DAN_PRO.pdf
- Paricahua Laura, H. R. (2022). Gestión logística y su relación con la rentabilidad de empresas constructoras en la provincia de San Román, Puno. *Quipukamayoc*, 30(62), 67–75. <https://doi.org/10.15381/quipu.v30i62.22179>
- Pastor Quiste, J. L. y Javez Valladares, S. S. (2017). Modelo de inventario probabilístico con revisión periódica para mejorar la gestión del ciclo logístico de Lenmex Corporation S.A.C. *UCV-SCIENTIA*, Vol. 9 (2). <https://doi.org/10.18050/revucv-scientia.v9n2a3>

- Paz, H. R. (2021). Canales de distribución: gestión comercial y logística. (n.p.): Amazon Digital Services LLC - KDP Print US.
- Pérez, L., Pérez, R. y Seca, M. V. (2020). *Metodología de la investigación científica*. (1.^a ed.). Editorial Maipue.
- Pizarro Valladolid, E. S. y Silva Cortez, M. A. (2020). *La gestión logística y el desarrollo estratégico del sector ferretero piurano en el año 2019*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Pura http://200.62.226.186/bitstream/20.500.12759/6977/1/REP_ADMI_ESTHEY_SSY.PIZARRO_MAR%c3%8dA.SILVA_GESTI%c3%93N.LOG%c3%8dSTI_CA.DESARROLLO.ESTRAT%c3%89GICO.SECTOR.FERRETERO.PIURANO.2019.pdf
- Porras Arauco, N. (2020). *Plan de mejora del proceso logístico de distribución en la Empresa Corpora La Regional S.R.L. Huancayo-Junín-2020*. [Tesis de pregrado]. Universidad Continental, Huancayo. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9148/4/IV_FIN_108_TI_Porras_Arauco_2020.pdf
- Quispe Gómez, F. (2018). La gestión logística empresarial de las empresas de transporte especializadas en envíos urgentes y su influencia en la satisfacción del cliente en la Región Puno. *Revista Nacional de Altiplano*. Vol. 7 (2) 562-568. <http://dx.doi.org/10.26788/riepg.2018.2.80>
- Ramos Núñez, L. V. (2018). *Implementación de un sistema de gestión logística en la empresa importadora Ralamn S.A.C., para mejorar el servicio al cliente – Lambayeque 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porras, Lambayeque. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4079>
- Rocha Medina, L. B., Gutiérrez Sánchez, A., Espitia Forero, F. F., Moya Espinosa, P. I., De Arco Paternina, L. K., López Castro, L. F., Romero Pérez, P. A., Bernal Rodríguez, O. R., Hernández Arango, E. R. y Martínez Álvarez, F. A.

(2021). *Gestión empresarial de la cadena de suministro*. Ediciones de la U.
<https://www.ebooks7-24.com:443/?il=10494>

Rojo Gutiérrez, M. A., Padilla Oviedo, A., y Riojas, R. M. (2019). La innovación y su importancia. *Revista Científica UISRAEL*, 6(1), 9–22.
<https://doi.org/10.35290/rcui.v6n1.2019.67>

Salazar Cubas, M. B. y Salazar Quesquén, J. M. (2018). *La gestión de almacén y su incidencia en la eficiencia operativa en la distribución y control de materiales y equipos forenses de la división médico legal III – Lambayeque, 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1869/1/TL_SalazarCubasMonica_SalazarQuesquenJohana.pdf

Santos Gonzales, C. E. (2019). Gestión Logística y su influencia para reducir costos operacionales en la empresa de transportes Ave Fénix SAC. *CIENCIA Y TECNOLOGÍA*. Vol. 15 (3).
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2526>

Taveras Guzmán, N. D., Fría Ovella, B. y Cabral Morillo, M. (2018). Análisis de los Procesos Logísticos de Importación de las Empresas de Courier en la República Dominicana, período 2015-2017. Caso: CP. (Tesis de pregrado). Universidad APEC, Santo Domingo.
<https://catalogobiblioteca.unapec.edu.do/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=55423>

Tejero González, M. J. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
<https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Troncos, B. O. (2021). Mix de marketing de servicios para la competitividad en la empresa turismo ATAHUALPA S.R.L, CHICLAYO 2019.

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8022/Ortiz%20Troncos%20Katherine%20Andrea.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Urián Tinoco, M. Á. y Rojas Gonzales, N.D. (2020). *Desarrollo de un modelo de mejoramiento para la Gestión Logística en PYMES del sector manufacturero de la ciudad de Bogotá, 2020*. (Tesis de postgrado). Universidad ECCI, Bogotá. <https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/1051/Trabajo%20Ode%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Valencia, S. R. A., Tanoira, B. F. G., Canul, C. F. A. y Cervera, S. M. T. (2020). *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. IMCP.

Velásquez Chero, M. Á. (2020). *Gestión logística para optimizar el control de inventario de la Empresa Quiagral S.A.C., Sucursal Piura 2019*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Piura https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55827/Velasquez_CMA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villegas Vega, K. R. y González Marcillo, D. E. (2018). *Propuesta de mejoramiento para la gestión de operaciones y logística en la empresa Balpisa Ecuador de la ciudad de Guayaquil, 2018*. (Tesis de postgrado). Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28297>

Vladimir Balza, F., Henríquez Fuentes, G. y Mercado Cervera, H. (2020). *Cadenas de suministro, logística y prácticas colaborativas en el Caribe colombiano*. Siglo del Hombre Editores.

Zapata Cortes, J. A., Vélez Bedoya, A. R., y Arango Serna, M. D. (2020). Mejora del proceso de distribución en una empresa de transporte. *Revista Scielo*, Vol.49 (126), 4-5. <https://doi.org/10.35426/iav49n126.08>

ANEXOS

Anexo 1: Tabla de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
V1: Gestión logística	De acuerdo con Escudero (2019) define la gestión logística como un grupo de medios y actividades importantes que se desarrollan dentro de una empresa, con el fin de producir y comercializar los productos o servicios, es un medio entre el área productiva y los mercados que están divididos por el tiempo y distancia.	Para describir la variable gestión logística se han utilizado 3 dimensiones, de las cuales se han identificado 8 indicadores por dichas dimensiones, y como instrumento de medición se utilizará un cuestionario con 14 preguntas dirigidas a los colaboradores de la empresa de paquetería en Piura. Además, se empleará una entrevista al administrador de dicha empresa.	Almacenamiento	Capacitación en manipulación de mercancías. Rotación de inventario. Pedidos recepcionados.	Nominal
			Transporte	Vehículos disponibles. Rutas realizadas por vehículo. Volumen de carga.	
			Distribución	Entrega de mercancías. Pedidos pendientes en el día.	
V2: Competitividad	De acuerdo con Medeiros et al. (2019) menciona que la competitividad se define como el desempeño y eficiencia productiva de las organizaciones, está ligada a la facultad que tiene una empresa en implementar estrategias competitivas y que estas se adecuen con el tiempo, de acuerdo al ambiente y proceso que se encuentre.	Para describir la variable competitividad se hará mediante 3 dimensiones con 9 indicadores y como instrumento de medición se utilizará el cuestionario con 12 ítems, los cuales están dirigidos a los clientes de la empresa de paquetería en Piura. Adicional a eso, se empleará una entrevista al administrador de dicha empresa.	Calidad	Entregas a tiempo. Cumplimiento de entregas. Innovación tecnológica.	
			Productividad	Eficiencia Rentabilidad Eficacia	
			Servicio al cliente	Satisfacción del cliente. Índice de recomendación. Capacidad de respuesta .	

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS COLABORADORES DE UNA EMPRESA DE PAQUETERÍA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Fecha: .../.../...

Estimado/a encuestado (a) reciba nuestros cordiales saludos, se solicita su colaboración para el desarrollo de la presente encuesta, por lo que se le agradecería complete todo el cuestionario, el cual tiene un carácter confidencial y anónimo. El presente cuestionario está enfocado en recolectar información importante para sustentar una investigación, la cual es llevada a cabo dentro de la escuela profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, y tiene como objetivo general, Analizar la gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023.

I. INSTRUCCIONES

El cuestionario comprende cinco alternativas, para ello lea detenidamente cada ítem y marque con una (X) la alternativa que cree conveniente, teniendo en cuenta la siguiente escala de respuesta;

- (5) Totalmente de acuerdo.
- (4) De acuerdo.
- (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- (2) En desacuerdo.
- (1) Totalmente en desacuerdo.

