



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Estrategias competitivas y la logística internacional de la
empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Negocios Internacionales**

AUTORES:

Fabian Arguedas, María Fernanda (ORCID: 0000-0002-8657-3410)

Pajuelo Grados, Frank Ricardo (ORCID: 0000-0002-2650-3584)

ASESOR:

Mgtr. Pasache Ramos, Máximo Fidel (ORCID: 0000-0003-1005-0848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA- PERÚ

2020

DEDICATORIA

Le dedicamos esta presente investigación a nuestros padres que gracias a su apoyo y confianza podemos cumplir nuestra meta académica.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios y a nuestro asesor, Máximo Fidel Pasache Ramos que con su apoyo y enseñanza nos permitió realizar un excelente trabajo de investigación.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad Problemática.....	1
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Justificación del estudio.....	2
1.4 Objetivos... ..	3
1.5 Hipótesis.....	4
II. MARCO TEÓRICO	4
2.1 Trabajos previos.....	4
2.2 Teorías relacionadas al tema.....	7
III. METODOLOGÍA	9
3.1 Tipo y Diseño de Investigación	9
3.2 Variables y operacionalización.....	9
3.3 Población, muestra y muestreo.....	10
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.5 Procedimiento.....	13
3.6 Métodos de análisis de datos... ..	13
3.7 Aspectos éticos... ..	13

IV. RESULTADOS.....	14
5.1 Análisis Descriptivo Univariado.....	14
5.1.1 Análisis de los niveles de Estrategias Competitivas	14
5.1.2 Análisis descriptivo de la variable Logística Internacional	15
5.1.3 Análisis descriptivo de la dimensión Liderazgo en costo	16
5.1.4 Análisis descriptivo de la dimensión Diferenciación	17
5.1.5 Análisis descriptivo de la dimensión Enfoque.....	18
5.2 Prueba de Normalidad	19
5.3 Análisis inferencial	19
5.3.1 Hipótesis general.....	19
5.3.2 Hipótesis específicas.....	20
V. DISCUSIÓN.....	24
VI. CONCLUSIONES.....	27
VII. RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de Validez.....	11
Tabla 2. Resultados del análisis de confiabilidad: Alfa de Cronbach de la variable Estrategias Competitivas.....	12
Tabla 3. Resultados del análisis de confiabilidad: Alfa de Cronbach de la variable Logística Internacional	12
Tabla 4. Análisis de los niveles de Estrategias Competitivas	14
Tabla 5. Análisis descriptivo de la variable Logística internacional	15
Tabla 6. Análisis descriptivo de la dimensión Liderazgo en costo	16
Tabla 7. Análisis descriptivo de la dimensión Diferenciación	17
Tabla 8. Análisis descriptivo de la dimensión Enfoque.....	18
Tabla 9. Prueba de normalidad de las variables Estrategias competitivas y logística internacional.....	19
Tabla 10. Correlación entre las variables estrategias competitivas y logística internacional.....	20
Tabla 11. Correlación entre liderazgo en costo y logística Internacional....	21
Tabla 12. Correlación entre diferenciación y logística internacional.....	22
Tabla 13. Correlación entre enfoque y logística internacional	23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estrategias Competitivas.....	14
Figura 2. Logística Internacional	15
Figura 3. Liderazgo en costos	16
Figura 4. Diferenciación	17
Figura 5. Enfoque.....	18

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: Estrategias Competitivas y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y la logística internacional que se aplican en la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. Esta investigación es de tipo aplicada, de nivel correlacional, y de diseño no experimental de corte transversal, la población estuvo representada por colaboradores y directivos del área de importación de la empresa SAVAR Corporación Logística, así mismo la muestra es censal, ya que ayuda a ello el hecho de que la población es pequeña, la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario, el cual será medido mediante la escala de Likert, donde fue validado para demostrar su confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach. Como resultado se muestra un coeficiente de correlación de 0,720, lo que significa que existe una correlación. Entonces se refuta la hipótesis nula y se accede la hipótesis alterna, finalizando que existe una relación positiva entre la estrategia competitiva y la logística internacional de la empresa SAVAR corporación logística año 2020. Concluyendo que se determinó la relación que existe entre las estrategias competitivas y la logística internacional que se aplican en la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.

Palabras clave: Estrategias competitivas, Logística Internacional, Importación, Operador Logístico y Terciarización

ABSTRACT

The present research project entitled: Competitive Strategies and the international logistics of the company SAVAR Corporación Logística, Callao 2020, aimed to determine the relationship between competitive strategies and international logistics that are applied in the company SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. This research is of an applied type, of correlational level, and of a non-experimental cross-sectional design, the population was represented by collaborators and managers of the import area of the company SAVAR Corporación Logística, likewise the sample is census, since This is helped by the fact that the population is small, the data collection technique is the survey, and the instrument is the questionnaire, which will be measured using the Likert scale, where it was validated to demonstrate its reliability using the Alpha of Cronbach. The result is a correlation coefficient of 0.720, which means that there is a correlation. Then the null hypothesis is refuted and the alternative hypothesis is accessed, concluding that there is a positive relationship between the competitive strategy and the international logistics of the company SAVAR logistics corporation in 2020. Concluding that the relationship between competitive strategies and international logistics applied in the company SAVAR Corporación Logística, Callao 2020, was determined.

Keywords: Competitive strategies, International Logistics, Import, Logistics Operator and Outsourcing.

I. INTRODUCCIÓN

En la Actualidad. Existen empresas logísticas que no cumplieron con todo el servicio desde su embalaje, transporte, despacho o almacenaje. Por ello los operadores logísticos eran importantes en estos procesos, ya que facilitaron el transporte de la mercadería hasta su destino. A nivel internacional; las empresas emplearon estrategias competitivas para desarrollar nuevas fortalezas con el objetivo de mantenerse frente a los riesgos existentes logrando así un buen posicionamiento en el mercado. Este es el caso de Amazon que según Villamizar (2019) tenía como estrategia competitiva no depender de compañías logísticas y de transporte, teniendo como fin convertirse en una compañía todopoderosa que no dependerá de nada para triunfar, operando con sus propios camiones y aviones. Por otro lado, a nivel nacional el desempeño logístico no se daba de manera eficaz, debido a esto la logística está en constante cambio. Según Logistec (2018) En Perú, la logística se daba en modo vigilante debido a las abundantes empresas que querían adaptarse, tomando de referencia a otros líderes o innovadores que ya estaban posicionados en dicho mercado. Por ello es por lo que nunca teníamos la oportunidad de cambiar debido al enfoque más detallado en el sector logístico, teniendo una minuciosa investigación ya que nuestro país no cuenta con ninguna estrategia en temas de competitividad. Los operadores logísticos están optando por tener estrategias competitivas para poder diferenciarse de la competencia, lo cual deben adaptarse hoy en día a la tecnología, teniendo en cuenta la nueva era digital. Según Gestión (2019) Ya no será de manera convencional enviar los típicos emails para poder procesar una orden, si no, todo se va a realizar a través de un clic. Debido a que los clientes quieren tener todo a la mano y a cualquier hora sin complicaciones. A nivel regional en Colombia, Mantilla (2018) afirma que los operadores logísticos se centran aspectos como los costos, el tiempo y el servicio optimizando una logística de entrega, habilitando oportunidades de mercado para otras empresas. Además, según López, Acosta, Páez, Sarmiento y Tafur (2018), menciona que estos operadores son importantes para las pequeñas empresas, ya que facilita su ingreso a nuevos mercados. Por lo cual le permite la internacionalización de las pymes y competir en otros mercados. La competitividad

de las empresas permite innovar en sus servicios hacia sus clientes. A nivel local, surgen algunos problemas para los operadores logísticos. Según Lira (2019), informó que el riesgo de robos, la deficiencia de vías y como el tiempo perdido en el tráfico en Lima y sus sectores, al no presentarse cambios, los costos logísticos jamás serán competitivos. Estos problemas afectan a todos los operadores logísticos, ya que de ello depende la competitividad y el servicio al cliente.

En la siguiente pesquisa, los problemas formulados fueron como problema general: ¿Qué relación existe entre las estrategias competitivas y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020? Como problemas específicos: ¿Qué relación existe entre liderazgo en costos y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020? ¿Qué relación existe entre diferenciación y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020? ¿Qué relación existe entre enfoque y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020?

Como justificación teórica, este trabajo de investigación se realizó para mejorar la gestión logística de la empresa SAVAR Corporación Logística, mediante la identificación de los problemas con relación a los servicios ofrecidos en el área de importación, a los principales clientes como CORPORACION PRIMAX S.A., KIMBERLY-CLARK PERU S.R.L. y JAS IMPORTACIONES, mejorando los principales servicios tales como almacenaje, transporte y carga internacional.

