

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS



**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE
EMPRESAS**

TESIS

**LA GESTIÓN COMERCIAL Y SU RELACIÓN
CON LOS FLETES MARÍTIMOS
INTERNACIONALES EN LA AGENCIA DE
CARGA INTERNACIONAL CARAL LOGISTIC
CARGO SAC - LIMA, 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

OVALLE MACHARE GUSTAVO SALOMON
CODIGO ORCID: 0000-0003-4879-1596

ASESOR:

Dr. VEINTEMILLA SANCHEZ JOSE LUIS
CODIGO ORCID: 0000-0001-9408-9066

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO Y
DESARROLLO INSTITUCIONAL**

LIMA, PERÚ

JUNIO-2022

Dedicatoria

Mis primeros pensamientos vagan por todas las personas que recuerdo, pero debo mencionar a las personas que me acompañaron para llegar a este punto en mi vida, es lo correcto y lo que se espera de mí... no los defraudaré.

En primer lugar debo mencionar a mi madre, recientemente fallecida y de la cual me apena y me duele su ausencia, a mi padre fallecido, del cual tengo más de lo que reconozco, pero menos de lo que quiero, te extraño. Luego a mis hermanas y sus hijos, sus extensiones y a quienes adoro como propios.

Quiero dedicar este trabajo especialmente a mi amada esposa, compañera y motivadora permanente e incasable que a pesar de todo el tiempo pasado, aun cree en mí, sin ella, no sería nada de lo poco de lo que hoy soy.

Agradecimiento

Entiendo que decir solo gracias, es poco para toda la ayuda y apoyo que en más de una forma y en más de una ocasión recibí de muchas personas, pero quisiera mencionar a algunas personas como un acto de reconocimiento y agradecimiento en nombre de todas aquellas anónimas y desprendidas personas...

A mis padres, gracias por hacerme sentir querido hasta hoy, mis hermanas e hijos, por aguantarme como soy y quererme a pesar de ello.

A la Señora Carmen y a Don Alvino, sin su ayuda no hubiera empezado y terminado esta aventura, a Anita de quien me sorprende sus ganas de vivir, a Marlyng y a mi nieta Sofía, par de locas, que me alegran el solo verlas y compartir, gracias por aceptarme tal cual.

Por último, agradecer especialmente a Sky, con ella todo me resulta posible, difícil, pero posible. Gracias por tanto y por todo, y por supuesto, por lo que nos falta por vivir.

Con todos ellos levanto mi copa y hago un brindis...

Salud por los que estamos!!!...Y salud por los que no están!!!

GRACIAS.

Resumen

El objetivo de este trabajo de investigación, es la de brindar un punto de vista sobre la problemática acontecida como consecuencia del alza de los precios del flete marítimo internacional, sus orígenes y consecuencias; así como demostrar la relación existente entre el alza de precios en del flete marítimo internacional y la gestión comercial en la agencia de carga internacional Caral Logistic Cargo SAC.

Para llevar a cabo esta tesis el investigador, utilizó un enfoque cualitativo, con un tratamiento no experimental, siendo de un nivel descriptivo correlacional; toda vez, que se pretendió realizar una demostración de la relación existente entre ambas variables, como lo mencionáramos líneas arriba.

Por último, y con la ayuda de una encuesta de 21 preguntas sobre un universo de 20 colaboradores, se pudo determinar una correlación de 0.698, lo que indica una relación alta, evidenciando científicamente la dependencia entre ambas variables,

Palabra Clave: gestión comercial, flete marítimo internacional, alza de fletes.

Abstract

The objective of this research work is to provide a point of view on the problems that have occurred as a result of the rise in international ocean freight prices, their origins and consequences; as well as to show the relationship between the rise in prices in international maritime freight and commercial management in the international cargo agency Caral Logistic Cargo SAC.

To carry out this thesis, the researcher used a qualitative approach, with a non-experimental treatment, being of a correlational descriptive level; since it was intended to demonstrate the relationship between both variables, as we mentioned above.

Finally, and with the help of a survey of 21 questions on a universe of 20 collaborators, a correlation of 0.698 could be determined, which indicates a high relationship, scientifically evidencing the dependence between both variables,

Keyword: Commercial Management, International Maritime Freight

Tabla Contenido

AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
TABLA CONTENIDO	6
LISTA TABLAS.....	9
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	16
1.1.2 <i>Diagnóstico del Problema</i>	18
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.2.1. <i>Problema General</i>	20
1.2.2. <i>Problema Específico</i>	21
1.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	21
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	21
1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	22
1.4.1 <i>Justificación Teórica</i>	22
1.4.2 <i>Justificación Prácticas</i>	22
1.5 LIMITACIONES	23
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	24

2.1 ANTECEDENTES	24
2.1.1 <i>Antecedentes Internacionales</i>	24
2.1.2 <i>Antecedentes Nacionales</i>	26
2.2 BASE TEÓRICA	29
2.2.1 <i>Variable 1; Gestión Comercial</i>	29
2.2.2 <i>Variable 2; Fletes Marítimos Internacionales</i>	30
2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	31
CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	38
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.2 VARIABLES	38
3.2.1 <i>Operacionalización de las Variables</i>	38
3.3 HIPÓTESIS	39
3.3.1 <i>Hipótesis General</i>	39
3.3.2 <i>Hipótesis Específica</i>	40
3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	42
3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA	42
3.6.1 <i>Población</i>	42
3.6.2 <i>Muestra</i>	43
3.7 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE MUESTRA	44
3.7.1 <i>La Técnica</i>	44
3.7.2 <i>Instrumento de Recolección</i>	44
3.7.3 <i>Fichas Técnicas</i>	45
3.7.4 <i>Validez del Instrumento</i>	45

CAPITULO IV: RESULTADOS.....	48
4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	48
4.1.1. <i>Distribución de las frecuencias en la Variable 1 y sus tres Dimensiones</i>	48
4.1.2. <i>Distribución de las frecuencias en la Variable 2 y sus tres Dimensiones.</i>	52
4.2 LAS CORRELACIONES.....	56
4.2.1 <i>La Prueba de Normalidad.</i>	56
4.2.3. <i>Pruebas de Hipótesis Específicas.</i>	63
4.3 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	68
CONCLUSIONES.....	70
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS.....	73
APÉNDICES	77
APÉNDICE 1: LA MATRIZ DE CONSISTENCIA	78
APÉNDICE 2: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	80
APÉNDICE 3 CERTIFICADO DE VALIDACIÓN POR VARIABLES EMITIDO POR EXPERTOS.	86
APÉNDICE 04 BASE DE DATOS	99
APÉNDICE 05 BASE DE DATOS POR VARIABLE 1 GESTIÓN COMERCIAL	100
APÉNDICE 06 BASE DE DATOS POR VARIABLE 2 FLETE MARÍTIMO INTERNACIONAL	101
APÉNDICE 07 CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA AGENCIA DE CARGA INTERNACIONAL CARAL LOGISTIC CARGO SAC	102
.....	103

Lista Tablas

<i>Tabla 1 Operacionalización de la Variable 1; Gestión Comercial.....</i>	40
<i>Tabla 2 Operacionalización de las Variables 2; Flete Marítimo Internacional.....</i>	41
<i>Tabla 3 Tipo de Muestreo</i>	44
<i>Tabla 4 Validación de la Herramienta de control por los expertos.....</i>	46
<i>Tabla 5 Análisis de Fiabilidad</i>	46
<i>Tabla 6 Análisis de Fiabilidad de los Instrumentos</i>	47
<i>Tabla 7 Variable 1; Gestión Comercial</i>	48
<i>Tabla 8 Dimensión 1; Técnicas de Venta</i>	49
<i>Tabla 9 Dimensión 2; Atención al Cliente</i>	50
<i>Tabla 10 Dimensión 3; Mejores Proveedores</i>	51
<i>Tabla 11 Variable 2, Flete Marítimo Internacional.....</i>	52
<i>Tabla 12 Dimensión 1, Conectividad Servicios Logísticos</i>	53
<i>Tabla 13 Dimensión 2, Poder Negociador Tarifario</i>	54
<i>Tabla 14 Dimensión 3, Realidad Situacional</i>	55
<i>Tabla 15 Pruebas de normalidad</i>	56
<i>Tabla 16 Pruebas de normalidad Variable 1 y Dimensión 1</i>	57

Tabla 17 Pruebas de normalidad; Variable 1 y Dimensión 2.....	57
Tabla 18 Pruebas de normalidad, Variable 1 y Dimensión 3	58
Tabla 19 Pruebas de normalidad Variable 2 y Dimensión 1	59
Tabla 20 Pruebas de normalidad, Variable 2 y Dimensión 2	60
Tabla 21 Pruebas de normalidad, Variable 2 y Dimensión 3	61
Tabla 22 Correlaciones R-Pearson entre la Variable1 - Gestión Comercial y Variable 2 – Flete Marítimo Internacional	62
Tabla 23 Correlaciones R-Pearson entre la Variable 2 - Flete Marítimo Internacional y Dimensión 1 - Técnicas de Venta.....	63
Tabla 24 Correlaciones R-Pearson entre la Variable 2 - Flete Marítimo Internacional y Dimensión 2 - Atención al Cliente	65
Tabla 25 Correlaciones R-Pearson entre la Variable 2 - Flete Marítimo Internacional y Dimensión 3 - Mejores Proveedores.....	66

Lista de Figuras

Figura 1 Gráfico de Barras de la variable 1, Gestión Comercial.	48
Figura 2 Gráfico de Barras de la Dimensión 1, Técnicas de Ventas.	49
Figura 3 Gráfico de Barras de la Dimensión 2, Atención al Cliente.	50
Figura 4 Gráfico de Barras de la Dimensión 3, Mejores Proveedores.....	51
Figura 5 Gráfico de Barras de la variable 2, Flete Marítimo Internacional.	52
Figura 6 Gráfico de Barras de la Dimensión 1, Conectividad Servicios Logísticos....	53
Figura 7 Gráfico de Barras de la Dimensión 2, Poder Negociador Tarifario.	54
Figura 8 Gráfico de Barras de la Dimensión 3, Realidad Situacional.	55

Introducción

A finales del mes de noviembre del año 2019, escuchando las noticias matutinas por radio mientras el investigador se dirigía a su centro laboral, tomó conocimiento de una enfermedad contagiosa que se estaba dando en Wuhan-China y que había ocasionado algunos fallecidos y obligaba a poner en cuarentena la mencionada ciudad.