A continuación, se detallan cada interrogante:

ÍTEMS						
Variable 1: Gestión logística		TA	DA	NAD	ED	TD
		5	4	3	2	1
Dimensión 1: Almacenamiento						
1	La empresa capacita al personal del área de almacenamiento para la manipulación de mercancías.					
2	Usted considera que las capacitaciones brindadas por la empresa son realmente útiles para la mejor manipulación de mercancías.					
3	La empresa realiza inventarios físicos a las mercancías almacenadas.					
4	La empresa cuenta con herramientas que ayudan a monitorear el movimiento de las mercancías.					
5	Usted cree necesario que se realice una supervisión constante al momento que entran y salen los paquetes del almacén.					
6	La empresa cuenta con un amplio almacén para colocar las encomiendas recepcionadas.					
7	Se cumple con ordenar las mercancías recepcionadas según el espacio establecido.					
Dimensión 2: Transporte						
8	Está de acuerdo con la cantidad de vehículos para la distribución de encomiendas.					
9	La empresa realiza mantenimiento a los vehículos utilizados en el transporte de paquetes.					
10	Considera usted que existe una buena gestión en la programación de rutas que realizan los vehículos.					
11	Cree que la cantidad de paquetes distribuidos en cada vehículo es la idónea.					
12	Los vehículos tienen las condiciones necesarias para trasladar la cantidad de mercancías planificadas.					
Dimensión 3: Distribución						
13	Existe un control en la estiba y desestiba de mercancías durante su entrega al cliente.					
14	Los estibadores cumplen con todos los protocolos de seguridad al momento de entregar los paquetes.					
15	Considera que se logra satisfacer la demanda de paquetes a entregar diariamente.					

DATOS GENERALES

1. **Género:** Femenino Masculino

2. **Edad:**

De 20 a 25 años

De 26 a 30 años

De 31 a 40 años

De 41 a más

3. **Tiempo que lleva siendo trabajador en la empresa:**

Menos de 1 año

De 1 a 3 meses

Más de 3 meses

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES DE UNA EMPRESA DE PAQUETERÍA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Fecha: .../.../...

Estimado/a encuestado (a) reciba nuestros cordiales saludos, se solicita su colaboración para el desarrollo de la presente encuesta, por lo que se le agradecería complete todo el cuestionario, el cual tiene un carácter confidencial y anónimo. El presente cuestionario está enfocado en recolectar información importante para sustentar una investigación, la cual es llevada a cabo dentro de la escuela profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, y tiene como objetivo general, Analizar la gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023.

I. INSTRUCCIONES

El cuestionario comprende cinco alternativas, para ello lea detenidamente cada ítem y marque con una (X) la alternativa que cree conveniente, teniendo en cuenta la siguiente escala de respuesta;

- (5) Totalmente de acuerdo.
- (4) De acuerdo.
- (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- (2) En desacuerdo.
- (1) Totalmente en desacuerdo.

A continuación, se detallan cada interrogante:

ÍTEMS						
Variable 2: Competitividad		TA	DA	NAD	ED	TD
		5	4	3	2	1
Dimensión 1: Calidad						
1	Usted considera que todas las encomiendas son entregadas en el tiempo establecido.					
2	La empresa ha cumplido con todas las entregas de encomiendas que usted ha solicitado.					
3	La empresa cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para atender la demanda de encomiendas.					
4	Considera útil el sistema de monitoreo de paquetes que tiene la empresa.					
Dimensión 2: Productividad						
5	Considera que la cantidad de personal es suficiente para atender la demanda de envíos recepcionados.					
6	Considera que el personal está capacitado para atender al público.					
7	La empresa está ofreciendo un servicio courier de calidad en tiempo, lugar y condiciones de los paquetes.					
Dimensión 3: Servicio al cliente						
8	Después de haber adquirido el servicio, cree que la empresa ha cumplido con sus expectativas.					
9	Es probable que vuelva a contratar el servicio courier.					
10	A partir de su experiencia usted recomendaría el servicio que ofrece la empresa.					
11	El tiempo de respuesta por parte de la empresa ante una solicitud o reclamo es el apropiado.					
12	La empresa brinda una excelente atención frente algún reclamo o solicitud que realice.					

DATOS GENERALES

1. **Género:** Femenino Masculino

2. **Edad:**

De 20 a 25 años

De 26 a 30 años

De 31 a 40 años

De 41 a más

3. **Tiempo que lleva siendo cliente de la empresa:**

Menos de 1 año

De 1 a 3 meses

Más de 3 meses

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DE UNA EMPRESA DE PAQUETERÍA



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La siguiente guía de entrevista es de carácter confidencial basándose en la recolección de los datos respecto a la investigación titulada: “Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023”, siendo de vital importancia su apoyo y compromiso respecto a las preguntas seleccionadas.

FICHA DE ENTREVISTA

VARIABLE I: GESTIÓN LOGÍSTICA

1. ¿La empresa realiza capacitaciones sobre manipulación de mercancías al personal de almacén?, ¿En qué consiste cada capacitación realizada? Y ¿Cada cuánto tiempo lo hacen?

- La empresa realiza capacitaciones a todo el personal que ingresa, ya sea a quienes manipulan cargas, atención al cliente y hasta los mismos ejecutivos, esto se realiza antes que ingresen a laborar mediante unos videos explicativos y exámenes terminados los videos. Luego se realizan capacitaciones parciales dirigidas por el administrador cada 15 o 30 días de acuerdo a los problemas que se vienen generando en el trabajo o de acuerdo a la carga que se viene manipulando.

2. ¿Qué técnicas o herramientas utilizan para garantizar la mejor rotación de inventario?, ¿En algún momento se ha generado pérdidas de mercancías? y ¿Cómo se ha gestionado dicho problema con el cliente?

- Actualmente contamos con un sistema, el cual permite generar un inventario diario y semanal, es decir el inventario de la carga cuando llega y se le da una ubicación dentro del almacén, y el inventario semanal es

aquel que se realiza el fin o inicio de semana revisando todas las ubicaciones que se colocan toda la semana.

3. ¿Logran concretar los pedidos recepcionados que corresponden entregar en el día? Caso contrario, qué medidas toman al respecto.

- Aproximadamente estamos entregando de 100 a 150 clientes diarios en la ciudad de Piura, con un porcentaje de 96% dentro del tiempo estimado y la diferencia es que puede ocurrir una incidencia en que la carga no llegue o se dañe. En este caso se le notifica al cliente el problema sucedido sobre lo que la problemática de la demora y luego se envía a reparto en las siguientes 24 horas.

4. ¿Con cuántos vehículos cuenta la empresa? y ¿Cada cuánto tiempo realizan mantenimiento a los vehículos?

- La empresa actualmente en Piura cuenta con 9 unidades; entre ellos tenemos los modelos Freightliner, Hino, Ducato Hino, y el mantenimiento depende de la capacidad de la unidad y el kilometraje, habiendo un estimado de 5 mil kilómetros de recorrido para realizar el mantenimiento al vehículo.

5. ¿Cuentan con algún sistema o dispositivo para la programación de rutas o supervisión de pedidos? y ¿Cómo les ha ayudado dicho dispositivo?

- Si cuentan con un aplicativo que permite gestionar de manera correcta las rutas de los vehículos que están en carretera. Dicha aplicación ha traído muchas mejoras, ya sea en la creación de rutas de reparto, el monitoreo de la mercancía y la cantidad que se está trasladando. Todo esto monitoreado en tiempo real.

6. ¿En un vehículo cuántos paquetes llevan cuando realizan una entrega?, ¿Cuántas personas van en el vehículo? y ¿El vehículo está acondicionado según las características de los paquetes?

- La cantidad de paquetes o peso que se lleva en los vehículos va a depender de la mercancía que se esté llevando. Dado que existen mercancías livianas y voluminosas, es por ello que contamos vehículos para diferente volumen de carga. Los vehículos tipo Ducato (van) que transportan paquetes livianos y llevan de una a una tonelada y media. Por otro lado, los camiones que trasladan de 2 a 5 toneladas, los cuales llevan mercancías pesadas y voluminosas. En cada vehículo van tres personas, encargadas de distribuir las mercancías y los vehículos si se encuentran acondicionados para distribuir los paquetes dado que, en algunas ocasiones para distribuir la mercancía pesada, la fuerza humana no es suficiente, es por eso que los vehículos cuentan con rampas para facilitar el proceso de descarga.

7. ¿Han tenido alguna queja por una entrega tarde o deficiente? y ¿Cómo ha resuelto dicha situación?

- Si se ha tenido quejas en algún momento por demora en la entrega de una mercancía, se estima que el 4% de clientes no se llega a cumplir con el tiempo acordado. En este caso el área comercial coordina con los clientes que no se les entregó sus paquetes, para hacerles saber la demora y hacerles la entrega.

8. ¿La empresa cuenta con planes de contingencia ante posibles daños ocasionados a los paquetes pendientes diariamente? Mencione alguno de ellos.