Cervantes, Salazar y Bolaño (2018), en su trabajo de investigación como justificación, las organizaciones están buscando constantemente ser más competitivas en el mercado, de acuerdo con eso, los procesos logísticos y las nuevas tecnologías cumplen un papel fundamental en dicho desarrollo y se ofrece un servicio útil y seguro al cliente, para tener como propósito el reconocimiento de la empresa. (p.14)

Como justificación social, este trabajo ayudará a la empresa SAVAR, en conocer la forma de mejorar la gestión y la atención de los pedidos del cliente, implementando estrategias para mantener su competitividad y la preferencia, así mismo mejorando

su logística internacional enfocada al comercio exterior. Esto sería beneficioso frente a las nuevas competencias del mercado, por ello es importante la participación de operadores, ya que disminuye costos para las compañías.

La investigación presentada tiene como justificación metodológica proponer estrategias competitivas que puedan relacionarse con la logística internacional de la empresa SAVAR, por ello se utilizó como instrumento el cuestionario de tipo censal, por lo cual se formuló las preguntas, dirigidas a los 18 colaboradores y 2 directivos de la empresa SAVAR, del área de importación, estuvo compuesta por veintiún (21) preguntas acerca de estrategias competitivas y veinticinco (25) preguntas acerca de logística internacional.

Ygnacio (2018) en su trabajo de investigación propuso como justificación mejorar la gestión logística realizando un proceso logístico impecable, renovando así la relación de las áreas, obteniendo como resultado un mejor orden que en las actividades de diferentes áreas para atender las demandas y mejorar el servicio logístico (p.45)

Como justificación práctica, la empresa SAVAR presentó en los últimos meses problemas de acuerdo con el tiempo de despacho, las revisiones previas y demoras en los principales servicios, es por ello por lo que, de acuerdo con esta investigación, el principal beneficio es solucionar las dificultades que se presentaron en el área de importación, ya que las organizaciones buscaban constantemente oportunidades de mejora para poder hacerse más competitivas, teniendo como meta principal ampliar su cartera de clientes y mantener la confianza. Por lo tanto, se mejoró los servicios, así como la seguridad de las mercancías del propietario.

Con relación a la finalidad de la investigación, menciona que se tomó como objetivo general: Determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y la logística internacional que se aplican en la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.

Se tomó como objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre liderazgo en costos y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. Determinar la relación que existe entre diferenciación y la

logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. Determinar la relación que existe entre enfoque y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.

En relación con la investigación, Según Tamayo (2012) define que “la hipótesis es el componente principal que relaciona la teoría a la investigación que nos servirá de ayuda para descubrir nuevos hechos”. Tendrá una probabilidad de vínculo con dos o más variantes interpretadas en una investigación.

Se tomó como hipótesis general: Existe relación directa entre las estrategias competitivas y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.

Se tomó como hipótesis específicas: Existe relación directa entre liderazgo en costos y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. Existe relación directa entre diferenciación y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. Existe relación directa entre enfoque y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.

II. MARCO TEÓRICO

La presente investigación tuvo como trabajos previos nacionales:

Alcántara (2019), en su investigación titulada “Estrategias competitivas y satisfacción del cliente del operador logístico New Transport”. Tuvo como objetivo determinar la influencia entre las estrategias competitivas y la satisfacción del cliente del operador logístico. Se dio una investigación aplicada y de diseño no experimental transeccional correlacional, tuvo como población de estudio a 130 copartícipe y 125 usuarios de dicha empresa, tuvo como muestra a 56 copartícipes y 54 usuarios, el instrumento empleado fue el cuestionario. Como resultados, de los 56 encuestados, el 50 % de los copartícipes si cuentan con estrategias competitivas. En conclusión, la investigación tiene una correlación eficiente

relevante, manifestando que se encuentra un dominio entre las estrategias competitivas y la satisfacción del cliente.

Marro (2019), en su investigación titulada “Estrategias competitivas y calidad de servicio del área logística de la agencia de carga JS Perú S.A.C. Magdalena, 2018”. Tuvo como objetivo determinar la relación entre estrategias competitivas y calidad de servicio del área logística de la empresa. Fue un estudio de tipo aplicada y de diseño no experimental, tuvo como población 30 personas que están divididos entre importadores y exportadores que son clientes de la empresa, la muestra y muestreo fue no probabilístico tipo censal, los instrumentos utilizados fueron los cuestionarios. Los principales resultados fueron que la empresa considerará de manera urgente un plan estratégico competitivo que se enfoca directamente a satisfacer de manera perfecta las necesidades de sus clientes. Se concluyó que si se presenta vínculo entre las estrategias competitivas y calidad de servicio del área logística de dicha empresa.

Lara (2019), en su investigación titulada “Estrategia competitiva y rentabilidad de las empresas peruanas exportadoras de polos de algodón”. Tuvo como objetivo inferir los elementos de la estrategia competitiva que afectan la rentabilidad de las empresas peruanas exportadoras de polos de algodón. Fue un estudio de tipo correlacional y de diseño no experimental, tuvo como población a 343 compañías exportadoras de polos de algodón, la muestra fue a 144 empresas exportadoras peruanas, el muestreo fue probabilístico aleatorio simple; los instrumentos empleados son las encuestas y entrevistas. Los principales resultados fueron que se decidió que si presenta vínculo directamente entre costos y gastos con ofertas de las compañías. Se concluyó que si presenta vínculo directamente por la utilización de las estrategias competitivas que contribuyen en el rendimiento de las compañías exportadoras.

En los trabajos previos internacionales se tomaron en cuenta a:

Pelayo y Ortiz (2019) en su artículo titulado “La satisfacción en las empresas de logística internacional en Jalisco”. Tuvo como objetivo precisar los factores que afectan a la satisfacción del cliente. La investigación fue no experimental y

cuantitativa. El instrumento utilizado fueron las entrevistas. Los resultados mostraron que la satisfacción está relacionada con la calidad en el servicio y la tecnología. En conclusión, se comprobó que no tiene relación entre las variables satisfacción y costos cambiantes.

Dimitri, Hengshuo, Hao y Dragan (2020) en su artículo titulado “Location Optimization of CR Express International Logistics Centers”. Tuvo como objetivo determinar las ubicaciones óptimas de los centros de logística internacional de CR Express. El tipo de investigación fue no experimental cuantitativo y cualitativo. Los instrumentos utilizados fueron las encuestas a través de entrevistas con empresas de logística internacional y gobiernos locales. Como resultado muestran que en vista del aumento de la rotación de contenedores entre China y la Unión Europea, la determinación de ubicaciones óptimas para la logística internacional CR Express los centros deben llevarse a cabo dinámicamente. En conclusión, todos los valores de KTC son considerablemente mayores de 0,90, con un valor medio de 0,984, por lo tanto, existe una alta correlación entre el método DEMATEL-MAIRCA y las otras técnicas MCDM.

Según Avendaño y Silva (2018) en su artículo titulado “Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las Pymes de confecciones en Colombia”. Tuvo como objetivo examinar los cuellos de botella del proceso logístico internacional desde el proveedor de la materia prima hasta la entrega del consumidor final que afectan la competitividad de las Pymes de confecciones de Colombia en el mercado internacional. La investigación fue descriptiva de tipo mixto. Los instrumentos usados fueron las encuestas, la población fue de 9 expertos en confecciones y dos empresas de confecciones. Como resultado se obtuvo que las empresas entrevistadas calificaron su gestión logística en producción de la siguiente manera, siendo 1 la menor eficiencia y 5 mayor eficiencia: Industrias Goriz calificó su gestión en 1 por su profundo desconocimiento y poco control y Los Vestidos como 3. Como conclusión, debe mantener una relación la logística interna y de exportaciones.

Yang, Chang (2019) en su artículo titulado “Crucial factors influencing international logistics operations for African landlocked countries – A case study of Burkina

Faso". Tuvo como objetivo evaluar los factores cruciales que influyen en las operaciones logísticas internacionales para los países africanos sin litoral. La investigación fue de tipo aplicada y de diseño no experimental. Los instrumentos utilizados fueron las encuestas y un estudio de caso, la población fueron empresas de transporte de contenedores. Los instrumentos utilizados fueron los cuestionarios. Como resultado se obtuvo que las empresas tenían factores cruciales que influyeron en las operaciones logísticas de los países africanos sin litoral. Como conclusión, se percibió la capacidad logística de los agentes locales como el factor más importante.