Gracias al rubro laboral en el que se desempeña (comercio exterior), supo donde se ubicaba Wuhan y su posible implicancia para China. Meses después, tomo nota de una nueva noticia al respecto, esta vez, el país **de China** en su totalidad se veía obligado a una cuarentena extrema, obligando a cancelar los ya tradicionales viajes internos que se dan de manera masiva para los feriados de año nuevo chino. En ese momento, el investigador comprendió que la situación era muy alarmante. Al cerrar China todas sus fábricas, el país se paralizaba y con ellos, el comercio exterior mundial y por ende el mundo en su totalidad; solo era cuestión de tiempo, para ver las alarmantes consecuencias.

En tal sentido, la sorpresa e incertidumbre se instaló con facilidad en sus clientes, los cuales ya estaban acostumbrados a la inactividad que se da en esos días feriados, por lo que ya habían gestionado sus embarques con anticipación, pero ante esta nueva realidad, no comprendían los alcances de estos acontecimientos, ya que no se tenía conocimiento de una situación similar, salvo quizás, las guerras mundiales.

Las noticias de contagios fuera de China, fueron novedades que se veían llegar, pero nunca se pudo visualizar en su totalidad o siquiera parcialmente, las implicancias para el sector económico; porque producto de las cuarentenas, los puertos se vieron en la obligación de cerrar y en los mejores casos, trabajar a un ritmo nunca visto en las últimas décadas, esto

porque no se contaba con personal para trabajar en ellos, dejándose en puerto los contenedores listos y cargados para la exportación; y en otros casos, sin descargar y/o sin retirar del puerto los contenedores destinados para las importaciones.

Las naves tuvieron que cancelar atraques en los puertos y en algunos casos fueron cancelados itinerarios completos, sin tener en consideración costos, cargas y obligaciones de ningún tipo.

Es en medio de este contexto alterado y atípico en todas sus formas y sus consecuencias, que se realizó este trabajo de tesis, teniendo como centro del mismo a la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC y su relación con los clientes.

La Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, identificada con Registro Único de Contribuyentes número 20513263008, es una empresa dedicada al rubro de Comercio Exterior, desde 01 de Junio del 2006, fecha de inicios de sus actividades comerciales.

En concordancia con su actividad económica, se dedica al apoyo de otras actividades relacionadas con el transporte de carga, nacional e internacional; autorizándola a realizar gestiones a nombre de los clientes antes las distintas instituciones gubernamentales y entidades privadas, en correcta aplicación de las normas, así como de los usos y costumbres del comercio exterior. Para tal fin, la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, cuenta con acuerdos comerciales entre los diferentes operadores dentro de la cadena logística tanto a nivel nacional como internacional, representando a varios agentes internacionales en sus operaciones ante los clientes y la Superintendencia Nacional de Aduanas, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes y brindar un servicio de

calidad, el mismo que en base a la confianza mutua, permita, se conviertan en socios estratégicos de los clientes potenciales.

Actualmente la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, cuenta actualmente con un staff completo de 20 colaboradores repartidos entre la dirección, las gerencias y el resto de personal de apoyo, desafortunadamente y producto de la crisis ocasionada por el Covid-19 y acentuado por otros factores, la dirección de la agencia, se vio obligada a prescindir de la ayuda de 10 colaboradores.

La Visión

Para el 2025 ser reconocidos a nivel nacional como unos de los mejores operadores logísticos dándonos a conocer por la innovación y desarrollo permanente de soluciones, de unidades de negocio y de un sistema de información confiable y oportuna.

La Misión

Somos aliados estratégicos en servicios de logística, transporte internacional y soluciones integrales en comercio exterior, orientados a la satisfacción de nuestros clientes y al éxito de sus negocios, con una alta calidad en los procesos, basados en nuestra experiencia, amplios conocimientos y excelente manejo de información.

El Objetivo

Generar ventajas competitivas a nuestros clientes, optimizando sus tiempos y costos.

Ofrecer un servicio profesional y personalizado que esperan, a través del conocimiento de su realidad y necesidades.

Capítulo I: Problemática de la Investigación

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

Al pensar en el comercio internacional, fácilmente se puede vincular las ideas nacientes al intercambio de bienes, servicio y capital, y con estas, a las actividades conexas que dependen en mayor o menor medida, como la industrialización, los medios de transporte, los créditos extranjeros, el tipo de cambio entre otros.

El comercio internacional, por lo tanto, resulta de gran importancia para la actividad humana y es fundamental para el correcto desarrollo de un país, mostrando directa relación en ámbitos políticos, financieros, científicos, tecnológicos y socioeconómicos entre otros igual de importantes.

Como resulta fácil de entender, la producción de los diversos bienes de consumo se da en mercados distintos al de destino final y es en ese punto, donde el sector transporte adquiere una vital importancia. El transporte marítimo internacional, por su capacidad de carga, seguridad, costos y tiempo es el más usado a nivel global... “empezare por ocuparme sobre el transporte marítimo por ser el más importante; ya que el 90% del comercio Internacional se realiza por esa vía”. R.Sotelo (1990) pág. 18.

Al investigar el fenómeno del alza del flete marítimo internacional, por lo expuesto líneas arriba, encontramos que los efectos encontrados son de una repercusión mundial... “El actual aumento de los fletes tendrá un profundo impacto en el comercio y socavará la recuperación socioeconómica, especialmente en los países en desarrollo, hasta que las operaciones de transporte marítimo vuelvan a la normalidad”, dijo la Secretaria General de la

Unctad, Rebeca Grynspan. (Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo., 2021)

En Estados Unidos y sus principales puertos, Long Beach y Los Ángeles el alza del flete marítimo internacional, aunado a falta de contenedores, producto de la paralización del flujo de los mismos, es decir, como consecuencia de la cancelación de atraque de nuevas naves y su descarga de contenedores con carga de importación, para que su lugar sea sustituido con carga de exportación, completando de esa manera la rotación de equipos (contenedores); generan una escasez, lo que se repercute en las cadenas logísticas a lo largo de todo el país..., "Lo que ocurre en Los Ángeles y otros puertos de la costa oeste reverbera en todo el país", explicó Peter Friedmann, director ejecutivo de Agriculture Transportation Coalition. (Coalición de exportadores Agrícolas de Estados Unidos). (La República, 2021)

En América del Sur, la crisis del alza del flete marítimo y sus efectos, también se dejó sentir, pero a diferencia de otras latitudes, el impacto fue mayor, ya que nuestras balanzas comerciales, no resultan representativas... "Nosotros en Sudamérica nos vemos afectados porque somos prioridad más baja. El peso relativo que tenemos con las compañías de transporte es muy bajo. Si no existiera Brasil no sé si llegarían barcos a Sudamérica", dice Felipe Astudillo, vicepresidente del Comité de Importadores de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS). *Revista-america-economia-analiza-alza-de-costos-en-fletes-marítimos*. (Villahermosa , 2021)

En el caso peruano, las consecuencias abundan. Gracias a los incentivos dados por el gobierno central para la pronta recuperación de la actividad económica, muchos de los bienes de consumo, se agotaron en corto plazo, lo que obligo a una reposición agresiva de los mismos, pero como contraparte se encontró con un mercado de transporte cerrado, lleno de

cancelaciones de atraques, naves sobre-booheadas o con espacios vendidos por sobre la capacidad asignadas a los puertos, costos altos del flete marítimo internacional, mucho tiempo de operaciones (estiba – desestiba) de las naves en los puertos, por el poco personal disponible, entre otros efectos...“Empezaron a reponer sus stocks mediante nuevas órdenes de compra. El patrón de consumo cambió y hubo una mayor demanda de productos de importación que causó una ola de pedidos, pero la capacidad instalada de buques no fue suficiente para atenderla”, detalló Moisés Woll, presidente de la Asociación Marítima del Perú (Asmarpe). (La República, 2021)

1.1.2 Diagnóstico del Problema

El transporte de carga internacional, es una actividad que se ve influenciada por muchos factores a lo largo de su gestión, los mismos cuyas variaciones pueden alterar directamente su flujo. El *Flete Marítimo Internacional* es uno de esos factores, y que resulta de gran importancia, ya que al encontrarse en directa relación, afecta a los productos y/o insumos, alterando por ende varios tipos de industrias de manera transversal.

Esta situación se viene dando desde 2008 - 2009 hasta la actualidad, gracias a la llamada Guerra Comercial entre Estados Unidos y China y que se esperaba encuentre su punto más bajo en el año 2020; sin embargo, la pandemia del Covid-19 ahondó la crisis, haciéndola de alcances mundiales. Muchos países implementaron cierres parciales y totales por cuarentenas sanitarias, afectando de esta manera sus economías, y su producción.

Las cuarentenas de los países fueron superadas de manera paulatina y desiguales, encontrando a una sociedad altamente necesitada de bienes, pero con maneras distintas de interactuar con los proveedores, esta vez usando canales electrónicos para la compra, distribución e inclusive medios de pago. Esta demanda de bienes fue mayor a la reducida

oferta, tanto de bienes como del transporte, ocasionando un efecto de incremento de precios en los mismos. Aunados a la escasez de contenedores necesarios para satisfacer la alta demanda, se generaron demoras en los despachos de mercaderías, generando congestiones en los puertos. La cadena logística se vio nuevamente afectada gestándose un nuevo incremento.

La pandemia del Covid-19, y sus efectos, continuaron causando cuarentenas focalizadas y totales dependiendo de los líderes en cada país, ocasionando altos costos tanto en las operaciones de producción como en las operaciones portuarias, haciendo lento nuevamente el tiempo de atención a las naves. “Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad 23 abril 2021), el flete marítimo internacional, desde los principales puertos de Asia hacia los puertos Sudamericanos, se vieron incrementados en 443%.”.

En contra de lo esperado, las empresas navieras respondieron reduciendo las cantidades de naves con ruta Sudamérica y re-direccionándolas al tráfico de Europa y Norteamérica, haciendo que los contenedores llenos con carga de exportación y los ya vacíos (usados en las importaciones) no sean colocados al flujo de equipos, creando una especie de círculo negativo.

Después de dos años del inicio de la pandemia, y a pesar de contar con varias vacunas ya aplicadas a la humanidad, aun convivimos con el Covid-19 y sus nuevas variantes, las cuales atacan con igual y hasta más ferozmente, pero con una tasa de mortalidad inferior (gracias a las vacunas aplicadas); sin embargo, aún se viven cierres focalizados, como el de la ciudad portuaria de Shanghai (abril 2022), considerada por todas las navieras como un puerto base, de donde zarpan y arriban naves de todas las latitudes afectando nuevamente los niveles de los fletes marítimos internacionales.