- La empresa si cuenta con un plan de contingencia, uno de ellos es el seguro de la mercancía, dado que la empresa ofrece servicios de carga con seguros ante alguna pérdida o daño ocasionado.

VARIABLE II: COMPETITIVIDAD

9. ¿Cree usted que se están cumpliendo con los tiempos estimados para la entrega de paquetes? Explique de qué manera.

- Si se está cumpliendo, con un porcentaje mayor al 50% en las entregas correctas diarias y lo podemos evidenciar mediante un aplicativo el cual contabiliza diariamente la cantidad de entregas a los clientes correctamente y también la carga. Además, de la capacidad y eficiencia del personal al momento de la entrega.

10. ¿Qué estrategias ha implementado la empresa para mejorar el nivel de cumplimiento de entregas en los últimos meses?

- Dentro de las estrategias que está implementando la empresa, desde el origen que es la central de Lima y luego las sucursales, es en cuanto a las unidades de carga (vehículos) los cuales son nuevos, de los años 2020 y 2021, contamos con seguimiento GPS de las mismas, seguimiento por parte del cliente de su paquete para que pueda saber en dónde está exactamente su envío e interactuar con la agencia mediante los canales digitales para que así el cliente tenga mayor confianza con el servicio y la empresa.

11. ¿Cuáles son las ventajas que han obtenido gracias al sistema de monitoreo de entrega de encomiendas que poseen? y ¿Qué otras mejoras tecnológicas han implementado en la empresa para mejorar sus procesos?

- La empresa ha implementado hace dos años atrás un sistema de mayor capacidad e interactividad para los colaboradores, contamos con códigos QR para los paquetes así evitar pérdidas, tenemos dispositivos TDAS que son dispositivos que escanean el QR y se puede ubicar la carga en el almacén.

12. ¿De qué manera la empresa ha logrado alcanzar los objetivos organizacionales con el mínimo uso de recursos sin alterar la calidad de servicio que ofrece? y ¿Cuál cree que sea la ventaja competitiva que tiene su empresa o la característica que los diferencia a las demás?

- La empresa se caracteriza no por su tecnología, publicidad, cantidad de unidades que tiene sino por la calidad de su servicio. Teniendo un valor agregado llamado amabilidad, pues dentro de la misión está brindar un excelente servicio destacando la amabilidad, es decir que la misma empresa inculca a los colaboradores este valor para con los clientes.

13. ¿Cómo ha evolucionado la rentabilidad de la empresa en los últimos años? y ¿Cuáles son las expectativas a futuro de expandirse en el mercado piurano?

- Como se sabe la pandemia nos afectó a la mayoría de las empresa y familias, esto hizo que la empresa paralice sus actividades meses, sin embargo, empezaron a surgir los llamados ecommerce, que permitieron permanecer a muchas empresas en el mercado, además seguir creciendo y surgiendo mes a mes en estos últimos años. Es por ello que ya hace un tiempo se han implementado diferentes plataformas en línea que han incrementado significativamente la rentabilidad de la empresa.

14. ¿Considera que la empresa se viene desempeñando de la mejor manera para cumplir con la demanda de entregar las encomiendas a los diferentes destinos?

- La empresa está desempeñándose de la mejor manera y eso ve reflejado en la continuidad de envíos y recojo de encomiendas que se suscitan día a día. Además, la empresa se encuentra con un 97% de clientes satisfechos con el servicio de paquetería.

15. ¿Qué estrategias de fidelización realiza la empresa para con sus clientes?

- La empresa maneja servicios especiales a nuestros clientes, ya sea para personas naturales o empresas. Donde además ofrecemos servicios o envíos gratuitos donde premiamos la fidelidad. Es por ello que consideramos que los tipos de servicios que ofrecemos es una manera de fidelizar a más clientes.

16. ¿Cree que la mayoría de clientes está dispuesto a recomendar el servicio de paquetería de la empresa? y ¿Por qué razón lo harían?

- Realizando una comparación con otra empresa del mismo rubro estamos a la par, teniendo una brecha estadística igual en crecimiento. Así mismo, los clientes si optaran por nuestro servicio, debido a que gracias a una herramienta muy importante que son las redes sociales podemos evidenciar la opinión del cliente y pues las recomendaciones son muy parejas entre ambas empresas.

17. ¿De qué manera se gestionan los reclamos de los clientes?

- De acuerdo a ley la empresa cuenta con un libro de reclamos en físico para que el mismo cliente lo llene y un libro virtual que en este caso el personal le apoya en el llenado. Según INDECOPI tenemos como tiempo límite para responder un inconveniente 15 días, pero la empresa trata de responder a los reclamos en el plazo de dos días.

INFORME DE APLICACIÓN DE LA GUÍA DE ENTREVISTA

En el desarrollo de la investigación se ha realizado la recolección de preguntas mediante un conversatorio realizado al administrador de una empresa de paquetería, mediante una guía de entrevista, la cual permitió analizar las variables de estudio denominadas gestión logística y competitividad en una empresa perteneciente a la ciudad de Piura. A continuación, se describen los hallazgos obtenidos del diálogo realizado:

– **Variable 1: Gestión Logística**

En relación a la gestión logística en la empresa de paquetería, se encarga de brindar su servicio courier a nivel nacional, el cual es ofrecer al cliente que realice envíos y recojo de encomiendas, así mismo, una de sus principales estrategias para brindar un mejor servicio es realizar capacitaciones a todo el personal, cada cierto tiempo, con el único objetivo de mejorar el desempeño de sus colaboradores y priorizar el cuidado de su mercancía. También para mejorar ese desempeño se realizan inventarios diarios de las mercancías que ingresan y salen del almacén, para así mantener ubicados cada uno de los paquetes, para su posterior entrega al cliente, así estarán cumpliendo con los pedidos en el día. Del mismo modo, la empresa cuenta con una buena gestión de infraestructura para atender la gran demanda de envíos en la ciudad, debido a que cuentan con una gama de vehículos de diferentes modelos para cada tipo de mercancías, acondicionados según las características acorde a las necesidades de transporte, a los cuales les dan mantenimiento para un mejor recorrido y salvaguardar el estado de los paquetes al distribuirlos. Por otro lado, la empresa emplea diversos recursos tecnológicos que ayudan a optimizar sus procesos en la empresa, siendo uno de ellos el aplicativo que ofrece información en tiempo real de las mercancías para un mejor monitoreo de las mismas. Finalmente, la empresa estima que se está cumpliendo con un 96% de entregas completadas en la distribución de paquetes en la ciudad y solo un 4% de paquetes no son completadas debido a imprevistos que pueden ocurrir en el recorrido del vehículo. Por ende, se puede interpretar que la empresa está satisfaciendo al mercado con su servicio courier.

– **Variable 2: Competitividad**

La empresa se ha caracterizado a lo largo de los años por tener una buena cultura organizacional orientada al servicio al cliente, donde se ofrece una eficiente experiencia mostrando amabilidad y empatía en cualquier duda que se presente a cada uno de los clientes. Por lo que cada vez que se incorpora un colaborador nuevo es primordial inculcar los valores que resaltan en la empresa. Así mismo, se encuentra siendo competitiva frente a la demanda de clientes que acuden a la

empresa a adquirir el servicio y en su gran mayoría se está logrando completar las entregas diarias, tanto en la agencia para el recojo de mercancías, como en el servicio a domicilio, generando así una productividad significativa para los intereses de la empresa. Por otro lado, se muestra siendo competitiva debido que está haciendo uso masivo de tecnologías dentro de sus procesos que ayudan a ofrecer un mejor servicio, por un lado, facilitan la búsqueda de una encomienda a los colaboradores mediante un código de barras y QR dentro del almacén. Además, cuentan con un sistema de monitoreo de encomiendas que permite al cliente rastrear su mercancía durante su envío. Al mismo tiempo la empresa ha implementado plataformas en línea para la atención de nuevos clientes, lo que le ha permitido seguir creciendo en el mercado y hoy en día ser una de las empresas de paquetería con más sucursales en todo el Perú.

Anexo 3: Modelo de Consentimiento y/o asentimiento informado

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título de la investigación: Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023

Investigadores principales: Navarro Palacios, Ángel Jesús y Roa Quiroz,

Úrsula Lisbeth **Asesores:** Dr. Castillo Palacios, Freddy William y Dra.

Rodríguez de Peña Nélica **Propósito del estudio**

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2022, cuyo propósito es Analizar la gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023. Esta investigación es desarrollada por **estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo**, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales sobre usted como edad, zona de domicilio, lugar de nacimiento y otros, no es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.
2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente [10] minutos, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

Información general: se le brindará a cada persona, la información para cumplimiento de los principios de ética, se permitirá cualquier interrupción de parte del entrevistado para esclarecer sus dudas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio

no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Información específica: Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación: los datos que se

requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina, células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De desearlo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor [Dra. Rodríguez de Peña Nélica] al correo electrónico nrodriguez@ucv.edu.pe o con el Comité de Ética de etica-administracion@ucv.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].

FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2022

Autor/es: Navarro Palacios, Ángel Jesús y Roa Quiroz, Úrsula Lisbeth

Especialidad del autor principal del proyecto: Gestión de organizaciones


Coautores del proyecto: Ninguno.

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Piura, 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 2 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 anexo 1 del consentimiento informado.	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----


Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya

Presidente

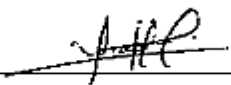

Dr. Jorge Alberto Vargas Merino

Vicepresidente

(se abstiene por ser asesor)


Dr. Miguel Bardales Cárdenas

Vocal 1


Mgtr. Diana Lucila Huamani Cajaleon

Vocal 2

DICTAMEN DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela Profesional de Administración, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2022”, presentado por los autores Navarro Palacios, Ángel Jesús y Roa Quiroz, Úrsula Lisbeth, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable (x) observado () desfavorable ().

14, de noviembre de 2022



Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Escuela Profesional de Administración

C/c

- Sr. **(colocar nombre del autor)**, investigador principal.

¹ El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto.

Anexo 4: Matriz Evaluación por juicio de expertos

□ 1° VALIDADOR:

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario aplicado a los clientes de una empresa de paquetería”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Palacios de Briceño Mercedes Reneé
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario para los clientes
Autora:	Navarro Palacios Ángel Jesús – Roa Quiroz Ursula Lisbeth
Procedencia:	Piura
Administración:	Propia

Tiempo de aplicación:	15 - 20 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	(5) Totalmente de acuerdo. (4) De acuerdo. (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. (2) En desacuerdo. (1) Totalmente en desacuerdo.

4. Soporte teórico:

Escala/ÁREA	Subescala (dimensione)	Definición
V2: Competitividad	Calidad Productividad Servicio al cliente	Díaz et al. (2021) mencionan que la competitividad incurre en el incremento de la productividad de las empresas, además es considerada como el conjunto compuesto de herramientas que facilitan poder conducir el mercado y vencer a los adversarios del medio.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los clientes de una empresa de paquetería elaborado por Navarro Palacios Ángel Jesús y Roa Quiroz Ursula Lisbeth en el año 2023 De acuerdo con lossiguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o unamodificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por laordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica dealgunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes de una empresa de paquetería.

- **Primera dimensión:** Calidad
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir la calidad de una empresa de paquetería

Indicador	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Entregas a tiempo	► Usted considera que todas las encomiendas son entregadas en el tiempo establecido.	4	4	4	
Cumplimiento de entregas	► La empresa ha cumplido con todas las entregas de encomiendas que usted ha solicitado.	4	4	4	Falta averiguar sobre la calidad de la entrega

Innovación tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> ▶ La empresa cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para atender la demanda de encomiendas. ▶ Considera útil el sistema de monitoreo de paquetes que tiene la empresa. 	3	4	4	
------------------------	--	---	---	---	--

- **Segunda dimensión:** Productividad
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir la productividad de una empresa de paquetería

Indicador	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Considera que la cantidad de personal es suficiente para atender la demanda de envíos recepcionados. ▶ Considera que el personal está capacitado para atender al público. 	4	4	4	
Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ La empresa está ofreciendo un servicio courier de calidad en tiempo, lugar y condiciones de los paquetes. 	4	4	4	Eliminar: "le parece que"

- **Tercera dimensión:** Servicio al cliente
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir el servicio al cliente de la empresa de paquetería

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Después de haber adquirido el servicio, cree que la empresa ha cumplido con sus expectativas. ▶ Es probable que vuelva a contratar el servicio Courier. 	4	4	4	

Índice de recomendación .	▶ A partir de su experiencia usted recomendaría el servicio que ofrece la empresa.	4	4	4	
Capacidad de respuesta.	▶ El tiempo de respuesta por parte de la empresa ante una solicitud o reclamo es el apropiado. ▶ La empresa brinda una excelente atención frente algún reclamo o solicitud que realice.	4	4	4	



 Lic. Adm. Emp. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 5103

Firma del evaluador

DNI 02845588

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta: Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2 hasta 20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003). Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa de paquetería.” La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Palacios de Briceño Mercedes Reneé	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones	
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala:

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario para los colaboradores
Autora:	Navarro Palacios Ángel Jesús – Roa Quiroz Ursula Lisbeth
Procedencia:	Piura
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	15 – 20 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	Tabla 9 (5) Totalmente de acuerdo. Tabla 10 (4) De acuerdo. Tabla 11 (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Tabla 12 (2) En desacuerdo. Tabla 13 (1) Totalmente en desacuerdo.

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
V1: Gestión Logística	Almacenamiento Transporte Distribución	De acuerdo con Escudero (2019) define la gestión logística como un grupo de medios y actividades importantes que se desarrollan dentro de una empresa, con el fin de producir y comercializar los productos o servicios, es un medio entre el área productiva y los mercados que están divididos por el tiempo y distancia.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa de paquetería elaborado por Navarro Palacios Ángel Jesús y Roa Quiroz Ursula Lisbeth en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctico y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa de paquetería.

- **Primera dimensión:** Almacenamiento
- **Objetivos de la Dimensión:** Describir la gestión de almacenamiento de la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Capacitación en manipulación de mercancías.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ La empresa capacita al personal del área de almacenamiento para la manipulación de mercancías. ▶ Usted considera que las capacitaciones brindadas por la empresa son realmente útiles para la mejor manipulación de mercancías. 	4	4	4	
Rotación de inventario.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ La empresa realiza inventarios físicos a las mercancías almacenadas. ▶ La empresa cuenta con herramientas que ayudan a monitorear el movimiento de las mercancías. ▶ Usted cree necesario que se realice una supervisión constante al momento que entran y salen los paquetes del almacén. 	4	2	3	

Pedidos recepcionados.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ La empresa cuenta con un amplio almacén para colocar las encomiendas recepcionadas. ▶ Se cumple con ordenar las mercancías recepcionadas según el espacio establecido. 	4	4	4	
------------------------	---	---	---	---	--

- **Segunda dimensión:** Transporte
- **Objetivos de la Dimensión:** Examinar la gestión de transporte de la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Vehículos disponibles.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Está de acuerdo con la cantidad de vehículos para la distribución de encomiendas. ▶ La empresa realiza mantenimiento a los vehículos utilizados en el transporte de paquetes. 	4	4	4	
Rutas realizadas por vehículo.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Considera usted que existe una buena gestión en la programación de rutas que realizan los vehículos. 	1	3	4	
Volumen de carga.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cree que la cantidad de paquetes distribuidos en cada vehículo e la idónea. ▶ Los vehículos tienen las condiciones necesarias para trasladar la cantidad de mercancías planificadas. 	1	4	4	

- **Tercera dimensión:** Distribución
- **Objetivos de la Dimensión:** Diagnosticar la gestión de distribución en la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-------------	------	----------	------------	------------	--------------------------------

Entrega de mercancías.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Existe un control en la estiba y desestiba de mercancías durante su entrega al cliente. ▶ Los estibadores cumplen con todos los protocolos de seguridad al momento de entregar los paquetes. 	4	4	4	
Pedidos pendientes en el día.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Considera que se logra satisfacer la demanda de paquetes a entregar diariamente. 	4	4	4	




Firma y sello del evaluador

DNI: 02845588

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta: Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003). Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

□ **2° VALIDADOR:**

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa de paquetería.” La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Villanueva Butrón Groover Valenty
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario para los colaboradores
Autora:	Navarro Palacios Ángel Jesús – Roa Quiroz Ursula Lisbeth
Procedencia:	Piura
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	15 – 20 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	Tabla 14 (5) Totalmente de acuerdo. Tabla 15 (4) De acuerdo.

	Tabla 16 (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
	Tabla 17 (2) En desacuerdo.
	Tabla 18 (1) Totalmente en desacuerdo.

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
V1: Gestión logística	Almacenamiento	De acuerdo con Escudero (2019) define la gestión logística como un grupo de medios y actividades importantes que se desarrollan dentro de una empresa, con el fin de producir y comercializar los productos o servicios, es un medio entre el área productiva y los mercados que están divididos por el tiempo y distancia.
	Transporte	
	Distribución	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa de paquetería elaborado por Navarro Palacios Ángel Jesús y Roa Quiroz Ursula Lisbeth en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticas y semánticas son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.

esencialo importante, es decir debe ser incluido.	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindesus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa de paquetería.