En referencia a las teorías relacionadas al estudio de la variable "Estrategias Competitivas", como base teórico para este estudio se tomó en cuenta varios teóricos:

Porter (2015) "son acciones para establecer una posición factible en una industria [...]" (p.51). Las estrategias competitivas permiten a la empresa ser eficientes y mantener su posición frente a sus competidores. Esta variable presentó 3 dimensiones. Lo cual el autor menciona que en liderazgo en costos "consiste en [...] disminuir costos, pero manteniendo la calidad." (p.54). En diferenciación afirma que "es el producto o servicio diferentes a otros o únicos." (p.58). En enfoque menciona que "se enfoca en un grupo de compradores [...]" (p.60). Además, esta variable será medible mediante indicadores en base a las dimensiones, según Loayza y Chávez (2018), con los indicadores pretende analizar y mejorar las estrategias competitivas y la calidad de los servicios de la empresa turística Estancia Bello Horizonte en la provincia de Tambopata.

Torres, Ortiz, Ordoñez y Zarate (2016) menciona que "Las estrategias competitivas tienen como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa (p.8). Entonces se entiende que son actividades que la empresa tiene que planificar para lograr sus objetivos según su rubro.

Gonzales (2020) Afirma que son tácticas que la empresa realiza en un sector determinado. Estas tácticas son empleadas por las empresas para ser más competitivos a otras empresas.

En referencia a la segunda variable “Logística Internacional”, se mostraron:

Castellanos (2009) plantea que “define y ejecuta el tránsito de materiales, fabricación y entrega con la asesoría apropiada, teniendo como propósito de adaptar la propuesta de la compañía a la demanda de la plaza en requisitos perfectos de calidad” (p.15). Se refiere a un cierto orden en donde la comercialización de mercancías se da en calidad perfecta. La definición acompaña 3 dimensiones dentro de ella tenemos: Distribución Física Internacional, carga y modos de transporte. El autor refiere que la distribución física internacional “son operaciones que se emplean para la rotación de productos desde el lugar de origen donde se hace la producción hasta el país de destino en su almacén correspondiente” (p.12). Refiere que carga “son las mercancías encontradas con una protección adecuada llamado embalaje que será empleado en su inmediata movilización” (p.21) y finalmente menciona que los modos de transporte “son dilemas de vehículos y operaciones, en lo cual se determina que empresa es la adecuada para poder saber cuál vehículo es la más conveniente antes de realizar una importación o exportación” (p.64).

Castellanos (2009) con sus indicadores pretende analizar los componentes principales de la logística internacional, así mismo hacer más eficiente toda la distribución de mercancías que puedan agilizar más el movimiento de las cargas a nivel mundial.

Szymonik, (2014) menciona que la logística internacional se basa en dos componentes básicos: Menciona que se divide en dos factores como la cadena de suministros o canales de operación logísticos internacionales que permite la distribución de la mercancía al exterior. Esto permite analizar los procesos necesarios para la distribución de la mercancía de un país a otro.

Vera (2015) define que “la logística internacional es el trueque de bienes necesarios que se da entre naciones hasta el lugar de destino correspondiente” (par.1). Se

centra en el abastecimiento de las materias primas que tienen como propósito optimizar los recursos y reducir tiempos de suministro.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de tipo aplicada. Según De Pelekais, De Franco y Parada (2005), mencionan que “Explica acerca de la adaptación de los resultados, se razona y proyecta una solución a los problemas que se da en la realidad”. Esto resuelve de forma práctica los problemas que se presentaron, centrándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento.

Además, tuvo un enfoque cuantitativo. Hernández, Fernández y Baptista (2010) nos informa acerca de la exploración cuantitativa, lo cual “se crea a partir de un proceso racional, mediante el tratamiento numérico y el estudio estadístico inferencial”. (p.4). Por ello la investigación fue medible mediante encuestas o a través de técnicas estadísticas, donde se utilizó un instrumento de evaluación para contestar las preguntas.

La investigación tuvo un diseño no experimental de corte transversal - correlacional. Según Gómez (2006) menciona que este diseño “se desarrolla sin una adulteración de las variables” (p.102). Además, el diseño transversal correlacional, Gómez (2006) afirma que “determina que se da entre categorías, variables en un instante definido” (p.103). Lo cual permitió examinar el vínculo que existió entre las estrategias competitivas y la logística internacional de la empresa.

3.2 Variables y Operacionalización

La presente investigación tuvo como variables estudiadas: Estrategias competitivas y Logística internacional.

Variable 1: Estrategias Competitivas

Consiste en tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición comprensible en una industria. Cuyas dimensiones son: diferenciación, liderazgo en costos y enfoque.

De acuerdo con Loayza y Chávez (2018) tuvieron como indicadores: competencia, valor percibido, utilidad buscada, costos, diferenciación, tecnología, servicio y diversificación de servicios. (p.18)

Variable 2: Logística internacional

Define y ejecuta el tránsito de materiales, fabricación y entrega con la asesoría apropiada, teniendo como propósito de adaptar la propuesta de la compañía a la demanda de la plaza en requisitos perfectos de calidad. Cuyas dimensiones son: Distribución Física Internacional, la carga y los modos de transporte.

De acuerdo con Castellanos (2009) se tuvo como indicadores: Costos, tiempo y calidad de servicios. Naturaleza de la carga, riesgos inherentes, empaque y embalaje. Capacidad de entrega, capacidad en el uso de red y seguridad en el uso. (p.15)

La matriz operacional se divide en variables, definición conceptual, operacional, las dimensiones de las variables, sus indicadores y se especifica la escala de medición del trabajo de investigación. Dicho cuadro se visualizará en el Anexo 3.

3.3 Población, muestra y muestreo

Gómez (2006) menciona que son elementos de observación que serán examinados (p.112). En este proyecto se le consideró población a los colaboradores y directivos del área de importación de la empresa SAVAR Corporación Logística, que fueron un total de 20 personas.

Ramírez (1997) define censal, cuando se selecciona toda la población debido a que se considera un número manejable de personas. En este proyecto se consideró la muestra de tipo censal.

Cuesta (2009) menciona que el muestreo no probabilístico es donde se recolecta los datos de las personas seleccionadas. Esta investigación fue a través de un muestreo no probabilístico.

Vara (2012) menciona que unidad de análisis son los sujetos o quienes serán encuestados (p.221). Fueron dieciocho trabajadores y dos directivos del área de importación de la empresa SAVAR Corporación logística.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Grasso (2006), informa que la encuesta recoge la opinión pública de una sociedad, temas de importancia científica y para la sociedad (p.13). La técnica que fue utilizada en esta investigación fue la encuesta para obtener los datos.

Hurtado (2000) menciona que es una serie de preguntas para recopilar datos (p.469). Lo cual se utilizó el cuestionario como instrumento, donde contiene 46 preguntas para los 18 colaboradores y 2 directores del área de importación.

Chiner (2011), la validez indica el grado de exactitud con lo cual se pretende medir o si se puede utilizar. (p.2). En esta investigación el cuestionario fue certificado por el juicio de tres componentes en metodología de investigación científica quienes aplicaron el instrumento que dio como resultado promedio un 80% con respecto a la validación del cuestionario.

Tabla 1

Cuadro de Validez

Experto	Aplicable
Dra. Caveró Egúsqüiza Vargas, Lauralinda	80%
Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen	80%
Mgtr. Orderique Torres, José la Rosa	80%

Fuente. Elaboración Propia

Hernández, Fernández y Baptista (2003) menciona que la confiabilidad de un instrumento permite obtener resultados de su aplicación (p.233). Para precisar la fiabilidad de los instrumentos, se empleó el Software SPSS con el objetivo de

averiguar el coeficiente Alfa de Cronbach en nuestra investigación, para delimitar la solidez de los ítems de cada variable.

Tabla 2

Confiabilidad: Estrategias Competitivas

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,875	21

Fuente. Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

En esta variable se logró un coeficiente de 0.875; lo que nos da una confiabilidad alta para aplicar el cuestionario a la población.

Tabla 3

Confiabilidad: Logística Internacional

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	25

Fuente. Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

En esta variable se logró un coeficiente de 0.800; lo que nos da una confiabilidad alta para aplicar el cuestionario a la población.

3.5 Procedimiento

Para esta investigación se consideró tomar dos fuentes: Teórica y de campo.

En la fuente teórica, toda la información recolectada se obtuvo gracias a libros, revistas y artículos científicos buscadas de forma virtual y en físico.

En la fuente de campo, los resultados del cuestionario fueron obtenidos mediante vía web, donde se creó un cuestionario online y por este medio que los encuestados respondieron las preguntas planteadas

3.6 Método de análisis de datos

Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirma que “las informaciones obtenidas son esencial para ejecutar mediante una medición matemática” (p. 270). Las variables fueron aplicadas en el programa estadístico SPSS, dónde se nos proporcionó ejecutar figuras y proporciones en diferentes tablas de frecuencia.