Un punto aparte merece el conflicto armado entre Rusia y Ucrania, y las acciones álgidas entre China y Taiwan. La composición del flete marítimo internacional está orientada para recuperar los valores conocidos y determinados como el periodo operativo de atención de la nave en el puerto (periodo de plancha), operaciones de avituallamiento, márgenes por costos de oportunidad, alza de combustible, incrementos por temporadas, etc. De la misma manera, existe un sobre costo relacionado al peligro que resulta por una pérdida parcial o total, como producto de un enfrentamiento armado, el cual es aplicado directamente al flete de la carga en relación al factor de un TEU (Twenty-foot Equivalent Unit); además, las navieras en su afán de salvaguardar la integridad de las cargas consignadas para su transporte, así como de la propia nave, suelen prohibir el tránsito por rutas cercanas al conflicto, con las consecuencias ya consabidas y explicadas en los puntos anteriores.

Como se puede ver, el valor del flete marítimo internacional es una variable muy voluble que afecta directamente al comercio internacional y a través de este, al resto de sectores económicos en un país, por lo que el estudio de este fenómeno, así como la determinación de una posible (o varias) alternativa resulta necesario.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la Gestión Comercial y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú?

1.2.2. Problema Específico

Problema Específico 1.

¿Qué relación existe entre la Gestión Comercial y las Técnicas de Venta en la Agencia de carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú?

Problema Específico 2.

¿Qué relación existe entre la Gestión Comercial y la Atención al Cliente en la Agencia de carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú?

Problema Específico 3.

¿Qué relación existe entre la Gestión Comercial y la búsqueda de Mejores Proveedores para la Agencia de carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú?

1.3 Objetivo de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar cómo es la relación existente entre la Gestión Comercial y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.

1.3.2 Objetivos Específicos

Objetivos Específicos 1.

Determinar la relación existente entre las Técnicas de Ventas y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.

Objetivos Específicos 2.

Determinar la relación existente entre la Atención al Cliente y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.

Objetivos Específicos 3.

Determinar la relación existente entre el Uso de Mejores Proveedores y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.

1.4 Justificación e Importancia

1.4.1 Justificación Teórica

El presente trabajo de Tesis, se desarrolló teniendo como punto central la Gestión Comercial, ya que esta resulta de gran importancia en el planteamiento gerencial, para enfrentar el alza del valor de los fletes marítimos internacionales y revertir los impactos negativos en el flujo comercial de clientes y por consiguiente de la generación de utilidades.

1.4.2 Justificación Prácticas

La consecuencia de la problemática expuesta en los puntos anteriores, así como su real y directos efectos en la Agencia de carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, motivó al investigador a realizar un estudio para entender el fenómeno e intentar plantear una solución al mismo. Por otro lado, se anhela que el presente trabajo sirva como punto de inicio para futuros trabajos de investigación, sobre el apasionante mundo del comercio internacional, así como sus efectos prácticos en nuestras sociedades.

1.5 Limitaciones

La presente tesis, contó con las limitaciones propias de las cuarentenas impuestas por el gobierno central, en su afán de controlar la pandemia del Covid-19 y sus consecuencias. Mucho de las entrevistas programadas para realizar esta investigación, se vieron canceladas y en muchos casos reprogramadas. Para paliar esta particular situación, el autor se vio obligado a recurrir a herramientas de gestión como video conferencias, internet y aplicaciones de comunicación instantánea.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1 *Antecedentes Internacionales*

En el trabajo de Tesis, “Diagnóstico de cultura organizacional para la implementación de estrategias de marca empleadora enfocadas en potenciar resultados y compromiso en la gestión comercial del departamento de la Unidad de Alimentos de una organización en Guayaquil”, de la Universidad de Guayaquil, aborda el tema de... “potencialización de resultados y compromiso de la gestión comercial del departamento comercial de la Unidad de Alimentos de la Organización, desarrollando un modelo de gestión por competencias aplicando estrategias específicas de marca empleadora”. (Valerio Rendón, Feb 2021); lo que reafirma el concepto de identificación de la marca comercial como herramienta de identificación fidelización, lo cual es una parte importante de la Gestión Comercial.

Resulta de gran valor para la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, contar con una marca que esté relacionada con una gestión de calidad y asertividad por parte de los clientes; y que sirva a su vez, para generar diferenciación de esta con las demás empresas del sector.

Los autores de la tesis de grado, “Optimización del proceso de gestión comercial en la Empresa de Servicios Públicos Domiciliarios Empoduitama S.A. E.S.P.” de Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia; buscan una solución basándose en la estandarización de los procesos, los cuales al estar concatenados entre ellos, facilita el aprovechamiento de una solución holística, integrándolos al proceso ...” Con este proyecto se diseñará un conjunto de procedimientos con base en la norma ISO 9001, que al ser implementados

contribuirán a la optimización del proceso de gestión comercial en el manejo de cartera”..., “beneficiando directamente a la empresa ya que se mejora la ejecución de las actividades, se contribuye a la efectividad en otros procesos que se encuentran interrelacionados “. (Unibio Salcedo, Monroy Rodríguez, & Niño Flórez, 2018).

De igual manera, en el trabajo de investigación de grado, “La gestión comercial en la empresa Superkasa de la ciudad de Riobamba y su incidencia en las ventas en el periodo 2015”, de la Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador; indica...”Tomando en consideración que es muy importante manejar una gestión comercial más técnica ya que permitirá a la empresa poseer ventajas competitivas en el mercado. (Carpintero Carpintero, 2017)”....., lo que se puede interpretar como el correcto uso de las herramientas de gestión, la misma, que redundará en mejoras hacia los clientes, fortaleciendo la posición de la empresa frente a los competidores, estos objetivos se obtienen al final de varios procesos, como el de elegir la mejor herramienta posible y correcta capacitación de las mismas.

En la tesis “Gestión comercial y posicionamiento en el mercado de la procesadora Kasama Chips de la ciudad de Santo Domingo” la autora hace hincapié en la gestión comercial, como el instrumento adecuado para el logro de las metas empresariales, englobando tareas o sub procesos que por su naturaleza tiene su propia gestión, administración; sin embargo, estas deben estar subyugadas a un concepto mayor en pos de un objetivo mayúsculo para la empresa ...“La gestión comercial es una de las más relevantes herramientas de la gestión empresarial, la cual debe potencializarse en cualquier empresa que desea alcanzar sus objetivos en función a su mercado meta, para lo cual es fundamental que se ajuste en función a la ejecución de tareas inmersas en el ámbito de las ventas y del

marketing, incluyendo las gestiones de producto, ventas y procesos, coadyuvando a mejorar la investigación de mercados”. (Campos Silva, Julio 2017).

De igual manera, los autores en su trabajo de investigación para la Universidad Internacional del Ecuador; titulada como: “Diseño de un modelo de gestión comercial para empresas comercializadoras de combustibles del sector automotor ecuatoriano. Caso: Petróleos y Servicios”; en donde se identifica la importancia de una estrategia comercial con el objetivo de afianzar su potencial crecimiento en el mercado identificando y brindándole el real peso dentro de la organización. Los investigadores hacen un esfuerzo para brindar a la empresa objeto de estudio, las herramientas necesarias para lograr sostenibilidad, que resulta un hito en toda empresa comercial ... ” la presente investigación tiene como objetivo diseñar un modelo de gestión que permita a las comercializadoras de combustibles del sector automotor ecuatoriano disponer de un plan que les garantice un desempeño eficiente, rentable acompañado de estrategias comerciales encaminadas a consolidar su posicionamiento en el mercado... ”. (Castillo Ayora & Cano Morillo, 2016)

2.1.2 Antecedentes Nacionales

En la tesis de grado “Gestión comercial y su impacto en el servicio de energía eléctrica del Proyecto Especial Chavimochic, Trujillo 2020” Universidad César Vallejo, Trujillo, menciona la importancia del impacto de la gestión comercial en el servicio energético objeto de su investigación, ya que comprende la importancia y el peso específico de las mismas, así como de su carácter asociativo y concatenador dentro de la organización. La gestión comercial abarca varias actividades y su entendimiento facilita el proceso de toma de decisiones “...tuvo como objeto conocer y comprender cuál es el impacto de la gestión comercial en el servicio de energía eléctrica del Proyecto Especial Chavimochic, Trujillo

2020. Orientados a la calidad del servicio de energía eléctrica, dentro de la concesión del Proyecto Especial Chavimochic, por otro lado analizar y contrastar diferentes opiniones, perspectivas y documentos respecto a las actividades, procedimientos y manejo de herramientas de gestión comercial, para la toma de decisiones oportunas y eficientes “.

(Paredes Quezada, 2021)

En el caso de la tesis de grado desarrollada en la Universidad César Vallejo, Lima llamada “Gestión Comercial y fidelización del cliente en la empresa DP World Logistics – Callao – 2019”, la relación existente entre la gestión comercial y la fidelización del cliente es revisada y evaluada; es decir, es medible por lo que en caso de ser necesaria, corregible o ajustable en su forma, con la finalidad de conseguir el impacto deseado en el objetivo trazado, resulta evidente, que los autores muestran preocupación en la obtención del propósito, buscando el sustento técnico para un correctivo en la estrategia, ya que entienden la vital importancia de la gestión comercial para la empresa... “La problemática principal encontrada en la investigación fue delimitar la correlación entre la gestión comercial y la fidelización del cliente. El objetivo general de la tesis fue demostrar si existe una correlación representativa entre la gestión comercial que se emplea en la empresa DP World Logistics y la fidelización de clientes de la misma”. (Mayorca Chaviguri & Miñano Calderon, 2020)

En la tesis “Gestión Comercial por objetivos y su relación con los resultados de una empresa de productos Químicos” Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2018; se recalca la importancia de la gestión comercial como ente unificador de varias otras herramientas que bajo conceptos antiguos, eran manejados unilateralmente, pero que bajo la luz de nuevas paradigmas se toman como parte de una gran estrategia cuyo fin es la de armonizar los esfuerzos bajo un mismo horizonte...”Aborda la relación entre la

competitividad de las empresas de ventas de productos químicos y su participación en el mercado a través de la combinación de las estrategias de comercialización por objetivos, la segmentación de mercado y la cartera de productos con la mayor eficiencia de las ventas, la mejor distribución del área de ventas y la mejor oferta del producto/servicio”. (Morales Alvarado, 2018)

En el trabajo de Tesis “La Gestión Comercial y las Ventas en la Empresa Buenasventas S.A.C. Huánuco 2019” realizado en la Universidad de Huánuco, se demuestra el vínculo directo entre la gestión comercial y las ventas de la empresa estudiada. En esta oportunidad, la relación existente entre ambas gestiones se confirma y se cumple la regla no escrita pero si establecida de la importancia de la primera de ellas y su influencia sobre la última; por lo tanto, su correcta aplicación resulta vital en caso de buscar mejoras en los ratios de venta de la empresa Buenasventas S.A.C... “La principal conclusión de la investigación fue la demostración de la relación directa entre la gestión comercial y las ventas en la empresa”. (COZ RUIZ, 2019)