- **Primera dimensión:** Almacenamiento
- **Objetivos de la Dimensión:** Describir la gestión de almacenamiento de la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Capacitación en manipulación de mercancías.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ La empresa capacita al personal del área de almacenamiento para la manipulación de mercancías. ▶ Usted considera que las capacitaciones brindadas por la empresa son realmente útiles para la mejor manipulación de mercancías. 	4	4	4	
Rotación de inventario.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ La empresa realiza inventarios físicos a las mercancías almacenadas. ▶ La empresa cuenta con herramientas que ayudan a monitorear el movimiento de las mercancías. ▶ Usted cree necesario que se realice una supervisión constante al momento que entran y salen los paquetes del almacén. 	3	4	4	

Pedidos recepcionados.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ La empresa cuenta con un amplio almacén para colocar las encomiendas recepcionadas. ▶ Se cumple con ordenar las mercancías recepcionadas según el espacio establecido. 	3	4	4	
------------------------	---	---	---	---	--

- **Segunda dimensión:** Transporte

- **Objetivos de la Dimensión:** Examinar la gestión de transporte de la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Vehículos disponibles.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Está de acuerdo con la cantidad de vehículos para la distribución de encomiendas. ▶ La empresa realiza mantenimiento a los vehículos utilizados en el transporte de paquetes. 	4	4	4	
Rutas realizadas por vehículo.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Considera usted que existe una buena gestión en la programación de rutas que realizan los vehículos. 	4	4	4	
Volumen de carga.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cree que la cantidad de paquetes distribuidos en cada vehículo es la idónea. ▶ Los vehículos tienen las condiciones necesarias para trasladar la cantidad de mercancías planificadas. 	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Distribución
- **Objetivos de la Dimensión:** Diagnosticar la gestión de distribución en la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Entrega de mercancías.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Existe un control en la estiba y desestiba de mercancías durante su entrega al cliente. ▶ Los estibadores cumplen con todos los protocolos de seguridad al momento de entregar los paquetes. 	4	4	4	
Pedidos pendientes en el día.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Considera que se logra satisfacer la demanda de paquetes a entregar diariamente. 	4	4	4	



Dr Groover Valenty Villanueva Butrón
DNI: 0284272

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta: Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003). Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

	Tabla 20 (4) De acuerdo. Tabla 21 (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Tabla 22 (2) En desacuerdo. Tabla 23 (1) Totalmente en desacuerdo.
--	--

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
V2: Competitividad	Calidad Productividad Servicio al cliente	Díaz et al. (2021) mencionan que la competitividad incurre en el incremento de la productividad de las empresas, además es considerada como el conjunto compuesto de herramientas que facilitan poder conducir el mercado y vencer a los adversarios del medio.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los clientes de una empresa de paquetería elaborado por Navarro Palacios Ángel Jesús y Roa Quiroz Ursula Lisbeth en el año 2023 De acuerdo con lossiguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o unamodificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por laordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que estámidiendo.	1. totalmente en desacuerdo (nocumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel deacuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana conla dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (altonivel)	El ítem se encuentra está relacionado con ladimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes de una empresa de paquetería.

- **Primera dimensión:** Calidad
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir la calidad de una empresa de paquetería

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Entregas a tiempo	► Usted considera que todas las encomiendas son entregadas en el tiempo establecido.	4	4	4	
Cumplimiento de entregas	► La empresa ha cumplido con todas las entregas de encomiendas que usted ha solicitado.	4	4	4	
Innovación tecnológica	► La empresa cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para atender la demanda de encomiendas. ► Considera útil el sistema de monitoreo de paquetes que tiene la empresa.	4	4	4	

Tabla 24

Tabla 25


- **Segunda dimensión:** Productividad
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir la productividad de una empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Considera que la cantidad de personal es suficiente para atender la demanda de envíos recepcionados. ▶ Considera que el personal está capacitado para atender al público. 	4	4	4	
Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Le parece que la empresa está ofreciendo un servicio Courier de calidad en tiempo, lugar y condiciones de los paquetes. 	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Servicio al cliente
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir el servicio al cliente de la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Después de haber adquirido el servicio, cree que la empresa ha cumplido con sus expectativas. ▶ Es probable que vuelva a contratar el servicio Courier. 	4	4	4	
Índice de recomendación	<ul style="list-style-type: none"> ▶ A partir de su experiencia usted recomendaría el servicio que ofrece la empresa. 	4	4	4	

Capacidad de respuesta.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ El tiempo de respuesta por parte de la empresa ante una solicitud o reclamo es el apropiado. ▶ La empresa brinda una excelente atención frente algún reclamo o solicitud que realice. 	4	4	4	
-------------------------	--	---	---	---	--



Dr Groover Varenty Villanueva Butrón
DNI: 0284272

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta: Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003). Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Significación:	(5) Totalmente de acuerdo. (4) De acuerdo. (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. (2) En desacuerdo. (1) Totalmente en desacuerdo.
-----------------------	--

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
V2: Competitividad	Calidad Productividad Servicio al cliente	Díaz et al. (2021) mencionan que la competitividad incurre en el incremento de la productividad de las empresas, además es considerada como el conjunto compuesto de herramientas que facilitan poder conducir el mercado y vencer a los adversarios del medio.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los clientes de una empresa de paquetería elaborado por Navarro Palacios Ángel Jesús y Roa Quiroz Ursula Lisbeth en el año 2023 De acuerdo con lossiguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o unamodificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por laordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica dealgunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica conla dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (nocumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel deacuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana conla dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.

	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes de una empresa de paquetería.

- **Primera dimensión:** Calidad
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir la calidad de una empresa de paquetería

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Entregas a tiempo	— Usted considera que todas las encomiendas son entregadas en el tiempo establecido.	4	4	4	
Cumplimiento de entregas	— La empresa ha cumplido con todas las entregas de encomiendas que usted ha solicitado.	4	4	4	
Innovación tecnológica	— La empresa cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para	4	4	4	

	atender la demanda de encomiendas.				
	— Considera útil el sistema de monitoreo de paquetes que tiene la empresa.	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Productividad
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir la productividad de una empresa de paquetería

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia	— Considera que la cantidad de personal es suficiente para atender la demanda de envíos recepcionados.	4	4	4	
	— Considera que el personal está capacitado para atender al público.	4	4	4	
Eficacia	— Le parece que la empresa está ofreciendo un servicio Courier de calidad en tiempo, lugar y condiciones de los paquetes.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Servicio al cliente
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir el servicio al cliente de la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción del cliente.	— Después de haber adquirido el servicio, cree que la empresa ha cumplido con sus expectativas.	4	4	4	

	— Es probable que vuelva a contratar el servicio Courier.	4	4	4	
Índice de recomendación	— A partir de su experiencia usted recomendaría el servicio que ofrece la empresa.	4	4	4	
Capacidad de respuesta.	— El tiempo de respuesta por parte de la empresa ante una solicitud o reclamo es el apropiado.	4	4	4	
	— La empresa brinda una excelente atención frente algún reclamo o solicitud que realice.	4	4	4	



Mgtr. Cecilia Gomez Zuniga
CIAD. 15719

Firma del evaluador

DNI 03490490

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta: Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003). Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa de paquetería.” La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Gómez Zúñiga Cecilia Paula Luisa
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario para los colaboradores
Autora:	Navarro Palacios Ángel Jesús – Roa Quiroz Ursula Lisbeth
Procedencia:	Piura
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	15 – 20 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	(5) Totalmente de acuerdo.

	(4) De acuerdo. (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. (2) En desacuerdo. (1) Totalmente en desacuerdo.
--	--

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
V1: Gestión logística	Almacenamiento	De acuerdo con Escudero (2019) define la gestión logística como un grupo de medios y actividades importantes que se desarrollan dentro de una empresa, con el fin de producir y comercializar los productos o servicios, es un medio entre el área productiva y los mercados que están divididos por el tiempo y distancia.
	Transporte	
	Distribución	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa de paquetería elaborado por Navarro Palacios Ángel Jesús y Roa Quiroz Ursula Lisbeth en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o unamodificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por laordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica dealgunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica conla dimensión o	1. Totalmente en desacuerdo (nocumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana conla dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.

indicador que está midiendo.	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa de paquetería.