3.7 Aspectos éticos

El testimonio que se encuentra y desea lograr dentro de esta investigación por parte de la entidad encuestada no será publicado al sentir público, si es que la compañía en estudio no lo permite, puesto que se ejecutó dicho estudio para que ellos como empresa puedan emplear mejoras de estrategias competitivas en sus actividades operativas y puedan continuar compitiendo en el mercado local. No se manipuló la información, ni las estadísticas presentadas en el proyecto. La información brindada para el desarrollo del proyecto fue con consentimiento de la coordinadora del área de importación de la empresa de SAVAR, junto con el apoyo de los colaboradores (Carta en anexo). Se consideró el derecho intelectual de los propietarios consultados en las citaciones utilizando el estilo APA.

IV. RESULTADOS

Según Travieso (2017) Los resultados son aquellos que permiten perfeccionar la teoría científica, aportando estudios sobre el objeto que se está siendo investigado. Estos datos son obtenidos mediante el programa SPSS, donde se registró los datos de las encuestas, dando como resultado los niveles de correlación de cada variable, dimensiones y prueba de normalidad.

5.1 Análisis Descriptivo Univariado

5.1.1 Análisis de los niveles de Estrategias competitivas

Tabla 4

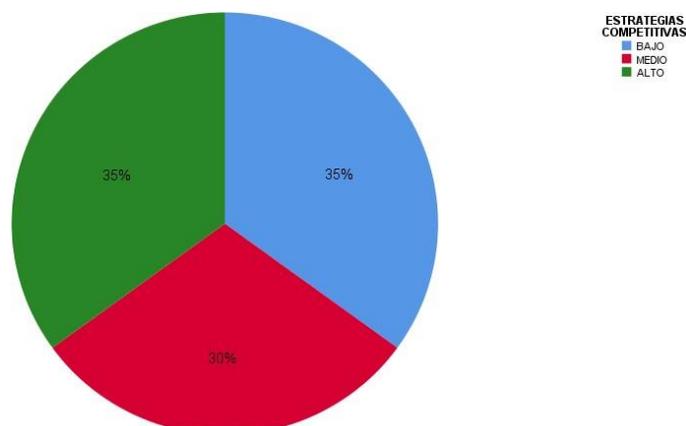
Descripción de los niveles de Estrategias

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	7	35,0
MEDIO	6	30,0
ALTO	7	35,0
Total	20	100,0

Fuente. Elaboración Propia

Figura 1

Estrategias Competitivas



Fuente. Elaboración Propia

En la tabla 4 y figura 1, de 2 directivos y 18 trabajadores de la empresa SAVAR 2020, el 35% se evidencio que tienen un nivel alto, el 30% poseen un nivel medio y el 35 % indico que tiene un nivel bajo. Los resultados son debido que una parte de la población considera que deben implementar mejores estrategias a diferencia de la competencia.

5.1.1 Análisis descriptivo de la variable Logística internacional

Tabla 5

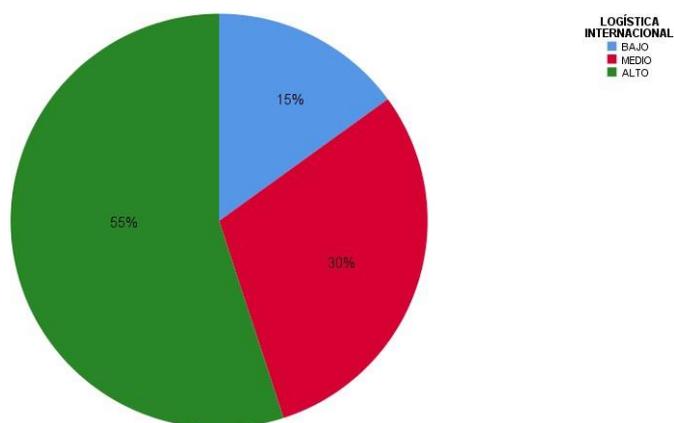
Descripción de los niveles de Logística internacional

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	15,0
Medio	6	30,0
Alto	11	55,0
Total	20	100,0

Fuente. Elaboración Propia

Figura 2

Logística Internacional



Fuente. Elaboración Propia

En la tabla 5 y figura 2, muestra que de 2 directivos y 18 trabajadores del área de importación de la empresa SAVAR 2020, el 55% presento que son de nivel alto, el 30% son de nivel medio y el 15% es de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados opinan que los recursos de la empresa son adecuados para la logística internacional aplicada por la empresa ofrecida al cliente.

5.1.2 Análisis descriptivo de la dimensión Liderazgo en costo

Tabla 6

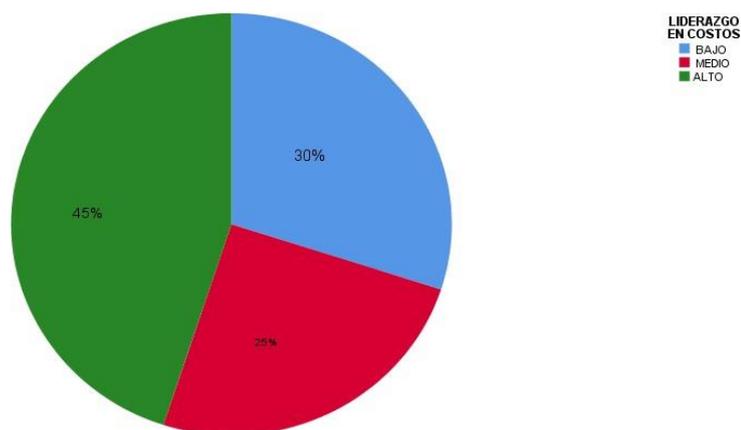
Descripción de los niveles de Liderazgo en costo

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	6	30,0
MEDIO	5	25,0
ALTO	9	45,0
Total	20	100,0

Fuente. Elaboración Propia

Figura 3

Liderazgo en costos



Fuente. Elaboración Propia

En la tabla 6 y figura 3, de 2 directivos y 18 trabajadores del área de importación de la empresa SAVAR 2020, el 45% indico que son de nivel alto, el 25% de nivel medio y el 30% de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados piensan que los precios de los servicios son accesibles para los clientes.

5.1.3 Análisis descriptivo de la dimensión Diferenciación

Tabla 7

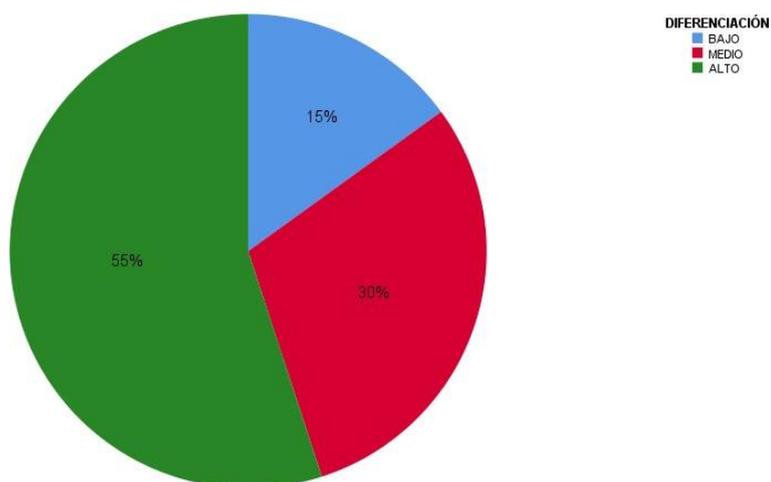
Descripción de los niveles de Diferenciación

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	3	15,0
MEDIO	6	30,0
ALTO	11	55,0
Total	20	100,0

Fuente. Elaboración Propia

Figura 4

Diferenciación



Fuente. Elaboración Propia

En la tabla 7 y la figura 4, de una muestra de 2 directivos y 18 trabajadores de la empresa SAVAR, se evidencio que el 55% son de nivel alto, el 30% son de nivel medio y el 15% son de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados opina que de los servicios ofrecidos por la empresa se diferencia de la competencia.

5.1.4 Análisis descriptivo de la dimensión Enfoque

Tabla 8

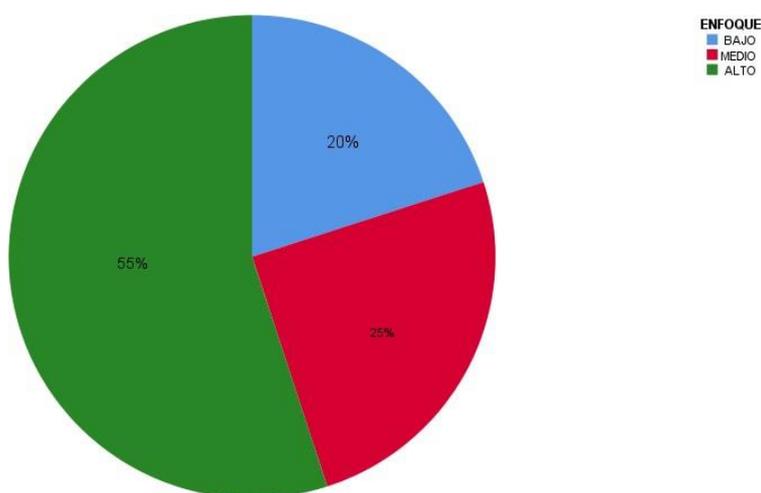
Descripción de los niveles de Enfoque

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	4	20,0
MEDIO	5	25,0
ALTO	11	55,0
Total	20	100,0

Fuente. Elaboración Propia

Figura 5

Enfoque



Fuente. Elaboración Propia

En la tabla 8 y figura 5, muestra que de 2 directivos y 18 trabajadores del área de importación de la empresa SAVAR, evidencio que el 55% es de nivel alto, el 25% son de nivel medio y el 20% es nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados opinan que de los servicios ofrecidos al cliente es seguro y de calidad.