Según la tesis “Estudio de mejora de la gestión comercial del segmento de medianas empresas de Lima en una empresa de telecomunicaciones”, de la Universidad de Lima, el autor indica que es necesario definir una estrategia global, donde concatene los esfuerzos independientes de las diferentes áreas de la empresa para lograr el objetivo trazado por la dirección de la misma, es decir, aglutinar los esfuerzos bajo las directrices de la gestión comercial como herramienta gestora de éxito... ”Para lograr los objetivos propuestos, se definió una estrategia integral que mejore la gestión comercial en tres grandes frentes: i) trato con el cliente, ii) desarrollo del canal de ventas y iii) definición de la oferta...”. (Rojas Rojas, 2021)

2.2 Base Teórica

2.2.1 *Variable 1; Gestión Comercial*

Diana Cruz, en su artículo “Cómo crear una estrategia comercial para mejorar tu negocio”, define la Gestión Comercial como; “Estrategia comercial es el conjunto de acciones que planificas, desarrollas y ejecutadas para alcanzar los objetivos de ventas en tu negocio. Se trata del qué y cómo harás para llegar a tus metas en un mercado que elijas con un producto específico y en un tiempo determinado”; en otras palabras reconoce a la Gestión Comercial, como un potente instrumento capaz de centralizar, direccionar, medir e inclusive reorientar los esfuerzo de la empresa, resulta evidente que la mejor opción gerencial para lograr las metas tanto de venta, como las organizacionales es la gestión comercial.

Una nueva acepción la brinda García, 2010, pág. 28;... “La Gestión Comercial es un proceso dinámico donde interactúan diferentes elementos que contribuyen a que la comercialización se realice, teniendo como premisa la satisfacción de las necesidades del cliente”; quien centra las principales acciones de una empresa en un acción concatenada ente los diferentes actores, cuyo único fin es buscar la complacer las exigencias de los clientes.

Al reconocer al cliente como fuente motivadora de cambios y fin de todo esfuerzo comercial, resulta fácil de entender que es necesario encontrar y usar una herramienta de gestión lo suficientemente versátil y poderosa para poder lograr los objetivos encomendados por la alta gerencia.

Borja de Carlos Martín-Lagos, Francisco (2008) en su libro Sistematización de la función Comercial expone que, “la Gestión Comercial forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones: decisiones relativas a qué mercados acceder; con que

productos, que política de precios aplicar; como desarrollar una sistemática comercial eficaz. (...) además de ser aspectos que emanan directamente de las decisiones derivadas de la estrategia corporativa”. (pag.11); es decir; los autores ubican a la gestión comercial como parte del Core Business de la empresa, considerándola como una herramienta que puede significar ser el distintivo entre la competencia; por lo que, la correcta aplicación de la misma le asigna valor a la gestión. En esta publicación se muestra al concepto de gestión comercial enlazando de manera transversal varios aspectos de las empresas, de manera tal, que todos los esfuerzos estén orientados a la obtención del objetivo principal.

2.2.2 Variable 2; Fletes Marítimos Internacionales

La segunda variable, cuenta con varias dimensiones posibles, sin embargo, nos hemos enfocado a nuestro entender, en los de mayor incidencia para el objeto de trabajo de investigación por lo que mencionaremos a la Conectividad del Servicio Logístico Integral, como bien lo indican los autores Alejandra Gómez Paz y Ricardo J. Sánchez (p. 14 marzo 2021), en su documento de proyecto para Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), existen costos adicionales al manejo de las empresa navieras, como los costos portuarios, la infraestructura, vías de comunicación y conexión, entre otros, que impactan directamente en el precio del flete marítimo internacional, estos costos son identificable y medidos para su evaluación... “La conectividad y el comercio se relacionan entre sí. Así lo demuestran distintos estudios que analizan los indicadores de Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad) anteriormente mencionados y el comercio. Fugazza y Hoffmann (2017) consideran a la conectividad como un factor determinante de las exportaciones bilaterales.”

...”De y Kumarasamy (2020) analizan el impacto de la conectividad en los flujos de comercio, y además del indicador LSCI(Liner Shipping Connectivity Index) incluyen indicadores de calidad de la infraestructura portuaria, tales como el tiempo para exportar, cumplimientos en fronteras, comunicación y tecnologías de la información; analizan asimismo la medición de conflictos y la calidad de las instituciones”, en el mismo documento publicado por la Cepal (p. 15), se hace hincapié en la importancia en los demás factores que parecen independientes, pero que guardan una relación directa con el flete marítimo internacional; además, en la misma publicación de la Cepal (p. 20), demuestran la importancia de una negociación teniendo en cuenta el tipo commodity, y base a eso, lograr mejoras sustanciales en el flete a través de tarifas Freight All Kinds (FAK) o Named Accounts (NAC). ... “El nivel de precio del servicio —flete— cobrado a los usuarios por el servicio y su relación con el origen / destino, el volumen de toneladas, el desbalance y la caracterización de la carga”.

2.3 Definición de Términos Básicos

Agencia de Aduana El agente de aduana, es la persona natural o jurídica encargada de realizar ante la Sunat, todos los trámites permitidos para la nacionalización o exportación, a nombre del cliente.

Atención al Cliente Se entiende como atención al cliente, toda gestión que se da antes, durante y después del proceso de compra del bien o servicio, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

Agentes en el Exterior Al igual que en el Perú, el agente es una persona jurídica, que actúa de representante del exportador/importador, antes instituciones

gubernamentales y privadas, para realizar funciones relacionadas al comercio internacional; salvo que estas son realizadas por la contraparte internacional.

BAF (Bunker Adjustment Factor) Es el incremento del precio del flete ocasionado por el alza del precio del combustible, al ser un costo variable se agrega al flete base como un concepto adicional-

Blank Sailing Es la cancelación de la recalada de la nave en un determinado puerto, pudiendo ser a lo largo de una ruta como de la ruta en su totalidad. Esta acción solo aplica en navieras con servicio regular.

Carga Seca Término común para designar carga de tipo general, que no necesita un transporte especial.

Commodity Para efectos de este trabajo de investigación, usaremos la acepción de ser un producto o bien que puede ser comercializado, por lo tanto, también transportado.

Contenedor Reefer Estos tipos de contenedores, son destinados para el transporte de carga especial que por su naturaleza deben contar con una temperatura controlada.

Contenedores Es todo aquel recipiente que se utilice para el transporte de la carga tanto para medio marítimo, aéreo como terrestre. Estos contenedores deben cumplir con las normas ISO, para ser considerados habilitados para el comercio internacional.

Currency Adjustment Factor (CAF) Es un recargo que se da, cuando existe una diferencia cambiaria entre las monedas usadas.

Drayage. Palabra Inglesa que significa y se aplica como el traslado de la mercadería de un punto a otro, pero en un tramo corto, lo que podría ser entendido como el tramo entre el almacén aduanero y la planta del exportador o importador.

East Coast South America (ECSA) Servicio brindado por las líneas navieras en la ruta de la costa este de Sudamérica.

Fidelización del Cliente. Es un concepto que abarca una conceptualización más profunda y que hace referencia a los esfuerzos realizados para lograr la satisfacción del cliente a lo largo del tiempo, alcanzando de esta manera un alto grado de conocimiento de las necesidades del cliente, y generando confianza en ambos lados de la interacción.

Flete. Se puede definir como el costo a pagar por trasladar una carga en un medio de transporte determinado.

Flete Básico. También conocido como un flete puro y sin recargo, que obedece al cálculo de la tarifa por el ratio definido (por contenedor, por peso o por volumen de la mercadería, e inclusive el tipo de mercadería). Debemos especificar que Mondragón (2016), indica que existen tres principales tipos de modalidades de flete marítimo; Liner Term, Free In y Free Out, entre otros.

Free In. Este acuerdo especifica que los gastos de estiba y descarga en el puerto de destino se agregan al flete; por lo que se entiende que el vendedor (exportador) asume los gastos incurridos en el puerto de origen o salida.

Free Out. Hace referencia a que el comprador (importador) se hace cargo de los gastos de desestiba y descarga en el puerto de destino, siendo incluidos los conceptos de carga y estiba en origen al flete base.

Freight Forwarding. También conocidos como Agentes de Carga, cuya principal gestión es servir de intermediarios entre las empresas navieras, agentes de aduana, seguros, y otros operadores logísticos y los clientes finales (importadores o exportadores).

General Rates Increase (GRI). Es un aumento en las tarifas de manera momentánea, y se aplican cuando los niveles de estas se encuentran a la baja.

Gestión Comercial. Es toda aquella función llevada a cabo con la finalidad de cumplir con los objetivos de la empresa. Usualmente es una gestión transversal que abarca varias funciones y que engloban un concepto genérico como meta.

Handling. Esta palabra inglesa, cuenta con varias acepciones; siendo la más acorde con el sentido de este trabajo, como el manipuleo, supervisión, revisión de los documentos de embarque.

Hinterland. También llamadas zonas de influencia de un puerto, es decir, las zonas adyacentes al puerto marítimo.

Inland. Concepto que define el traslado de la carga desde el almacén del exportador hasta el puerto de salida.

Iso Tank. Contenedor especialmente creado para el transporte de líquidos, pudiendo ser peligrosos o no; bajo especificaciones de la Organización Internacional de Normalización

Líneas Navieras. Se denomina así a la persona jurídica que maneja el tráfico marítimo de mercancías, son propietarios de flotas de buques.

Liner Term o Full Liner Term (FLT). En este tipo de contrato, los costos de Carga, estiba, transporte, desestiba y descarga en puerto, e inclusive el manipuleo en puerto están incluidas en el flete base.

Logistics Performance Index. Ratio utilizado por el Banco Mundial, que mide el desempeño de un país en términos logísticos. El Perú según un último estudio realizado en 2018, obtuvo una puntuación de 2.69, (donde 1 es un puntaje muy bajo y 5, es considerado como muy alto); colocándolo en la posición 88 del ranking mundial, por debajo de países de la región como, Chile 3.32, Brasil 2.99 y Colombia 2.94.

LSCI (Liner Shipping Connectivity Index) Es un ratio creado para medir la conectividad de un país, en términos de vías de comunicación, este ratio fue creado por la Unctad en 2004.