- **Primera dimensión:** Almacenamiento
- **Objetivos de la Dimensión:** Describir la gestión de almacenamiento de la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Capacitación en manipulación de mercancías.	— La empresa capacita al personal del área de almacenamiento para la manipulación de mercancías.	4	4	4	
	— Usted considera que las capacitaciones brindadas por la empresa son realmente útiles para la mejor manipulación de mercancías.	4	4	4	
Rotación de inventario.	— La empresa realiza inventarios físicos a las mercancías almacenadas.	4	4	4	

	— La empresa cuenta con herramientas que ayudan a monitorear el movimiento de las mercancías.	4	4	4	
	— Usted cree necesario que se realice una supervisión constante al momento que entran y salen los paquetes del almacén.	4	4	4	
Pedidos recepcionados.	— La empresa cuenta con un amplio almacén para colocar las encomiendas recepcionadas.	4	4	4	
	— Se cumple con ordenar las mercancías recepcionadas según el espacio establecido.	4	4	4	

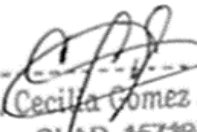
- **Segunda dimensión:** Transporte
- **Objetivos de la Dimensión:** Examinar la gestión de transporte de la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Vehículos disponibles.	— Está de acuerdo con la cantidad de vehículos para la distribución de encomiendas.	4	4	4	
	— La empresa realiza mantenimiento a los vehículos utilizados en el transporte de paquetes.	4	4	4	
Rutas realizadas por vehículo.	— Considera usted que existe una buena gestión en la programación de rutas que realizan los vehículos.	4	4	4	

Volumen de carga.	— Cree que la cantidad de paquetes distribuidos en cada vehículo es la idónea.	4	4	4	
	— Los vehículos tienen las condiciones necesarias para trasladar la cantidad de mercancías planificadas.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Distribución
- **Objetivos de la Dimensión:** Diagnosticar la gestión de distribución en la empresa de paquetería.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Entrega de mercancías.	— Existe un control en la estiba y desestiba de mercancías durante su entrega al cliente.	4	4	4	
	— Los estibadores cumplen con todos los protocolos de seguridad al momento de entregar los paquetes.	4	4	4	
Pedidos pendientes en el día.	— Considera que se logra satisfacer la demanda de paquetes a entregar diariamente.	4	4	4	



Mgtr. Cecilia Gomez Zuniga
CIAD. 15719

Firma y sello del evaluador

DNI 03490490

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta: Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003). Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Anexo 6: Resultado de similitud del programa Turnitin

DESARROLLO DE PROYECTO - TURNITIN.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
4	bibliotecaunapec.blob.core.windows.net Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ecci.edu.co Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Tecnológica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
8	repositorio.ujcm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	Submitted to Universidad Autónoma de Ica Trabajo del estudiante	

Anexo 7: Tabla de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
<p>Problema general</p> <p>¿De qué manera la gestión logística incrementará la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2022?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Describir la gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2022.</p>	<p>Tipo:</p> <p>Aplicativa</p> <p>Alcance:</p> <p>Transeccional o transversal</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>P1: ¿De qué modo se ejecuta el almacenamiento en la empresa de paquetería, Piura 2022?</p> <p>P2: ¿Qué características presenta la gestión de transporte de la empresa de paquetería, Piura 2022?</p> <p>P3: ¿Cómo se desarrolla la gestión de distribución en la empresa de paquetería, Piura 2022?</p> <p>P4: ¿Cómo se observa la calidad de la empresa de paquetería, Piura 2022?</p> <p>P5: ¿Cómo se distingue la productividad de la empresa de paquetería, Piura 2022?</p> <p>P6: ¿Cómo se genera el servicio al cliente en la empresa de paquetería, Piura 2022?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>O1: Analizar la gestión de almacenamiento de la empresa de paquetería, Piura 2022.</p> <p>O2: Describir la gestión de transporte de la empresa de paquetería, Piura 2022.</p> <p>O3: Explicar la gestión de distribución en la empresa de paquetería, Piura 2022.</p> <p>O4: Detallar de la calidad en la empresa de paquetería, Piura 2022.</p> <p>O5: Explicar la productividad de la empresa de paquetería, Piura 2022</p> <p>O6: Sintetizar el servicio al cliente de la empresa de paquetería, Piura 2022.</p>	<p>Nivel:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Enfoque:</p> <p>Mixta</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental</p> <p>Población:</p> <p>P1: 20 colaboradores</p> <p>P2: X clientes de la empresa de paquetería</p> <p>Muestra:</p> <p>20 colaboradores del área de almacén y 196 clientes de la empresa.</p> <p>Muestreo:</p> <p>Probabilístico</p> <p>Técnicas:</p> <p>Encuesta y entrevista</p> <p>Instrumentos:</p> <p>2 cuestionarios y guía de entrevista</p> <p>Procedimientos:</p> <p>Microsoft Excel y SPSS versión 26.0</p>

Anexo 9: Cálculo del tamaño de la muestra

FÓRMULA:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

- Z: Nivel de confianza = 95% = (1.96)
- p: Probabilidad de que ocurra el evento deseado = 50% = (0.50)
- q: Probabilidad de que no ocurra el evento deseado = 50% = (0.50)
- E: Error de estimación máximo = 7% = (0.07)

APLICACIÓN DE LA FÓRMULA

$$n = \frac{1.96^2}{0.07^2} \times \frac{0.50}{0.50} \times \frac{0.50}{0.50}$$

$$n = \frac{3.8416}{0.0049} \times \frac{0.50}{0.50} \times \frac{0.50}{0.50}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0049}$$

$$n = 196 \text{ personas}$$

INTERPRETACIÓN

Una vez aplicada la fórmula de la muestra infinita se tiene como resultado a 196 personas, los cuales serán los clientes de la empresa de paquetería y la pieza clave de estudio para conocer todo lo relacionado con la variable de investigación.

Anexo 10: Propuesta de mejora

Título de la propuesta: Mejora en la gestión logística en una empresa de paquetería, Piura 2023.

Introducción

Las empresas del sector transporte y carga son servicios importantes que sostienen el comercio de todas las regiones del país, la buena gestión logística que poseen jugará un papel importante en ellas, donde todos sus procesos deben estar complementados para el buen funcionamiento de la misma, teniendo en cuenta diferentes factores, como la buena manipulación de mercancías, el precio y el tiempo de entrega. Ocasionando que la calidad del servicio de las empresas se diferencie una de otra.

Por lo cual, el contexto para comprender la competitividad de una empresa está en constante crecimiento y adecuación al entorno, debido a que cada vez los clientes se vuelven más exigentes en cuanto a procesos, embalajes, innovación, talento humano y sobre todo la responsabilidad social que tiene la empresa para con la sociedad, es por ello que una organización debe estar en una constante investigación del mercado al cual está dirigiendo su producto o servicio, así estarán siempre a la vanguardia de la tecnológica y las tendencias cambiantes de los clientes, para ofrecer el mejor servicio o productos, alcanzando una mayor competitividad empresarial en el mercado.

Descripción organizacional

La empresa de paquetería, brinda el servicio de transporte y distribución de carga a diferentes regiones del país, siempre brindándole al cliente una amplia y excelente experiencia con el servicio. Dicha empresa cuenta con varias agencias de envío y cada una tiene las unidades de transporte necesarias para realizar envíos diarios, tienen todo tipo de embalajes para una mejor conservación de los paquetes y estos no lleguen averiados hasta la entrega final al cliente. Así mismo se mantiene a la vanguardia de la tecnología, la cual le permite hacer uso de herramientas tecnológicas que generan una experiencia diferente a cada cliente.

Misión

Ofrecer un servicio de calidad, destacando la rapidez, seguridad y amabilidad en el envío y recojo de encomiendas.

Visión

Lograr que los clientes peruanos tengan una experiencia inolvidable en su servicio de paquetería.

Objetivo de la propuesta

Mejora en la gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería de la región Piura.

Justificación

El desarrollo de la propuesta basada en mejorar la gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería en Piura, está relacionada con el propósito de lograr que se mejoren los procesos de almacenamiento, transporte y distribución de mercancías, para que así la empresa continúe ofreciendo un servicio courier de calidad, siempre preservando el buen estado de las encomiendas y que éstas sean entregadas en el tiempo y lugar acordado.

Así mismo, la gestión logística es una pieza clave en los procesos de una empresa, debido a que le permite planificar, coordinar y controlar los procesos de almacenamiento, flujo de inventario, manejo de información y herramientas tecnológicas, manipulación y seguridad de mercancías, embalajes, transporte y distribución, por lo que una eficiente gestión logística logra que la empresa mantenga sus procesos operativos optimizados y tenga un excelente servicio o producto para ofrecer a sus clientes.

De tal manera, se demuestra la necesidad de mejorar la gestión logística de la empresa de paquetería, para minimizar los efectos de la problemática, lo que le va ayudar a que sus clientes satisfagan sus necesidades en envíos y recojo de encomiendas, así como también que la empresa pueda mejorar su rentabilidad e incremente su competitividad empresarial en el mercado courier.

Análisis FODA

Se plasmaron 4 estrategias mediante el análisis de los factores internos y externos identificados en la empresa de paquetería. A continuación, se detallan:

Tabla 26 Análisis FODA de la empresa de paquetería.