5.2 Prueba de Normalidad

Tabla 9

Prueba de normalidad de las variables Estrategias competitivas y logística internacional.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Estrategias Competitivas	0.228	20	0.008	0.790	20	0.001
Logística Internacional	0.337	20	0.000	0.740	20	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente. Elaboración Propia

Dado que la cantidad de los encuestados es menor a 50 personas, su nivel de significancia es menor a 0,05 y los datos son no paramétricos, lo cual se procederá a trabajar con Rho de Spearman.

5.3 Análisis inferencial

5.3.1 Hipótesis general

H₀: Las estrategias competitivas no posee relación positiva y significativa con la Logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, año 2020.

H_a: Las estrategias competitivas posee relación positiva y significativa con la Logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, año 2020.

Tabla 10

Correlación entre las variables estrategias competitivas y logística internacional.

			Estrategias competitivas	Logística internacional
Rho de Spearman	Estrategias competitivas	Coeficiente de correlación	1,000	,720**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	20	20
	Logística internacional	Coeficiente de correlación	,720**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	20	20

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

Fuente. Elaboración Propia

En la tabla 10, muestra un coeficiente de correlación de 0,720, lo que significa que existe una correlación. Entonces se refuta la hipótesis nula y se accede la hipótesis alterna, finalizando que existe una relación positiva entre la estrategia competitiva y la logística internacional de la empresa SAVAR corporación logística año 2020.

5.3.2 Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1:

H₀: Liderazgo en costo no posee relación positiva y significativa con la Logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, año 2020.

H_a: Liderazgo en costo posee relación positiva y significativa con la Logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, año 2020.

Tabla 11

Correlación entre liderazgo en costo y logística Internacional.

		Liderazgo en costo	Logística internacional
Rho de Spearman	Liderazgo en costo	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,714**
		N	20
	Logística internacional	Coeficiente de correlación	,714**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	20

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

Fuente. Elaboración Propia

En la tabla 11. Se muestra un coeficiente de correlación menor a 0,05 de significancia, así como 0,714 de correlación, lo cual indica que hay una correlación. Se niega la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna, finalizando que existe una relación positiva entre liderazgo en costo y la logística internacional de la empresa SAVAR corporación logística año 2020.

Hipótesis específica 2:

H₀: Diferenciación no posee relación positiva y significativa con la Logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, año 2020.

H_a: Diferenciación posee relación positiva y significativa con la Logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, año 2020.

Tabla 12

Correlación entre diferenciación y logística internacional.

		Diferenciación	Logística internacional
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,703**
	Sig. (bilateral)		0,001
	N	20	20
	Coeficiente de correlación	,703**	1,000
Logística internacional	Sig. (bilateral)	0,001	
	N	20	20

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

Fuente. Elaboración Propia

En la tabla 12, se distingue un coeficiente de correlación de 0,703, lo cual evidencia una correlación. Se refuta la hipótesis nula y se accede a la hipótesis alterna, finalizando que posee una relación entre diferenciación y logística internacional de la empresa SAVAR corporación logística año 2020.

Hipótesis específica 3:

H₀: Enfoque no posee relación positiva y significativa con la Logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, año 2020.

H_a: Enfoque posee relación positiva y significativa con la Logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, año 2020.

Tabla 13

Correlación entre enfoque y logística internacional.

		Enfoque	Logística internacional
Rho de Spearman	de Enfoque	Coeficiente	1,000
		de correlación	,646**
		Sig. (bilateral)	0,002
	de Logística internacional	N	20
		Coeficiente	,646**
		de correlación	1,000
	Sig. (bilateral)	0,002	
	N	20	

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

Fuente. Elaboración Propia

En la tabla 13, se encuentra un coeficiente de correlación de menor a 0,005 de significancia, además un coeficiente de correlación de 0,646 lo cual muestra que, si existe una correlación, se desestima la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, finalizando que posee una relación entre enfoque y logística internacional de la empresa SAVAR corporación logística año 2020.

V. DISCUSIÓN

En el objetivo general que planteamos en nuestra investigación, determinamos la relación que existe entre las estrategias competitivas y la logística internacional de la empresa SAVAR. Corroborando así que si existe relación entre las estrategias competitivas y la logística internacional. Según Polit DF, Hungler BP (2000) la discusión son interpretaciones por el investigador, sobre la hipótesis que se ha planteado, como la de diversos autores que han discutido sobre el tema. Se trata de dar un significado a los resultados y por qué se ocurre de esta manera las cosas.

Centraremos la discusión en los aspectos más relevantes que se han extraído de los resultados que se han obtenido.

Para el desarrollo de nuestra investigación se planteó como problema general ¿Qué relación existe entre las estrategias competitivas y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao? Lo cual se planteó la primera hipótesis general teniendo como resultado la relación que existe entre las estrategias competitivas y la logística internacional de dicha empresa, teniendo una correlación de ,720 con un nivel de Sig. ,000 < 0,05 por lo cual se estaría comprobando dicha hipótesis al presentar una correlación positiva alta, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna. Siendo las estrategias competitivas y la logística internacional un factor importante para poder mejorar el área de importación de la empresa SAVAR de acuerdo con la problemática presentada en este proyecto de investigación. Lo cual las estrategias planteadas por la empresa tendrán un efecto en la logística internacional para mejorar los servicios ofrecidos, tanto en tiempo, costos y calidad, atendiendo de manera satisfactoria las órdenes de los principales clientes en los diferentes sectores del comercio exterior. Además, se encontró una similitud con la investigación de Alcántara (2019) mostrando que su variable principal que son estrategias competitivas tiene una relación positiva ante la variable satisfacción del cliente, teniendo una correlación de ,838 y un nivel de Sig. ,000, permitiendo aceptar la hipótesis alterna, lo cual de 56 encuestados 50% y el 42.86% contestaron casi siempre y a veces, la empresa establece estrategias competitivas, pero le dificulta ser más contundente en ello, debido que la satisfacción del cliente depende también de un criterio importante que es la

experiencia que tienen los usuarios de los servicios logísticos postventa de la empresa. Por ello, estamos de acuerdo, ya que se comprobó que las estrategias competitivas influyen en la logística internacional de la empresa, debido que de los 20 encuestados el 35% tiene un nivel alto y 35% un nivel bajo, lo cual este último grupo opina que deben tomar mejores decisiones al momento de aplicarlo en la logística.

De acuerdo con la primera hipótesis específica, se obtuvo como resultado la relación que existe entre liderazgo en costos y la logística internacional de dicha empresa, teniendo una correlación de ,714 con un nivel de Sig. ,000, por lo cual se estaría comprobando dicha hipótesis al presentar una correlación positiva, aceptando así la hipótesis alterna. Debido a esto, los costos por los servicios ofrecidos se mantendrán accesibles para la mayoría de los clientes, teniendo en cuenta la diferencia de precios de la competencia. Esto ayudará a tener una fidelización con los clientes, ya que según Porter (2015) se logra mediante las disminuciones de costos, pero manteniendo la calidad del servicio, teniendo un equilibrio entre ambos. En concordancia con la investigación de Marro (2019) mostrando que una de sus dimensiones es liderazgo en costos, presentó una correlación de ,846 con un nivel de Sig. ,000, lo que significa que existe una correlación positiva entre ambos, además de 30 empresas encuestadas el 66,67 % y el 26.67% tiene nivel alto y medio, concluyendo que a mejor planteamiento de liderazgo en costos mejor será la calidad de servicio de la empresa. Por lo tanto, estamos de acuerdo, ya que se comprobó que liderazgo en costo influyen en la logística internacional de la empresa, debido que de los 20 encuestados el 35% evidenció un nivel alto y el 30% poseen un nivel medio, lo cual se observa que la mayoría encuestados están conforme con los precios establecidos en los servicios como carga internacional, transporte y almacén, abarcando las principales órdenes requeridas por los clientes.