Mercancías Peligrosas. Es todo objeto, que por su propia constitución, resulte peligroso su manipulación. Por lo tanto, su tratamiento debe cumplir rigurosamente con ciertas normas, creadas para salvaguardar la integridad del bien, como de los demás artículos y/o personas que se encuentren cercanas.

Normas Iso. Son pautas internacionalmente aceptadas, que se utilizan para unificar criterio, procedimientos y valores, estandarizando bienes o servicios.

Peak Season Surcharge (PSS). Es el incremento de tarifas aplicadas por las líneas navieras, como compensación por las complicaciones que se dan por temporadas altas.

Recalada. Es la acción del arribo de una nave al puerto.

Tarifas FAK (*Freight All Kinds*). Estas tarifas a diferencia de las anteriores, son tarifas negociadas en base al producto, buscando juntar commodities similares o que no se encuentren reguladas por las normas ISO de mercancías peligrosas. Al no ser una empresa la única beneficiaria, el código usado para la identificación de esta tarifa usualmente son números y siglas

Tarifas NAC (*Named Accounts*). Son tarifas negociadas con condiciones favorables en tarifas y espacios para cargar los contenedores, teniendo que asegurar un número de TEUS embarcados de manera anual. Estas tarifas llevan el nombre de la empresa negociadora con la naviera, como un código de identificación para todos sus embarques.

Terminal Handling Charges (THC). Es un cargo aplicado a la carga por concepto de manipulación de la misma en el terminal. El cobro se realiza en base a un TEU, siendo el doble para un contenedor de 40 pies.

Twenty-foot Equivalent Unit (TEU). Equivalente a una unidad de veinte pies, y hace referencia a un contenedor estándar de 20 pies, como un unidad de medida mundialmente aceptada. A partir de este punto, se crean naves porta contenedores, es decir creado especialmente para su transporte, y adecuando la logística integral, en función de dicha unidad de medida.

UNCTAD. Es la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, creada por la ONU en 1964, cuyo fin es revisar temas relacionados a la Inversión, Comercio y Desarrollo.

West Coast of South America (WCSA). Servicio brindado por las líneas navieras en la ruta de la costa oeste de Sudamérica.

Capítulo III Metodología de la Investigación

3.1 Enfoque de la Investigación

El investigador realizó un tipo de investigación Básica, Cuantitativo, ya que se empleó la información recabada con motivos estadísticos, para un mejor entendimiento del objeto de la investigación. Para Guerrero & Guerrero (2014) “consiste en contrastar hipótesis desde el punto de vista probabilístico y, en caso de ser aceptadas y demostradas en circunstancias distintas, a partir de ellas elaborar teorías generales” (p. 48).

3.2 Variables

3.2.1 Operacionalización de las Variables.

Variable 1: Gestión Comercial.

Dimensiones e Indicadores

- Técnicas de Ventas
 - Capacitación permanente.
 - Innovación en Técnicas de Ventas.
- Atención al Cliente
 - Fidelización de Clientes
 - Soporte Permanente
- Mejores Proveedores

- Homologación de Proveedores
- Estandarización de Procesos

Variable 2: Flete Marítimo Internacional.

Dimensiones e Indicadores

- Conectividad Servicio Logísticos Integrales
 - Agenciamiento Aduanero.
 - Drayage
- Poder Negociador Tarifario
 - Tarifas FAK o NAC
 - País de Origen y/o destino de las cargas
- Realidad Situacional
 - Carreteras, Vías.
 - Demurrage

3.3 Hipótesis

3.3.1 Hipótesis General.

La relación existente entre la Gestión Comercial y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.

3.3.2 Hipótesis Específica.

Hipótesis Específica 1.

La Relación existente entre la Gestión Comercial y las Técnicas de ventas en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.

Hipótesis Específica 2.

La Relación existente entre la Gestión Comercial y la Atención al Cliente, en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.

Hipótesis Específica 3.

La Relación existente entre la Gestión Comercial y el uso de Mejores Proveedores, en la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.

Tabla 1 Operacionalización de la Variable 1; Gestión Comercial

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Índice	Escala	Nivel de Rango
Variable 1 Gestión Comercial	“La Gestión Comercial es un proceso dinámico donde interactúan diferentes elementos que contribuyen a que la comercialización se realice, teniendo como premisa la	Se debe considerar: Planificación Estratégica, Gestión de Venta; Gestión de Marketing; Gestión Cliente	Técnicas de Ventas	Capacitación Permanente	1, 2, 3	Cuestionario	1.- Muy Importante	Ordinal	Baja
				Innovación en Técnicas			2.- Importante		12 - 28
			Fidelización del Cliente	4,5,6, 7, 8	3. Moderadamente Importante		29 - 45		
			Soporte Permanente		4.- Poco Importante		Alta		
Homologación de Proveedores		5.- Sin Importancia							

satisfacción de las necesidades del cliente” (García , 2010, pág. 28).	Mejores Proveedores	Estandarizar Procesos	9,10, 11, 12	46 - 60
--	---------------------	-----------------------	--------------	---------

Elaboración propia. Fuente: Trabajo de campo.

Tabla 2 Operacionalización de las Variables 2; Flete Marítimo Internacional

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Instrumento	Índice	Escala	Nivel de Rango		
Variable 2 Flete Marítimo Internacional	“Es el precio del transporte marítimo o del servicio de la utilización del buque”. Guía de Orientación al Usuario del Transporte Acuático MINCETUR	Se debe considerar: Tipo de Mercadería, Rapidez, Riesgo, Factores de Estiba, Gastos Portuarios, Conectividad entre Puerto y los Almacenes Aduaneros, Disponibilidad de Espacios.	Agenciamiento Aduanero						Baja		
			Conectividad de los Servicios Logísticos Integrales		13, 14, 15,		1.- Muy Importante		9 - 21		
			Drayage					2.- Importante		Media	
			Tarifas NAC O FAK					3.- Moderadamente Importante	Ordinal	22 - 34	
			País de Origen y/o Destino de la Carga	Poder Negociador de Tarifarios	16, 17, 18, 19			4.- Poco Importante			
			Carreteras, Vías, Infraestructura					5.- Sin Importancia		Alta	
			Realidad Situacional		20, 21.						
			Demurrage							35 - 45	

Elaboración propia. Fuente: Trabajo de campo.

3.4 Tipo de Investigación

En este trabajo de tesis, el autor realizó una investigación del tipo aplicada, de secuencia temporal transversal, toda vez que se buscó plantear una alternativa de solución, al

problema del alza del flete marítimo internacional, en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.

3.5 Diseño de Investigación

Por la naturaleza del trabajo de investigación, que es la observar, medir, analizar y determinar posibles alternativas, sin que el fenómeno objeto de estudio, se vea alterado en su entorno y alcance, es que se optó por una investigación *no Experimental*, ... *Kerlinger (1979, p. 116)*. "La investigación no experimental o *expost-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones ". De la misma manera, como se realizó una medición y posterior análisis del objeto del estudio, fue necesario llevar a cabo una evaluación puntual en un momento de la interacción del mismo en su propio contexto, por lo que nuestra investigación adquirió un *carácter Transversal*... "Diseños transeccionales (transversales) Investigaciones que recopilan datos en un momento único", Hernández 2003, pág. 208.

3.6 Población y Muestra

3.6.1 Población.

Según el concepto de Hernandez, Fernandez y Baptista (2014)... "La población es la agrupación de todas las unidades y cumplen con diferentes especificaciones, en un periodo establecido" (p. 174); lo que se puede entender cómo, un grupo de personas con características e intereses diferentes, que se encuentran en un mismo espacio de tiempo.

Para efectos de este trabajo de tesis, la población sobre la cual se aplicó la encuesta es de 20 personas los que conforman la totalidad de trabajadores de la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC.

3.6.1.1 Criterios de Inclusión.

Este trabajo de pregrado, planteo una alternativa de solución al problema del alza de flete marítimos Internacionales en la Agencia de Carga Caral Logistics Cargo SAC, por lo que se buscó incluir e involucrar a todo el personal de la empresa. Al considerar que la solución debe ser integral y de alcance total, en ese sentido, se incluyó al personal administrativo, operativo y a la alta gerencia.

3.6.1.2 Criterios de Exclusión.

Los criterios de exclusión de la empresa y de su personal, están circunscritas a la Agencia de Carga Caral Logistics Cargo SAC, por lo se excluye del planteamiento a los proveedores y socios estratégicos. Al no formar parte de la empresa y/o su staff, el problema y la posible solución no afectan su operatividad o funcionamiento.

3.6.2 Muestra

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014); la muestra “es la esencia de un subgrupo de población”, pág. 175. Es decir, la muestra es una parte representativa de un grupo objeto de estudio.

Este trabajo tomó como muestra a la totalidad de los empleados de la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, al considerar que el número del personal es reducido, y en vista que se buscó plantear una solución integral, en donde la empresa en su conjunto brinden la posible solución.

Por lo que se pudo afirmar que el tipo de muestreo utilizado en estas encuestas es Probabilístico, siendo el método empleado el Aleatorio Simple.

Tabla 3 Tipo de Muestreo

Objetivo del Estudio	Determinar la relación entre las dos Variables
Método	Encuesta
Grado de Confianza	95%
Máximo error Permisible	5%
Población	20 Trabajadores

Elaboración propia.

3.7 Técnica e Instrumentos de Recolección de Muestra

3.7.1 La Técnica.

La técnica empleada para la recolección de información en este trabajo de tesis, fue la encuesta, la misma que se basó en un formulario virtual, con 21 preguntas de opciones establecidas según la escala de Lirket; (Hernandez et Al., 2014).

3.7.2 Instrumento de Recolección.

La recolección de datos necesaria para validar las relaciones e hipótesis presentadas en este trabajo de investigación se basó en un formulario con preguntas cerradas, aplicando la escala de Likert.

La escala de Likert es usada para asignar un valor predeterminado a la respuesta formulada en la encuesta...” Consiste en un conjunto de ítems bajo las formas de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos” (Brunet 2004, pág 34).

Para efectos de este trabajo de grado, se usó la siguiente estructura;

- 1.- Muy Importante
- 2.- Importante
- 3.- Moderadamente Importante
- 4.- Poco Importante
- 5.- Sin Importancia

3.7.3 Fichas Técnicas.

La tesis contó con dos fichas técnicas, siendo una por cada una de las *Variables*, las que, de igual manera, se dividen en *Dimensiones*, e *Indicadores*, en concordancia con el punto 3.2 del presente trabajo.

En estas fichas técnicas, el jurado podrá apreciar de manera individual la idoneidad del cuestionario empleado en nuestra encuesta.