EMPRESA DE PAQUETERÍA EN LA REGIÓN PIURA.	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de tecnología que facilitan sus actividades. 2. Interfaz para monitoreo de paquetes. 3. Sucursales en la mayoría de regiones del Perú. 4. Plataforma virtual para acceder al servicio. 5. Diferentes servicios para clientes y empresas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tarifa elevada del servicio. 2. Deficiencia de manipulación en mercadería frágil. 3. Falta de información sobre herramientas de la empresa 4. Demora de los envíos hasta su destino final. 5. Personal no comprometido en mejorar sus actividades.
OPORTUNIDADES	Estrategias FO	Estrategias DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevos mercados insatisfechos con el servicio courier. 2. Crecimiento del mercado en la región. 3. Estabilidad económica en la sociedad. 4. Demanda de empresas con innovación tecnológica. 	<p>Reestructurar la programación de rutas para el transporte eficiente de mercancías. (F1-D4)</p>	<p>Intensificar las capacitaciones en manipulación de mercancías frágiles. (D2-O2)</p>
AMENAZAS	Estrategias FA	Estrategias DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Deterioro de las vías de transporte debido al fenómeno del niño. 2. Crisis económica (inflación). 3. Huelgas ilegales de transportistas. 4. Aparición de una nueva pandemia. 5. Entrada de empresas courier con precios más bajos. 	<p>Generar un plan informativo sobre el sistema de monitoreo de encomiendas para los clientes. (F2-A5)</p>	<p>Crear un plan de capacitación sobre el uso correcto de los implementos de seguridad para los colaboradores del área de almacén. (D5-A5)</p>

Estrategias FO: Reestructurar la programación de rutas para el transporte eficiente de mercancías.

a) Descripción

El tiempo es un factor clave en las empresas de transporte y carga hoy en día, ya que los clientes cada vez son más exigentes en cuanto al tiempo de entrega de su mercancía. Por lo que es indispensable que las empresas de paquetería gestionen de buena manera la programación de rutas de sus vehículos, para así evitar retrasos en la llegada de la mercancía a su destino. De tal manera lograr ser más eficientes y ofrecer un mejor servicio.

b) Metas

- Lograr reducir los tramos recorridos en un 30%.
- Lograr acortar los tiempos de entrega en un 60%.

c) Tácticas

- Establecer nuevas rutas alternas de menor congestión vehicular.
- Gestionar planes de contingencia ante algún problema en la ruta.
- Establecer horarios de salida y llegada de vehículos.

d) Programa estratégico

La implementación de la estrategia de optimizar la programación de rutas para el transporte eficiente de mercancías se llevará a cabo realizando actividades que permitan cumplir con las tácticas propuestas. Para la primera táctica se tendrá que buscar rutas alternas con menor flujo vehicular para así disminuir tiempos de viaje, por otro lado, para llevar a cabo la segunda táctica se proveerá posibles problemas que se presenten en la carretera, como por ejemplo fallas del vehículo, la tercera táctica se implementará un horario de salida y llegada, fomentando un compromiso en la empresa donde todos los choferes tendrán que cumplirlos.

e) Cronograma de actividades

Tabla 27 *Actividades de la estrategia FO*

Actividades	Agos-23				Sep-23				Nov-23				Dici-23			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
A1. Diseñar una programación de rutas	■	■	■	■												
A2. Capacitar a los choferes acerca de las nuevas rutas alternas					■	■										
A3. Capacitar a los choferes ante posibles problemas							■	■								
A4. Monitorear el alcance que tuvo en el primer mes.									■	■	■					
A5. Acciones correctivas													■	■		

f) Costos

Tabla 28 *Costos de la estrategia FO*

Código	Detalle	Medida	Cantidad	C.U.	C.T.
1.2.	Servicios				S/. 3,950.00
1.2.1	Especialista Sufran	Sec.	01	S/. 3500	S/. 3.500.00
1.2.1	Plataforma Zoom	Menb.	01	S/. 450	S/. 4.50.00
Costo de la estrategia:					S/. 3,950.00

g) Viabilidad

La empresa de paquetería en Piura, cuenta con los medios necesarios para la disposición de los recursos a nivel financiero, económico y físico, para la puesta en marcha de la estrategia basado en reestructurar la programación de rutas para el transporte eficiente de mercancías la cual tiene un costo total de S/ 3,950.00 debido a que se requerirá de ciertos servicios para su ejecución. Logrando de esta manera lograr masificar sus servicios a través de las redes sociales.

h) Mecanismo de control

- Nivel de horas de viajes.
- Nivel de dificultades presentadas durante el viaje.
- Nivel de satisfacción de clientes.

Estrategias DO: Intensificar capacitaciones de manipulación de mercancías frágiles.

a) Descripción

Para las empresas de transporte y carga es primordial el cuidado de las mercancías que trasladan de un lugar a otro. Por lo que se debe gestionar de buena manera el recurso humano que se encarga de manipular dichas mercancías. Es por ello que se ha propuesto intensificar capacitaciones para el tratamiento de mercadería frágil, siendo esencial que cada colaborador se comprometa a adquirir nuevos conocimientos para poder ofrecer un mejor servicio de calidad.

b) Metas

- Lograr ser eficientes en un 70% de manipulación de mercancías frágiles.
- Lograr disminuir los gastos percibidos por daños en mercancías en un 80%.

c) Tácticas

- Conseguir ser más eficientes y efectivos en la manipulación de mercancías frágiles.
- Incrementar la satisfacción de los clientes.
- Incrementar la recomendación de los clientes.

d) Programa estratégico

La implementación de la estrategia intensificar capacitaciones de manipulación de mercancías frágiles se llevará a cabo realizando actividades que permitan cumplir con las tácticas propuestas. La primera táctica será lograda gracias a la información recibida en las capacitaciones, ya sean mejora de procedimientos o estrategias para una mejor manipulación de mercancías. Con respecto a la segunda táctica se logrará a consecuencia de la primera táctica, logrando que los clientes se encuentren conformes con el servicio Y por último la última estrategia se también dependerá del resultado de la principal táctica, consiguiendo fidelizar a los clientes.

e) Cronograma de actividades

Tabla 29 *Actividades de la estrategia DO*

Actividades	Agos-23				Sep-23				Oct-23				Nov-23			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
A1. Coordinación del jefe de almacén	■	■														
A2. Gestionar alternativas de empresas capacitadoras		■	■	■												
A3. Ejecutar plan de capacitación					■	■	■	■								
A4. Monitorear cumplimiento									■	■	■	■				
A5. Acciones correctivas												■	■	■	■	

f) Costos

Tabla 30 *Costos de la estrategia DO*

Código	Detalle	Medida	Cantidad	C.U.	C.T.
1.1.	Materiales				S/. 954.00
1.1.1	Proyector	Unid.	1	S/. 700	S/. 700
1.1.2	Sillas	Unid.	12	S/. 15.00	S/. 180
1.1.3	Libretas	Unid.	12	S/. 5.00	S/. 60
1.1.4	Lapiceros	Doc.	2	S/. 7.00	S/. 14
1.2.	Servicios				S/. 3,000.00
1.2.1	Capacitador	Unid.	01	S/. 3,000	S/. 3,000.00
Costo de la estrategia:					S/. 3,954.00

g) Viabilidad

La empresa de paquetería en Piura, cuenta con los medios necesarios para la disposición de los recursos a nivel financiero, económico y físico, para la puesta en marcha de la estrategia basado en Intensificar capacitaciones de manipulación de mercancías frágiles, la cual tiene un costo total de S/. 3,954.00 debido a que se requerirán ciertos materiales y servicios para su ejecución. Logrando de esta manera conducir al personal del área operativa a cumplir con las metas y objetivos ambientales establecidos durante su desarrollo productivo.

h) Mecanismo de control

- Nivel de mercadería frágil en buen estado.
- Nivel de mercadería frágil dañada.
- Nivel de quejas por clientes.
- Nivel de satisfacción de los clientes.