Como segunda hipótesis específica, se obtuvo como resultado de la relación que existe entre diferenciación y la logística internacional de dicha empresa, una correlación de ,703 con un nivel de Sig. ,001, por lo cual se estaría comprobando dicha hipótesis al presentar una correlación positiva y se acepta la hipótesis alterna.

Esta dimensión ayudará a que la empresa pueda desarrollar un plan de acción para que los servicios brindados por la empresa SAVAR se destaquen.

En conformidad con la investigación con Arbulú (2018) mostrando que su dimensión diferenciación tiene una correlación de ,627 con un nivel de Sig. ,000, lo que significa que existe una correlación positiva entre ambos, debido a que de 30 personas encuestadas el 43,3% y 33,3% respondieron a veces y casi siempre, concluyendo que pocas empresas se diferencian de sus competidores. Por ello, estamos de acuerdo ya que se comprobó que la diferenciación influye en la logística internacional de la empresa, debido que de los 20 encuestados el 55% y el 30% son de nivel alto y medio, lo cual manifiesta que la empresa está en constantes cambios en sus actividades para ofrecer una mejor atención al cliente.

En lo que se refiere a la tercera hipótesis se obtuvo como resultado de la relación que existe entre enfoque y la logística internacional de dicha empresa, una correlación de 0,646 con un nivel de Sig. ,002, por lo cual se estaría comprobando dicha hipótesis al presentar una correlación positiva y se acepta la hipótesis alterna. Esta dimensión ayudará a conocer bien las características de los nuevos clientes para que la empresa SAVAR se centre en satisfacerlos con los servicios que realmente ellos necesitan. En semejanza con la investigación de Alcántara (2019) mostrando que su dimensión enfoque tiene una correlación de ,811 con un nivel de Sig. ,000, lo que significa que existe una correlación positiva entre ambos, lo cual de 56 encuestados un 50% y 35,71% contestaron casi siempre y a veces, los servicios de la empresa son accesibles para todos los segmentos, mediante el marketing para que la marca sea reconocida, además mencionó que deben mejorar las actividades como refuerzo para adquirir conocimientos sobre las necesidades del cliente tanto nacional e internacional, a la vez buscando oportunidades en dichos segmentos. Por ello, estamos de acuerdo, ya que se comprobó que la dimensión enfoque influyen en la logística internacional de la empresa, debido que de los 20 encuestados el 55% y 25% son de nivel alto y medio, si bien los servicios de la empresa del área de importación son para los diferentes rubros del comercio exterior que el cliente se dedica, pero no siempre capta la mayor atención del público objetivo, lo cual deben especializarse mejor utilizando las herramientas de marketing para mayor aceptación de los clientes.

VI. CONCLUSIONES

1. Al realizar la prueba de correlación de Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente de $0,000 < 0,05$ de significancia, así como 0,714 de correlación positiva, concluyendo que existe una relación entre liderazgo de costos y logística internacional, por ello es fundamental mantener precios accesibles en los servicios ofrecidos para obtener la preferencia del cliente, así mismo aumentar la cartera de nuevos clientes, lo cual la empresa mantendrá su posicionamiento en el mercado.
2. Al realizar la prueba de correlación de Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente de $0,001 < 0,05$ de significancia, así como 0,703 de correlación positiva, concluyendo que existe una relación entre diferenciación y logística internacional, por ello es fundamental que la empresa innove así en las actividades que realizan como en la atención al cliente, actualizando sus equipos, sistemas o aplicaciones y maquinarias para mantener mejorar la calidad de los órdenes de carga internacional, transporte y almacén o depósito.
3. Al realizar la prueba de correlación de Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente de $0,002 < 0,05$ de significancia, así como 0,646 de correlación positiva, concluyendo que existe una relación entre enfoque y logística internacional, por ello es fundamental que el área de importación mejore la atención al cliente en todos los sectores del comercio exterior para lograr la aceptación del cliente mediante la capacitación de todo el personal administrativo y operario, así como personal especializados del área de importación para satisfacer las necesidades del segmento y a la vez ser un marca reconocida.
4. Al realizar la prueba de correlación de Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente de $0,000 < 0,05$ de significancia, así como 0,720 de correlación positiva alta, concluyendo que existe una relación entre estrategias competitivas

y logística internacional, por ello es crucial tener en cuenta dichas dimensiones, las cuales permitirán mejorar la calidad de los servicios para los clientes, manteniendo una mayor rentabilidad ejecutando las decisiones planteadas en el área de importación.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda que lo manifestado en la investigación sea considerado por un asesor o mando jerárquico de la empresa SAVAR Corporación Logística, ya que permitirá el análisis de las estrategias competitivas en el área de importación teniendo en cuenta las dimensiones mencionadas como liderazgo en costos, diferenciación y enfoque, para consolidar dichas estrategias para las actividades relacionadas con la logística internacional y mantener su nivel competitivo en el rubro de comercio exterior.

El área de importación debe contratar a una empresa de marketing digital, para desarrollar la publicidad, lo cual obtendrá un mayor alcance de personas, permitiendo ampliar su cartera de clientes para el aumento de órdenes y mantener la fidelización.

Actualizar o incluir otros equipos de sistemas informáticos para mejorar el tiempo de recepción y llenado de información de dichas órdenes de los clientes, además de permitir que el personal administrativo ejecute eficazmente su labor mejorando así el tiempo de atención y experiencia del cliente durante la prestación de los servicios.

Finalmente, con respecto a los tiempos de entrega durante la importación, la mayoría de los encuestados opinan que es crucial debido al alto tráfico vehicular que existe en el distrito de Lima, lo cual se recomienda establecer rutas alternas de entrega o planificar horarios de entrega estratégicos donde disminuya el tráfico vehicular, para mejorar el tiempo de entrega de la mercancía al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcántara (2019). *Estrategias competitivas y satisfacción del cliente del operador logístico New Transport*. Recuperado de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2820>

Arbulú (2018). *Estrategias Competitivas y la Exportación de Espárragos de la Asociación de Productores de Ica al mercado australiano, 2017*. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24958/Arbul%C3%BA_RM.pdf?sequence=1

Avendaño, E. Silva, H. (2018). *Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las Pymes de confecciones en Colombia*. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/339535928_Analisis_de_los_cuellos_de_botella_en_la_logistica_internacional_de_las_Pymes_de_confecciones_en_Colombia

Castellanos, A. (2009). *Manual de gestión logística del transporte y distribución de mercancías*. Colombia, Barranquilla: Ediciones Uninorte. Recuperado de https://www.academia.edu/24339874/Manual_de_gestion_logistica_del_transporte_distribucion_de_mercancias

Cervantes, S. Salazar, A. y Bolaño, H. (2018). *Tercerización de operaciones logísticas de las empresas de transporte*. Recuperado de: <https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/7070/1/2019-Cervantes%2cSalazar%2cBola%20-Tercerizaci%20n-Logistica-Tecnolog%20ada-TrabajoDeGrado.pdf>

Chiner, E. (2011). *La Validez*. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/25/Tema%206-Validez.pdf>

Cuesta (2009). *Muestreo probabilístico y no probabilístico*. Teoría. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/>

De Pelekais, C., de Franco, M., Neuman, N., Parada, J. (2005). *El ABC de la investigación*. Venezuela: Ediciones Astro, Data S.A. Recuperado de: <https://issuu.com/omarelkadi/docs/png2pdf>

Dimitri, H. Hao, H. Zhou, H. Dragan, P. (2020). *Location Optimization of CR Express International Logistics Centers*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/338522862_Location_Optimization_of_C_R_Express_International_Logistics_Centers

Gestión (2019). *Alrededor de 800 empresas logísticas compiten en un mercado de S/ 1,600 millones al año*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/alrededor-de-800-empresas-logisticas-compiten-en-un-mercado-de-s-1600-millones-al-ano-noticia/?ref=gesr>

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=9UDXPe4U7aMC&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi0kr-5zaDpAhWQiOAKHcnkAMsQ6AEIPzAD#v=onepage&q=metodologia%20de%20a%20investigacion&f=false>

González, A. (2020). *Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva*. Ingeniare. Revista chilena de ingeniería. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-33052020000100133&script=sci_arttext&tlng=en

Grasso, L. (2006). *Encuestas: Elementos para su diseño y análisis*. (1ª. ed.) Córdoba: Encuentro Grupo Editor. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=jL_yS1pfbMoC&pg=PA3&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false

Hernández, Fernández, C y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (6 ed.). México: MC Graw Hill. Recuperado de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Hernández, Fernández, C y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. (5 ed.) México: MC Graw Hill. Recuperado de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Hurtado (2000). *La Observación*. Recuperado de <http://tecnicasdeinvestigacion2015.blogspot.com/>

Lara, C. (2019). *Estrategia competitiva y rentabilidad de las empresas peruanas exportadoras de polos de algodón*. Recuperado de: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/16162/14240>