3.7.4 Validez del Instrumento.

La validez del instrumento aplicado en este trabajo de tesis fue realizada por tres expertos, los que a continuación se detallan:

Tabla 4 Validación de la Herramienta de control por los expertos

Experto	Apellidos y Nombres	Grado Académico	Resultado
Experto 01	Veintemilla Sánchez, José Luis	Doctor	Aplicable
Experto 02	Flores Cerón, Vilma Eudocia	Magister	Aplicable
Experto 03	Gomez Achocalle, Luis	Magister	Aplicable

Elaboración propia.

3.7.4.1 Análisis de Fiabilidad de Instrumento.

El Análisis de Fiabilidad del Instrumento realizado en este trabajo de tesis, nos mostró un valor de 0.879 como coeficiente de confiabilidad, lo que nos permitió entender que los cuestionarios empleados cumplen con la rigurosidad y la objetividad necesarias para ser una fuente confiable.

De la misma forma, cuando se examinó el análisis de confiabilidad por ambas Variables, los resultados mostraron un valor de 0.800 y de 0.804 respectivamente.

Tabla 5 Análisis de Fiabilidad

Alfa de Conbrach	Números de Elementos
0.879	21

Elaboración propia. Fuente: Trabajo de campo.

Tabla 6 *Análisis de Fiabilidad de los Instrumentos*

N°	Instrumentos	Estadísticos de Fiabilidad	N° de Elementos
1	Gestión Comercial	0.800	12
2	Flete Marítimo Internacional	0.804	09

Elaboración propia. Fuente: Trabajo de campo.

Capítulo IV: Resultados

4.1 Análisis de los Resultados

4.1.1. Distribución de las frecuencias en la Variable 1 y sus tres Dimensiones

Tabla 7 Variable 1; Gestión Comercial

Categoría	Frecuencia	%
Bajo	0	0%
Medio	11	55%
Alto	9	45%
Total	20	100%

Elaboración propia.

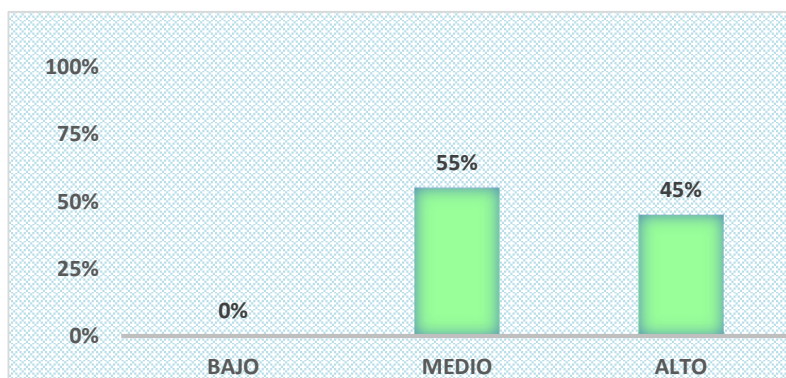


Figura 1 Gráfico de Barras de la variable 1, Gestión Comercial.

Se muestra en la Tabla 7 como en la Figura 1, que el 55% de los colaboradores encuestados consideraron que la Gestión Comercial tiene una importancia media y un 45% del universo lo consideró de alta importancia.

Tabla 8 Dimensión 1; Técnicas de Venta

Categoría	Frecuencia	%
Bajo	2	10%
Medio	13	65%
Alto	5	25%
Total	20	100%

Elaboración propia.

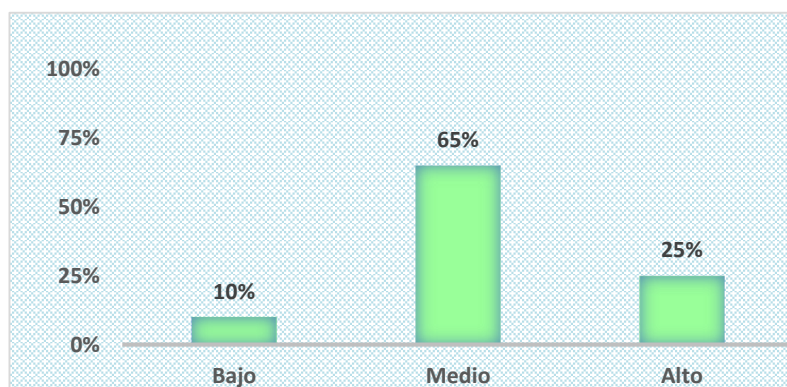


Figura 2 Gráfico de Barras de la Dimensión 1, Técnicas de Ventas.

Se muestra en la Tabla 8 como en la Figura 2, que el 65% de los colaboradores encuestados consideraron que las Técnicas de Ventas tiene una importancia media y un 25%

del universo lo consideró de alta importancia, siendo considerado por un 10% únicamente, como una importancia baja.

Tabla 9 Dimensión 2; Atención al Cliente

Categoría	Frecuencia	%
Bajo	2	10%
Medio	9	45%
Alto	9	45%
Total	20	100%

Elaboración propia.

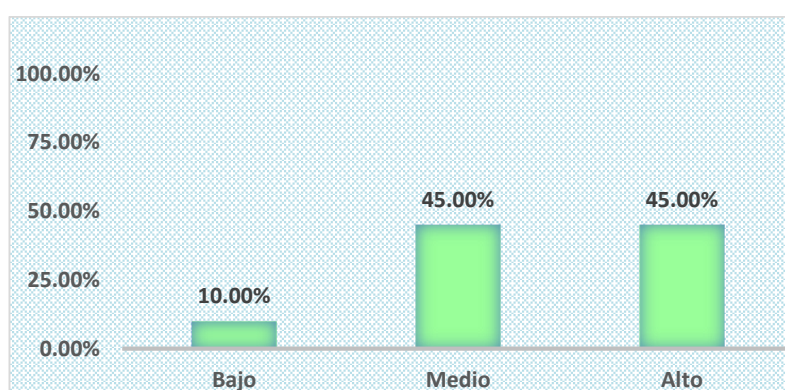


Figura 3 Gráfico de Barras de la Dimensión 2, Atención al Cliente.

Se muestra en la Tabla 9 como en la Figura 3, que el universo encuestado encontraron la dimensión Atención al Cliente, como de alta y mediana importancia en un 90%, siendo los

porcentajes iguales en 45% cada una de ambas categorías; sin embargo, también contamos con un 10% de los encuestados que lo consideraron de baja importancia.

Tabla 10 Dimensión 3; Mejores Proveedores

Categoría	Frecuencia	%
Bajo	1	5%
Medio	12	60%
Alto	7	35%
Total	20	100%

Elaboración propia.

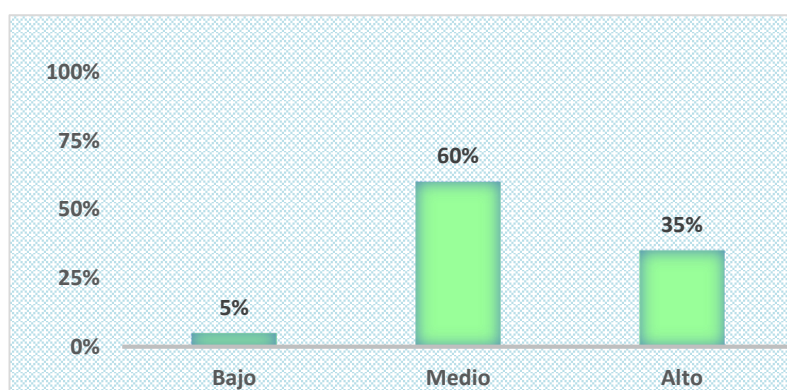


Figura 4 Gráfico de Barras de la Dimensión 3, Mejores Proveedores.

Se muestra en la Tabla 10 como en la Figura 4, que el 60% de los colaboradores encuestados consideraron que la Dimensión Mejores Proveedores, tiene una importancia

media y un 35% del universo lo consideró de alta importancia, siendo considerado por solo un 5%, como una importancia baja.

4.1.2. Distribución de las frecuencias en la Variable 2 y sus tres Dimensiones

Tabla 11 Variable 2, Flete Marítimo Internacional

Categoría	Frecuencia	%
Bajo	2	10.00%
Medio	10	50.00%
Alto	8	40.00%
Total	20	100.00%

Elaboración propia.

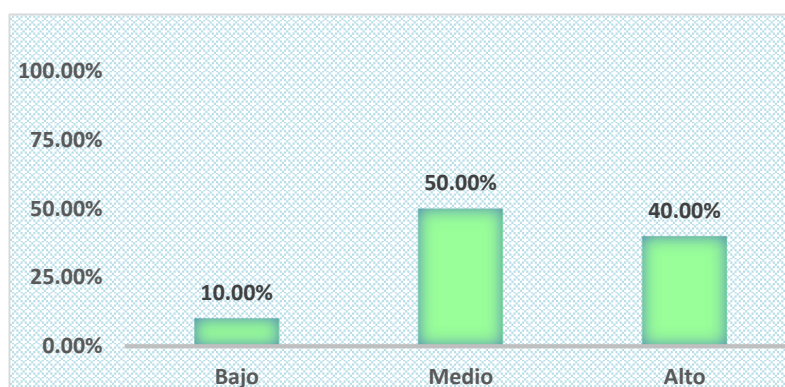


Figura 5 Gráfico de Barras de la variable 2, Flete Marítimo Internacional.

Se muestra en la Tabla 11 como en la Figura 5, que el 50% de los colaboradores encuestados encontraron que la variable Flete Marítimo Internacional, tiene una importancia

media y un 40% del universo lo consideró de alta importancia, el 10%, cree que es de una baja importancia.

Tabla 12 Dimensión 1, Conectividad Servicios

Logísticos

Categoría	Frecuencia	%
Bajo	3	15.00%
Medio	11	55.00%
Alto	6	30.00%
Total	20	100.00%

Elaboración propia.

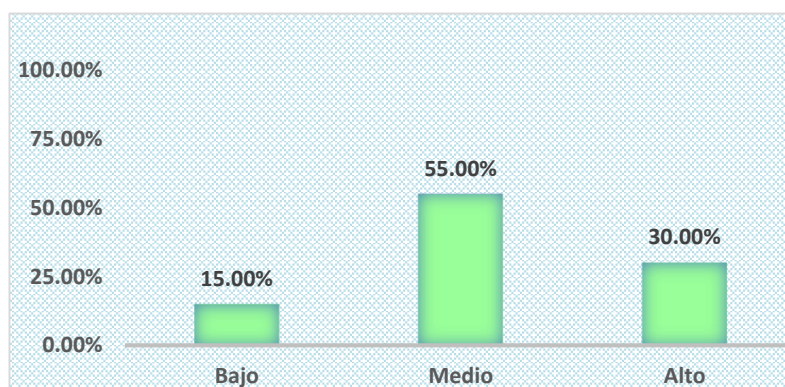


Figura 6 Gráfico de Barras de la Dimensión 1, Conectividad Servicios Logísticos.