Estrategias FA: Generar un plan informativo sobre el sistema de monitoreo de encomiendas para los clientes.

a) Descripción

Generar un plan informativo sobre el sistema de monitoreo de encomiendas va a permitir que cada cliente posterior a realizar un envío de encomiendas en la agencia puede hacer uso del sistema para conocer la ruta en tiempo real del recorrido que hace su paquete, así los clientes podrán recogerla en la fecha que indican y en la agencia que acordaron, así será la entrega de mercancías más rápida.

b) Metas

- Lograr que cada cliente conozca el sistema de monitoreo.
- Lograr que cada cliente haga uso del sistema de monitoreo.

c) Tácticas

- Generar mayor eficiencia en el envío de encomiendas.
- Generar mayor satisfacción en los clientes.
- Generar mayor rapidez en el recojo de encomiendas.

d) Programa estratégico

La implementación del plan informativo sobre el sistema de monitoreo de encomiendas, se realizará mediante diferentes tácticas propuestas. Para la primera táctica se tendrá que hacer uso correcto del sistema de monitoreo, ingresando el código de boleta que se entregará al realizar el envío, por otro lado, para la segunda táctica el cliente visualizará en tiempo real el recorrido de su encomienda, así podrá saber cuándo y dónde recogerla. Finalmente, para la tercera táctica, el mismo sistema de monitoreo te va a direccionar el lugar y el día para recoger la encomienda, así evitaremos aglomeraciones e incomodidades con el cliente.

e) Cronograma de actividades

Tabla 31 *Actividades de la estrategia FA*

Actividades	Ago - 23				Set - 23				Oct - 23				Nov - 23			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
A1. Comunicar a la dirección sobre el plan informativo del sistema de monitoreo.	■	■														
A2. Diseñar el plan informativo.			■	■												
A3. Reunir y coordinar con el personal de atención al cliente sobre el plan.					■	■	■	■								
A4. Monitorear el cumplimiento del plan informativo.									■	■	■	■				
A5. Tomar medidas sobre observaciones en el cumplimiento del plan.													■	■	■	■

f) Costos

Tabla 32 *Costos de la estrategia FA*

Código	Detalle	Medida	Cantidad	C.U.	C.U.	C.U.
1.1.	Materiales					
1.1.1.	Papel para impresión	Mil.	3	S/	15.00	S/ 45.00
1.1.2.	Lapiceros	Doc.	3	S/	5.00	S/ 15.00
1.1.3.	Folder	Paq.	5	S/	7.00	S/ 35.00
					TOTAL	S/ 95.00
1.2.	Servicios					
1.2.1.	Impresión	Tin.	4	S/	35.00	S/ 140.00
1.2.2.	Capacitación	Ses.	1	S/	1,500.00	S/ 1,500.00
					TOTAL	S/ 1,640.00
Costo de la estrategia:					S/	1,735.00

g) Viabilidad

La empresa de paquetería, cuenta con los recursos humanos, financieros y económicos, para desarrollar la estrategia basada en implementar un plan informativo sobre el sistema de monitoreo de mercancías para los clientes, el cual tiene un costo total de S/ 1,735.00, debido a que se necesitará ciertos materiales y servicios para su ejecución. Generando así, que cada cliente cuando haga uso del servicio de envío de encomiendas pueda monitorear la ruta y tiempo de llegada de su paquete al destino final.

h) Mecanismo de control

- Difusión de información clara.
- Dominio del sistema por parte de los clientes.
- Entrega de paquetes a tiempo y el lugar acordado.

Estrategias DA: Crear un plan de capacitación sobre el uso correcto de los implementos de seguridad para los colaboradores del área de almacén.

a) Descripción

La creación de un plan de capacitación sobre el uso correcto de los implementos de seguridad para los colaboradores del área de almacén, lo que permite al equipo de trabajo estar protegido frente algún factor de riesgo que atente con su integridad física o emocional, siendo estos los implementos primordiales que toda empresa debe consignar a cada colaborador antes de iniciar sus actividades, así como monitorear el cumplimiento del protocolo de seguridad que establece la misma empresa.

b) Metas

- Cumplimiento del uso correcto de implementos de protección en los colaboradores almaceneros.
- Lograr un eficiente y seguro desempeño de las actividades en almacén.
- Minimizar el impacto de los factores de riesgo en el almacén.

c) Tácticas

- Concientizar al jefe de almacén sobre el uso correcto de los implementos de protección personal.
- Monitorear el uso de los implementos en el área.
- Reemplazar los implementos deteriorados.

d) Programa estratégico

La implementación del plan de capacitación sobre el uso correcto de los implementos de seguridad para los colaboradores del área de almacén, se llevará

a cabo mediante el cumplimiento de diferentes tácticas propuestas. Para primera táctica se va a desarrollar mediante un plan explicativo al jefe de almacén sobre las características de uso, ventajas y responsabilidades que tiene cada colaborador con los lineamientos de seguridad que establece la empresa, la segunda táctica se realizará mediante una constante supervisión a cada colaborador, cuando realice sus funciones esté usando los implementos de protección para salvaguardar su integridad física, finalmente la tercera táctica será mediante la verificación periódicamente sobre el estado de los implementos para reemplazar por otros según las necesidad del colaborador.

e) Cronograma de actividades

Tabla 33 *Actividades de la estrategia DA*

Actividades	Ago – 23				Set - 23				Oct – 23				Nov – 23			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
A1. Comunicar a la dirección sobre el plan de capacitación sobre uso de protección en el almacén.	■	■														
A2. Diseñar el plan de capacitación			■	■	■											
A3. Reunir, coordinar y desarrollar con el personal el plan.					■	■	■	■								
A4. Monitorear el cumplimiento del plan de capacitación sobre uso de protección.									■	■	■					
A5. Tomar medidas sobre observaciones en el cumplimiento del plan.													■	■	■	■

f) Costos

Tabla 34 *Costos de la estrategia DA*

Código	Detalle	Medida	Cantidad	C.U.	C.U.	C.U.
1.3.	Materiales					
1.3.1.	Volantes	Mil.	0.5	S/	80.00	S/ 40.00
1.3.2.	Pancarta	Unid.	1	S/	40.00	S/ 40.00
1.3.3.	Útiles de oficina	Unid.	1	S/	60.00	S/ 60.00
					TOTAL	S/ 140.00
1.4.	Servicios					
1.4.1.	Capacitación	Ses.	1	S/	1,000.00	S/ 1,000.00
					TOTAL	S/ 1,000.00
Costo de la estrategia:					S/	1,140.00

g) Viabilidad

La empresa de paquetería, cuenta con los recursos humanos, financieros y económicos, para desarrollar la estrategia basada en implementar un plan de capacitación sobre el uso correcto de los implementos de seguridad para los colaboradores del área de almacén, el cual tiene un costo total de S/ 2,035.00, debido a que se necesitará ciertos materiales y servicios para su ejecución. Generando así, que los colaboradores del área de almacén realicen sus actividades con total seguridad y eficiencia, así se podrá ofrecer un excelente servicio y que el cliente tenga una perspectiva de la empresa

h) Mecanismo de control

- Compromiso de los colaboradores.
- Cumplimiento del uso de protección física.
- Seguridad y satisfacción de los colaboradores.

RESUMEN DE LAS ESTRATEGIAS PARA LA PROPUESTA DE MEJORA

Tabla 35 *Resumen de las estrategias y sus costos*

	Estrategias propuestas	Costo total
FO	Reestructurar la programación de rutas para el transporte eficiente de mercancías.	S/. 3,950.00
DO	Intensificar las capacitaciones de manipulación de mercancías frágiles.	S/. 3,954.00
FA	Generar un plan informativo sobre el sistema de monitoreo de encomiendas para los clientes.	S/. 1,735.00
DA	Crear un plan de capacitación sobre el uso correcto de los implementos de seguridad para los colaboradores del área de almacén.	S/. 1,140.00
	Costo total	S/. 10,779.00

Anexo 11: Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Navarro Palacios Ángel Jesús Roa Quiroz Ursula Lisbeth
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023.
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario dirigido a los clientes
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> () <i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	15/05/2023
1.7. MUESTRA APLICADA	:	20 clientes

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD
ALCANZADO:

0.825

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítemes iniciales, ítemes mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario de la variable **COMPETITIVIDAD**, obtuvo un índice de confiabilidad BUENA de 82.5%

Estudiante: Roa Quiroz Ursula
Lisbeth DNI: 70981201

FIRMA
Mg. Félix Fabian Pintado Rodríguez
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
COESPE N° 839

Docente: Pintado Rodríguez Félix
Fabián DNI: 45246550

Estudiante: Navarro Palacios Ángel Jesús
DNI: 72681805

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Navarro Palacios Ángel Jesús Roa Quiroz Ursula Lisbeth
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Gestión logística para incrementar la competitividad en una empresa de paquetería, Piura 2023.
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario dirigido a los colaboradores
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :		<i>KR-20 kuder</i> () <i>Richardson</i> <i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	15/05/2023
1.7. MUESTRA APLICADA	:	20 colaboradores

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.886
------------------------------------	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítemes iniciales, ítemes mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario de la variable GESTIÓN LOGÍSTICA, obtuvo un índice de confiabilidad ALTO de 88.6%

Estudiante: Roa Quiroz Ursula
Lisbeth DNI: 70981201

Estudiante: Navarro Palacios Ángel Jesús
DNI: 72681805

FIRMA
Mg. Félix Fabián Pintado Rodríguez
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
COSSPE N° 839

Docente: Pintado Rodríguez Félix Fabián
DNI: 45246550