Lira, J. (2019). *Alrededor de 800 empresas logísticas compiten en un mercado de S/ 1,600 millones al año*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/alrededor-de-800-empresas-logisticas-compiten-en-un-mercado-de-s-1600-millones-al-ano-noticia/?ref=gesr>

Loayza, J. y Chávez, M. (2018). *Estrategias competitivas para mejorar la calidad de servicio de la empresa turística Estancia Bello Horizonte en la provincia de Tambopata región Madre de Dios - 2019*. Recuperado de <http://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/UNAMAD/510/004-3-12-044.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Logistec (2018). *Logística Peruana: Una industria en movimiento de cara al futuro*. Recuperado de <https://www.revistalogistec.com/index.php/logistica/pymes/item/3407-logistica-peruana-una-industria-en-movimiento-de-cara-al-futuro>

López, C. et al (2018). *Enfoques estratégicos del brand equity en las empresas que internacionalizan servicios de operación logística en Bogotá*. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.5570>

Marro, D. (2019). *Estrategias competitivas y calidad de servicio del área logística de la agencia de carga JS Perú Cargo S.A.C Magdalena, 2018*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40603>

Mantilla, D. (2018). *Perfil del consumidor Logístico en Colombia*. Recuperado de <http://www.andi.com.co/Uploads/Perfil%20del%20Consumidor%20Logistico%20CC.pdf>

Pelayo, J. y Ortiz, N. (2019). *La satisfacción en las empresas de logística internacional en Jalisco*. *Investigación administrativa*, 48(123) Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100003&lng=es&tlng=es.

Polit, D y Hungler, B. (2000). *Investigación científica en ciencias de la salud*. (6ª ed). México: Editorial Interamericana. Recuperado de http://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/escritura_articulos_cientificos/lecturas/modulo2/unidad2.2/como%20elaborar%20la%20discusion%20de%20un%20articulo%20cientifico.pdf

Porter, M. (2015). *ESTRATEGIA COMPETITIVA: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=n0dDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estrategias+competitivas+de+porter&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjHrqiSvpvqAhWNIrkGHSO8CQEQ6AEwAHoECAAQAq#v=onepage&q=estrategias%20competitivas%20de%20porter&f=false>

Ramírez, T. (1997). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo. Recuperado de: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092506/cap03.pdf>

Szymonik A. (2014). *Information Technologies in Logistics*. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422018000500007#B21

Tamayo, M (2012). *La Hipótesis de una tesis*. Recuperado de: <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2017/05/que-es-una-hipotesis.html>

Torres, M. Ortiz, R. Ordeñez, A. y Zárate, W. (2016). *Estrategias competitivas en las Organizaciones*. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/11/estrategias.html>

Travieso, N. (2017). *Los resultados científicos en las investigaciones biomédicas: un desafío pendiente*. Recuperado de <http://www.medisan.sld.cu/index.php/san/article/view/1199/html>

Vara, A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. (3 ed.). Lima: Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

Vera, V. (2015). *Herramienta indispensable para el crecimiento de los negocios*. Recuperado de: <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=2325&ni=logistica-internacional-herramienta-indispensable-para-el-crecimiento-de-los-negocios>

Yang, C y Chang, Y (2019). *Crucial factors influencing international logistics operations for African landlocked countries – A case study of Burkina Faso*. Taiwan. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03088839.2019.1606464?scroll=top&needAccess=true>

Ygnacio, M. (2018). *Estrategias Logísticas para lograr la competitividad del operador logístico TYMSAC, Lambayeque 2017-2022*. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/6108>

Villamizar, J. (2019). *Logística como ventaja competitiva*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/analisis/javier-villamizar-500031/logistica-como-ventaja-competitiva-2884303>

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: “ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y LA LOGÍSTICA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA SAVAR COPORACIÓN LOGÍSTICA, CALLAO, 2020”							
Autor(a): FABIAN ARGUEDAS MARÍA FERNANDA, PAJUELO GRADOS, FRANK RICARDO.							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
Problema General: ¿Qué relación existe entre las estrategias competitivas y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020?	Objetivo general: Determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y la logística internacional que se aplican en la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.	Hipótesis general: Existe relación directa entre las estrategias competitivas y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.	Variable 1: Estrategias Competitivas				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Liderazgo en costos.	Competencia	1,2,	Likert (1) Totalmente en Desacuerdo (2) En Desacuerdo (3) Ni de Acuerdo, ni en Desacuerdo (4) De Acuerdo (5) Totalmente de Acuerdo	Bajo Medio Alto
				Precio.	3,4		
			Diferenciación.	Tecnología.	5,9,		
	Servicios.	10,15,					
	Cliente.	16,21.					
Variable 2: Logística Internacional							
Problemas Específicos: ¿Qué relación existe entre liderazgo en costos y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020? ¿Qué relación existe entre diferenciación y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020? ¿Qué relación existe entre enfoque y la logística internacional de la empresa	Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre liderazgo en costos y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. Determinar la relación que existe entre diferenciación y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. Determinar la relación que existe entre enfoque y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.	Hipótesis específicas: Existe relación directa entre liderazgo en costos y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. Existe relación directa entre diferenciación y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020. Existe relación directa entre enfoque y la logística internacional de la empresa SAVAR Corporación Logística, Callao 2020.	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Distribución Física Internacional	Costos.	1,4,	Likert (1) Totalmente en Desacuerdo (2) En Desacuerdo (3) Ni de Acuerdo, ni en Desacuerdo (2) En Desacuerdo (4) De Acuerdo (5) Totalmente de Acuerdo	Bajo Medio Alto
				Tiempo.	5,7,		
				Calidad de Servicios.	8,11,		
			Carga	Naturaleza de la carga.	12,13,		
				Riesgos.	14,16,		
				Embalaje.	17,19,		
			Modos de Transporte	Entrega de mercancías.	20,21,		
				Capacidad en el uso de red.	22,23,		
				Seguridad en el uso.	24,25.		

SAVAR Corporación Logística, Callao 2020?			
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Estadística a Utilizar	
<p>Enfoque: Cuantitativo Método: Deductivo Diseño: No experimental Tipo de estudio: Aplicada</p> <p>Nivel de estudio: Correlacional</p>	<p>Población: En este proyecto se considera población a los colaboradores y directivos del área de importación de la empresa SAVAR Corporación Logística, que son un total de 20 personas.</p> <p>Tipo de muestreo: Censal</p> <p>Tamaño de muestra: 20</p>	Técnicas e instrumentos	
		<p>Variable 1: Estrategias competitivas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario sobre Estrategias Competitivas desde la perspectiva de los colaboradores y directivos de la empresa SAVAR Corporación Logística.</p> <p>Año: 2020</p> <p>Elaboración: propia</p> <p>Ámbito de Aplicación: Empresa SAVAR Corporación Logística.</p> <p>Forma de Administración: Individual</p>	<p>Descriptiva:</p> <p>Para el análisis estadístico respectivo, se utilizará el paquete estadístico SPSS Versión 25 con licencia de la UCV. Los datos obtenidos serán presentados en tablas y gráficos de acuerdo con las variables y dimensiones, para luego analizarlo e interpretarlos considerando el marco teórico. De acuerdo con la cantidad encuestada menor a 50 personas, su nivel de significancia es menor a 0,05 y los datos son no paramétricos, lo cual se procederá a trabajar con Rho de Spearman, lo cual, muestra una correlación positiva.</p>
		<p>Variable 2: Logística Internacional: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario sobre Logística Internacional desde la perspectiva de los colaboradores y directivos de la empresa SAVAR Corporación Logística.</p> <p>Año: 2020</p> <p>Elaboración: propia</p> <p>Ámbito de Aplicación: Empresa SAVAR Corporación Logística.</p> <p>Forma de Administración: Individual</p>	

Anexo 2. Matriz de Operacionalización de la Variable

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Estrategias competitivas	Porter (2015) la "estrategia competitiva consiste en tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición comprensible en una industria [...]" (p.51). Las estrategias competitivas permiten a la empresa ser eficientes y mantener su posición frente a sus competidores.	Este trabajo aplicará la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, además se trabajará tomando en consideración las dimensiones y los indicadores de la variable principal.	Liderazgo en costos	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia. • Precio. 	Escala de Likert
			Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología. • Servicios. 	
			Enfoque	<ul style="list-style-type: none"> • Cliente. 	
Logística Internacional	Castellanos (2017) plantea que la logística internacional es "el estudio que determina y gestiona la circulación de materiales, la producción y la distribución con la información adecuada, con el principal propósito de adaptar la oferta de la empresa a la demanda del mercado en condiciones óptimas de calidad" (p.15).	Este trabajo aplicará la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, además se trabajará tomando en consideración las dimensiones y los indicadores de la variable principal.	Distribución Física Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Costos. • Tiempo. • Calidad de Servicios. 	Escala de Likert
			Carga	<ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza de la carga. • Riesgos. • Embalaje. 	
			Modos de Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de mercancías. • Capacidad en el uso de red. • Seguridad en el uso. 	