Se muestra en la Tabla 12 como en la Figura 6, que el 55% de los encuestados consideraron que la Dimensión 1, Conectividad Servicios Logísticos, tiene una importancia

media y un 30% del universo cree que es de alta importancia, siendo considerado por un 15%, como una importancia baja.

Tabla 13 Dimensión 2, Poder Negociador Tarifario

Categoría	Frecuencia	%
Bajo	2	10.00%
Medio	13	65.00%
Alto	5	25.00%
Total	20	100.00%

Elaboración propia.

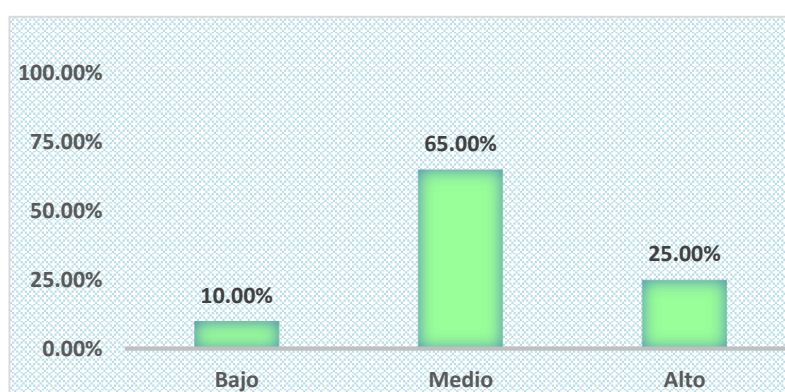


Figura 7 Gráfico de Barras de la Dimensión 2, Poder Negociador Tarifario.

Se muestra en la Tabla 13 como en la Figura 7, que el 65% de los encuestados consideraron que la Dimensión 2, Poder Negociador Tarifario, tiene una importancia media y

el 25% del universo lo encontró de alta importancia, siendo considerado por un 10%, de una importancia baja.

Tabla 14 Dimensión 3, Realidad Situacional

Categoría	Frecuencia	%
Bajo	2	10.00%
Medio	9	45.00%
Alto	9	45.00%
Total	20	100.00%

Elaboración propia.

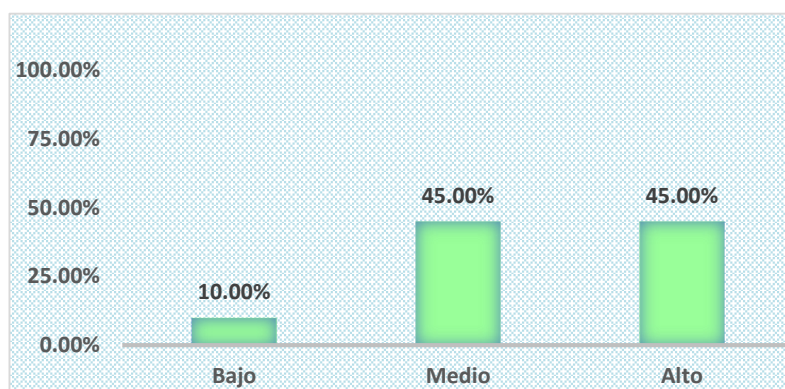


Figura 8 Gráfico de Barras de la Dimensión 3, Realidad Situacional.

Se muestra en la Tabla 14 como en la Figura 8, que la Dimensión 3, Realidad Situacional., tiene una importancia alta y media del 45% en ambos casos y un 10% consideraron que esta dimensión tiene poca o baja importancia.

4.2 Las Correlaciones

4.2.1 La Prueba de Normalidad.

Tabla 15 Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Comercial	.137	20	.200*	.934	20	.181
Flete Marítimo Internacional	.151	20	.200*	.921	20	.105

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia.

Al contar con una muestra menor a 50 encuestados (para efectos del trabajo de investigación, el universo es de 20 encuestados), se usó la prueba de Shapiro-Wilk; de igual modo, al contar con ambas variables cuya significancia es mayor al valor alfa (0.05), el investigador comprobó que las mismas, guardan una distribución normal, usando las pruebas de R-Pearson como coeficiente para medir la correlación entre las variables.

Cuando el investigador reviso el trabajo a niveles de dimensiones por cada variable, pudo encontrar la siguiente información:

Tabla 16 Pruebas de normalidad Variable 1 y Dimensión 1

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Comercial	.137	20	.200*	.934	20	.181
Técnica de Ventas	.139	20	.200*	.955	20	.451

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia.

Al contar con ambas variables cuya significancia es mayor al valor alfa (0.05), se comprobó que las mismas, guardan una distribución normal, usando las pruebas de R-Pearson como coeficiente para medir la correlación entre las variables.

Tabla 17 Pruebas de normalidad; Variable 1 y Dimensión 2

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Comercial	.137	20	.200*	.934	20	.181
Atención al Cliente	.172	20	.124	.939	20	.226

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia.

Al contar con ambas variables cuya significancia es mayor al valor alfa (0.05), se comprobó que las mismas, guardan una distribución normal, usando las pruebas de R-Pearson como coeficiente para medir la correlación entre las variables.

Tabla 18 Pruebas de normalidad, Variable 1 y Dimensión 3

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.

Gestión	.137	20	.200*	.934	20	.181
Comercial						
Mejores	.194	20	.047	.893	20	.031
Proveedores						

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia.

Al contar con ambas variables cuya significancia es mayor al valor alfa (0.05), se comprobó que las mismas, guardan una distribución normal, usando las pruebas de R-Pearson como coeficiente para medir la correlación entre las variables.

Tabla 19 Pruebas de normalidad Variable 2 y Dimensión 1

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Flete Marítimo	.151	20	.200*	.921	20	.105
Internacional						
Conectividad	.149	20	.200*	.921	20	.105
Servicios Logísticos						

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia.

Al contar con ambas variables cuya significancia es mayor al valor alfa (0.05), se comprobó que las mismas, guardan una distribución normal, usando las pruebas de R-Pearson como coeficiente para medir la correlación entre las variables.

Tabla 20 Pruebas de normalidad, Variable 2 y Dimensión 2

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Flete Marítimo Internacional	.151	20	.200*	.921	20	.105
Poder Negociador Tarifas	.172	20	.121	.900	20	.041

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia.

Al contar con ambas variables cuya significancia es mayor al valor alfa (0.05), se comprobó que las mismas, guardan una distribución normal, usando las pruebas de R-Pearson como coeficiente para medir la correlación entre las variables.

Tabla 21 Pruebas de normalidad, Variable 2 y Dimensión 3

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Flete Marítimo Internacional	.151	20	.200*	.921	20	.105
Realidad Nacional	.171	20	.128	.939	20	.225

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia.

Al contar con ambas variables cuya significancia es mayor al valor alfa (0.05), se comprobó que las mismas, guardan una distribución normal, usando las pruebas de R-Pearson como coeficiente para medir la correlación entre las variables.

4.2.2. Pruebas de Hipótesis General.

Tabla 22 Correlaciones R-Pearson entre la Variable1 - Gestión Comercial y Variable 2 – Flete Marítimo Internacional

		Gestión Comercial	Flete Marítimo Internacional
Gestión Comercial	Correlación de Pearson	1	.698**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	20	20
Flete Marítimo Internacional	Correlación de Pearson	.698**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	20	20

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

Elaboración propia.

H1: Hipótesis planteada por el investigador.

H0: Hipótesis Nula.

H1: La relación existente entre la Gestión Comercial y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.

H0: La relación existente entre la Gestión Comercial y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, NO resulta significativa.

El valor estadístico de r de Pearson es de **0.698**, además esta correlación es **Muy Significativa**. Por lo que se puedo afirmar con un 99% de confianza, que en el ámbito de estudio hay una “correlación positiva muy alta” entre las variables Gestión Comercial y Flete Marítimo Internacional, porque el valor de Significancia (bilateral) es de **0.001** que se encuentra por debajo del **0.01** requerido. Ante estos resultados, se dio por aceptada la Hipótesis propuesta por el investigador:

“La relación existente entre la Gestión Comercial y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa”.

4.2.3. Pruebas de Hipótesis Específicas.

Tabla 23 *Correlaciones R-Pearson entre la Variable 2 - Flete Marítimo Internacional y Dimensión 1 - Técnicas de Venta*

		Flete Marítimo Internacional	Técnicas de Ventas
Flete Marítimo	Correlación de Pearson	1	.556*
Internacional	Sig. (bilateral)		.011

	N	20	20
Técnicas de Ventas	Correlación de Pearson	.556*	1
	Sig. (bilateral)	.011	
	N	20	20

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Elaboración propia.

H1: Hipótesis planteada por el investigador.

H0: Hipótesis Nula.

H1: La Relación existente entre las Técnicas de Ventas y el Flete Marítimo Internacional en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.

H0: La Relación existente entre las Técnicas de Ventas y el Flete Marítimo Internacional en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, NO resulta significativa.

El valor estadístico de r de Pearson es de **0.556**, además esta correlación es **Significativa**. Por lo que se puede afirmar con un 95% de confianza, que en el ámbito de estudio hay una “correlación positiva alta”. Sin embargo, el valor de la Significación bilateral es de **0.011** que es superior al 0.05 requerido para validar la correlación entre la variable y la

dimensión señaladas. Ante estos resultados, se dio por aceptada la Hipótesis propuesta por el investigador:

“La Relación existente entre las Técnicas de Ventas y el Flete Marítimo Internacional en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa”.

Tabla 24 *Correlaciones R-Pearson entre la Variable 2 - Flete Marítimo Internacional y Dimensión 2 - Atención al Cliente*

		Flete Marítimo Internacional	Atención al Cliente
Flete Marítimo Internacional	Correlación de Pearson	1	.533*
	Sig. (bilateral)		.016
	N	20	20
Atención al Cliente	Correlación de Pearson	.533*	1
	Sig. (bilateral)	.016	
	N	20	20

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Elaboración propia.

H1: Hipótesis planteada por el investigador.

H0: Hipótesis Nula.

H1: La Relación existente entre la Atención a los Clientes y el Flete Marítimo Internacional, en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.

H0: La Relación existente entre la Atención a los Clientes y el Flete Marítimo Internacional, en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, no resulta significativa.