ANEXO 3. Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA PARA LOS COLABORADORES Y DIRECTIVOS SOBRE ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de las estrategias faltantes en la compañía que Ud. dirige. La presente encuesta es anónima; por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de características acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA
4) CASI SIEMPRE

2) CASI NUNCA
5) SIEMPRE

3) A VECES

LIDERAZGO EN COSTOS						
Competencia						
1	Considera que otros operadores logísticos ofrecen bajos costos en los servicios de depósito o transporte.	1	2	3	4	5
2	La empresa ofrece financiamiento de acuerdo con la utilidad del cliente para los costos correspondientes de los servicios.	1	2	3	4	5
Precio						
3	Considera que el precio por los servicios está al alcance de los clientes.	1	2	3	4	5
4	El precio en el servicio de transporte que brinda la empresa tiene relación con la calidad ofrecida.	1	2	3	4	5
DIFERENCIACIÓN						
Tecnología						
5	Considera que la empresa tiene la maquinaria necesaria para realizar los procedimientos de importación.	1	2	3	4	5
6	Los equipos utilizados en el área de importación son modernos o aptos para realizar la documentación.	1	2	3	4	5
7	La empresa integra softwares logísticos actualizados para la agilización de los procesos y seguimientos de las operaciones aduaneras.	1	2	3	4	5
8	En el área de importación mantiene comunicación con los clientes mediante uso páginas web, otras redes sociales y teléfonos móviles.	1	2	3	4	5
9	La empresa posee contenedores o recursos que permiten controlar la cadena de frío de las mercancías.	1	2	3	4	5
Servicios						
10	Los servicios ofrecidos por la empresa en el área de importación se diferencian de la competencia.	1	2	3	4	5
11	La empresa posee certificaciones para ejercer sus servicios.	1	2	3	4	5
12	La empresa brinda asesoría legal aduanera con respecto a los trámites de permisos de importación.	1	2	3	4	5
13	Usted considera que los servicios son adecuados para los diferentes sectores del comercio exterior.	1	2	3	4	5

14	La empresa emite comunicados o información a los clientes sobre cambios en la tarifa de servicios proporcionados de los terminales marítimos a través de sus redes sociales.	1	2	3	4	5
15	Considera favorable que su almacén simple y aduanero esté en una sola ubicación.	1	2	3	4	5
ENFOQUE						
Cliente						
16	Considera que los servicios de la empresa cumplen con la necesidad del cliente.	1	2	3	4	5
17	Ofrecen beneficios para fidelizar al cliente durante las prestaciones de sus servicios.	1	2	3	4	5
18	Considera que en los servicios de agencia de aduana se realizan seguimientos a los clientes en aspectos administrativos aduaneros.	1	2	3	4	5
19	Considera que la cobertura del seguro de la mercancía que ofrecen es adecuada para el cliente.	1	2	3	4	5
20	Ofrecen asesoramiento sobre los LMR o requisitos fitosanitarios al cliente antes de que ingrese la mercancía sea nacionalizada.	1	2	3	4	5
21	Certificación de Buenas Prácticas de Almacenamiento (BPA), son importantes para el cliente.	1	2	3	4	5

ENCUESTA PARA LOS COLABORADORES Y DIRECTIVOS SOBRE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca del área de importación de la compañía que Ud. dirige. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de características acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

- | | | |
|-----------------|---------------|------------|
| 1) NUNCA | 2) CASI NUNCA | 3) A VECES |
| 4) CASI SIEMPRE | 5) SIEMPRE | |

DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL						
Costos						
1	Los costos planteados por la empresa van de acorde con los deseos y necesidades de los clientes.	1	2	3	4	5
2	La empresa con qué frecuencia analiza los costos de distribución y transporte.	1	2	3	4	5
3	Los cambios de los costos documentarios como el booking o tarifas y recargos de terminales marítimos puede afectar a los costos de los servicios ofrecidos por la empresa.	1	2	3	4	5
4	Adecuan sus precios a las variaciones de tarifas o recargos de los terminales marítimos.	1	2	3	4	5
Tiempo						
5	Crean que reducir el tiempo de entrega de las importaciones será de gran ayuda para la empresa	1	2	3	4	5
6	Con qué frecuencia interfiere el tráfico vehicular en el tiempo de transporte de las mercancías.	1	2	3	4	5
7	Crean que se debería utilizar estrategias competitivas de diferenciación para optimizar los tiempos de entrega					
Calidad de servicios						
8	Cumplen con todos los requisitos para poder brindar una buena calidad en los servicios ofrecidos por la empresa	1	2	3	4	5
9	Cuenta con un plan de mejoramiento continuo para el desempeño en la calidad y su sistema de gestión.	1	2	3	4	5
10	Fomenta estrategias de fidelización por los servicios ofrecidos a sus clientes.	1	2	3	4	5
11	Cumple con los requisitos de los acuerdos comerciales contractuales de los servicios establecidos con sus clientes.	1	2	3	4	5
CARGA						
Naturaleza de la carga						

12	Presentan instalaciones adecuadas para el almacenamiento de la carga según su naturaleza.	1	2	3	4	5
13	La empresa cumple con los implementos adecuados en el manejo o manipulación de la carga.	1	2	3	4	5
Riesgos						
14	La empresa ha presentado riesgos en el área de importación.	1	2	3	4	5
15	Existe una evaluación para identificar de manera inmediata los riesgos.	1	2	3	4	5
16	La empresa tiene conocimiento acerca de estrategias que ayuden a minimizar los riesgos de accidentes que pueden sufrir los colaboradores del área de importación.	1	2	3	4	5
Embalaje						
17	Considera que el embalaje es utilizado de manera adecuada por el equipo responsable.	1	2	3	4	5
18	La empresa cumple con los requisitos normativos en la contratación de embalaje.	1	2	3	4	5
19	Consideran que es importante contar con un embalaje adecuado para el transporte de mercancías	1	2	3	4	5
MODOS DE TRANSPORTE						
Entrega de mercancías						
20	La empresa posee los vehículos adecuados para la entrega de mercancías solicitado por los clientes.	1	2	3	4	5
21	El tráfico o los cierres de las vías perjudican en la entrega de mercancías.	1	2	3	4	5
Capacidad en el uso de red						
22	Realizan transbordo durante una falla técnica de los vehículos terrestres.	1	2	3	4	5
23	Usan otros medios de transporte para tener mayor cobertura nacional.	1	2	3	4	5
Seguridad en el uso						
24	Implementan equipos y sistemas de control de seguridad para la mercancía.	1	2	3	4	5
25	Constantemente capacitan a los colaboradores en las actividades operativas.	1	2	3	4	5



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **ORDERIQUE TORRES, JOSE LA ROSA**
- I.2. Especialidad del Validador: **Mgtr. ECONOMISTA**
- I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario – PI
- I.5. Autor del instrumento: Fabian Arguedas, María Fernanda y Pajuelo Grados, Frank Ricardo

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 30 de **setiembre** del 2020.

Firma de experto informante

DNI: **10302739**

Teléfono: _____

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Estrategias Competitivas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		



Firma de experto informante

DNI: **10302739**

Teléfono: _____

Variable 2: Logística Internacional

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		



Firma de experto informante

DNI: **10302739**

Teléfono: _____

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN****I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **MICHCA MAGUIÑA, MARY HELLEN MARIELA**
 I.2. Especialidad del Validador: **Dra. EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN**
 I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: **Cuestionario – PI**
 I.5. Autor del instrumento: **Fabian Arguedas, María Fernanda y Pajuelo Grados, Frank Ricardo**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, **30 de setiembre** del 2020.

Firma de experto informante

DNI: **41478652**

Teléfono: **995801023**

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Estrategias Competitivas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

Variable 2: Logística Internacional

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		



Firma de experto informante

DNI: **41478652**

Teléfono: **995801023**

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **CAVERO EGÚSQUIZA VARGAS, LAURALINDA**
 I.2. Especialidad del Validador: **DRA. ECONOMISTA**
 I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: **Cuestionario – PI**
 I.5. Autor del instrumento: **Fabian Arguedas, María Fernanda y Pajuelo Grados, Frank Ricardo**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 30 de **setiembre** del 2020.



Firma de experto informante

DNI: **08879583**

Teléfono: **985997741**

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Estrategias Competitivas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		



Firma de experto informante

DNI: **08879583**

Teléfono: **985997741**

Variable 2: Logística Internacional

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		
Item 21	✓		
Item 22	✓		
Item 23	✓		
Item 24	✓		
Item 25	✓		



Firma de experto informante

DNI: **08879583**

Teléfono: **985997741**