El valor estadístico de r de Pearson es de **0.533**, además esta correlación es **Significativa**. Por lo que se puede afirmar con un 95% de confianza, que en el ámbito de estudio hay una “correlación positiva alta”. Sin embargo, el valor de la Significación bilateral es de **0.016** que es superior al 0.05 requerido para validar la correlación entre la variable y la dimensión señaladas. Ante estos resultados, se dio por aceptada la Hipótesis propuesta por el investigador:

“La Relación existente entre la Atención a los Clientes y el Flete Marítimo Internacional, en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa”.

Tabla 25 Correlaciones R-Pearson entre la Variable 2 - Flete Marítimo Internacional y Dimensión 3 - Mejores Proveedores.

Flete Marítimo	Mejores
Internacional	Proveedores

Flete Marítimo	Correlación de Pearson	1	.713**
Internacional	Sig. (bilateral)		<.001
	N	20	20
Mejores Proveedores	Correlación de Pearson	.713**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	20	20

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

Elaboración propia.

H1: Hipótesis planteada por el investigador.

H0: Hipótesis Nula.

H1: La Relación existente entre el uso de Mejores Proveedores y los Fletes Marítimos Internacionales, en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.

H0: La Relación existente entre el uso de Mejores Proveedores y los Fletes Marítimos Internacionales, en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, no resulta significativa.

El valor estadístico de r de Pearson es de **0.713**, además esta correlación es **Muy Significativa**. Por lo que se puedo afirmar con un 99% de confianza, que en el ámbito de

estudio hay una “correlación positiva muy alta” entre las variables Flete Marítimo Internacional, y la dimensión Mejores Proveedores, porque el valor de Significancia (bilateral) es de **0.001** que se encuentra por debajo del **0.01** requerido. Ante estos resultados, se dio por aceptada la Hipótesis propuesta por el investigador:

“La Relación existente entre el uso de Mejores Proveedores y los Fletes Marítimos Internacionales, en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa”.

4.3 Discusión de los Resultados

A partir de los hallazgos encontrados, el investigador acepto la hipótesis alternativa general que establece una relación entre la Gestión Comercial y los Fletes marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.

Estos resultados guardan relación con lo sostenido por Valerio Rondón (2021); *“aborda el tema de potencialización de resultados y compromiso de la gestión comercial del departamento comercial”.*

En lo que respecta a la variable Flete Marítimo y la dimensión Técnicas de Venta, los resultados mostrados en el trabajo de investigación, coincidieron con lo expuesto por los autores Coz Ruiz, Christian Jesús Antoni (2019) *“La principal conclusión de la investigación fue la demostración de la relación directa entre la gestión comercial y las ventas en la empresa”*; validando nuestra hipótesis.

La relación existente entre el Flete marítimo y la Atención al Cliente, señalado por el investigador en este trabajo de pregrado, concordó con lo expuesto por la autora Rojas Rojas, Ariana Noelle (2021)...*Para lograr los objetivos propuestos, se definió una estrategia*

integral que mejore la gestión comercial en tres grandes frentes: i) trato con el cliente, ii) desarrollo del canal de ventas y iii) definición de la oferta...”

De la misma manera, el investigador pudo demostrar la relación existente entre el Flete Marítimo Internacional y Mejores Proveedores, armonizando con lo que la autora Pinedo Cárdenas, Nikola (2008) sostiene en su trabajo “*se desarrolla una metodología para evaluar la homologación de proveedores, teniendo como base la gestión de las compras y la evaluación de proveedores en ISO 9001:2000. Toda vez que son los requisitos que más pueden contribuir a mejorar los resultados de las organizaciones*”.

Conclusiones.

Primera.- El investigador, pudo demostrar de manera rigurosa y científica, gracias a su trabajo de investigación, que la relación existente entre la Gestión Comercial y los Flete Marítimos Internacionales en la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, se da de una manera fluida y alta, esto se deduce después de aplicar las pruebas de R-Pearson, obteniendo un valor de 0.698 validando de esta manera el resultado. De igual manera, se demostró que las relaciones existentes entre las Técnicas de Ventas, Atención al Cliente y el Uso de Mejores Proveedores con el Flete Marítimo Internacional, también resultaron altamente vigentes.

Segunda.- El presente trabajo de tesis, probó la relación positiva existente entre las Técnicas de Ventas y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencia de carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, gracias a la correlación Pearson cuyo valor es 0.556, siendo una adecuación significativa y alta.

Tercera.- Con la aplicación de la pruebas de Pearson, el investigador determinó la relación positiva existe entre la Atención al Cliente y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, siendo el valor de la relación de 0.533, lo que de acuerdo a los valores determinados resulta significativa alta.

Cuarta.- Cuando el investigador aplicó la fórmula de Pearson, evidenció la relación positiva y muy significativa existe entre el Uso de Mejores Proveedores y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú; siendo el valor de relación de 0.713.

Recomendaciones

Primera.- En el desarrollo del trabajo de investigación, se determinó de manera estadística que existe una relación alta entre la Gestión Comercial y los Flete Marítimos Internacionales en la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, sin embargo, la administración debería preparar y llevar a cabo reuniones de capacitación con las distintas área de la empresa, especialmente con aquellas que no guarden relación directa con la gestión comercial. En estas reuniones, se debe hacer hincapié en la importancia del concepto comercial a lo largo de todo el flujo de información y procesos, para que cada área transforme su producción en productividad, logrando de esta forma que el trabajo aislado en apariencias, se concatene, obteniendo una cadena de valor, cuyo fin supremo sea, el beneficio del cliente pero con un valor añadido.

Segunda.- En cuanto a la relación existente entre las Técnicas de Ventas y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencia de carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, el investigador recomendó continuar con la política de capacitación mencionada líneas arriba, pero en este punto, se debe hacer uso de herramientas específicas orientadas a la mejora del proceso de captación de nuevos clientes.

Tercera.- Sobre el proceso de Atención al Cliente en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú; el investigador sugirió una mayor participación en los procesos de la gestión comercial, sin que esto signifique una duplicidad y/o conflicto de intereses entre la gestión propiamente comercial y la de seguimiento y soporte al cliente; ya que ambas resultan ser actividades complementarias.

Cuarta.- Examinado el uso de Mejores Proveedores para la obtención de mejores Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo

SAC, Lima Perú, el trabajo de investigación resaltó la importancia mayúscula de esta. El mercado de fletes marítimos internacionales, se encuentra afecto a muchos ponderables exógenas, e inclusive mundiales, como fue demostrado en este trabajo de investigación; sin embargo, existe un margen donde el uso de las herramientas de homologación de proveedores, significan el diferencial que redunde en la obtención del objetivo trazado.

Quinta.- La Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, se encuentra en condiciones económicas y financieras adecuadas para buscar socios estratégicos que la ayuden lograr el objetivo de la internacionalización de la marca; es decir, la apertura de una oficina propia en un país de donde provenga el mayor tráfico de carga tanto de importación como de exportación. Con este paso, se asegura el mayor flujo de carga posible y por ende instrumentos de negociación, para lograr mejores condiciones y poder brindar un servicio de calidad para los clientes de la agencia de carga.

Referencias

- Alan Neill, D., & Cortez Suárez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiacionCientifica.pdf>.
- Borja de Carlos Martín-Lagos, F. (2008). *Sistematización de la Función Comercial*. https://books.google.com.pe/books?id=uZMW1DoEfGMC&printsec=frontcover&dq=sistematizaci%C3%B3n+de+la+funci%C3%B3n+comercial&hl=qu&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=sistematizaci%C3%B3n%20de%20la%20funci%C3%B3n%20comercial&f=false, España.
- Brunet, L. (1987). *EL CLIMA DE TRABAJO EN LAS ORGANIZACIONES*. [http://www.bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFP/trabajo/filippi/Practicos%20Trabajo%20Filippi%20\(1\)/Brunet%20-%20El%20clima%20de%20trabajo%20en%20las%20organizaciones.%20Caps%201,%202%20y%204..pdf](http://www.bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFP/trabajo/filippi/Practicos%20Trabajo%20Filippi%20(1)/Brunet%20-%20El%20clima%20de%20trabajo%20en%20las%20organizaciones.%20Caps%201,%202%20y%204..pdf).
- Campos Silva, M. M. Gestión comercial y posicionamiento en el mercado de la procesadora Kasama Chips de la ciudad de Santo Domingo. *Tesis de Grado*. Universidad Regional Autónoma de los Andes, <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/6368>.
- Carpintero Carpintero, P. I. “La gestión comercial en la empresa Superkasa de la ciudad de Riobamba y su incidencia en las ventas en el periodo 2015”. *Tesis de Grado*. Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador, <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/3802>.

Castillo Ayora, C. A., & Cano Morillo, S. P. Diseño de un modelo de gestión comercial para empresas comercializadoras de combustibles del sector automotor ecuatoriano. Caso: Petróleos y servicios. *Tesis Maestría*. Universidad Internacional del Ecuador, <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/1749>.

CEPAL. (25 de Marzo de 2021). *CEPAL*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11362/46744>

Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo. (2021). *UNCTAD*. Obtenido de <https://unctad.org/es/press-material/las-altas-tarifas-de-los-fletes-ensombrecen-la-recuperacion-economica>

COZ RUIZ, C. J. La Gestión Comercial y las Ventas en la Empresa Buenaventas S.A.C. *Tesis Licenciatura*. UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO, Huánuco, <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/2384;jsessionid=B5A9599E3C051B255FA2EE93042C2D31>.

Estrategias y Negocios. (15 de 10 de 2021). *Estrategias y Negocios*. Obtenido de <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/trafico-portuario-de-eeuu-adelanta-la-navidad-de-los-importadores-FOEN1498278>

Kerlinger, F. N., & Howard B., L. (2002). *Investigacion del Comportamiento*. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO.

La República. (13 de 10 de 2021). *La República*. Obtenido de larepublica.pe/economia/2021/10/13/importaciones-transporte-maritimo-crisis-traera-alza-en-los-precios-de-productos/

La revista digital de la Cámara Comercio de Lima. (27 de Setiembre de 2021). *Cámara Comercio de Lima*. Obtenido de <https://lacamara.pe/efectos-del-alza-del-flete-en-sudamerica/>

Mayorca Chaviguri, M. L., & Miñano Calderon, A. Gestión comercial y fidelización del cliente en la empresa DP World Logistics – Callao – 2019. *Tesis de Grado*. Universidad César Vallejo, Lima, <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60922>.

Morales Alvarado, R. A. Gestión comercial por objetivos y su relación con los resultados de una empresa de productos químicos. *Tesis de Magister*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/8621>.

Paredes Quezada, B. A. Gestión comercial y su impacto en el servicio de energía eléctrica del Proyecto Especial Chavimochic, Trujillo 2020. *Tesis Maestría*. Universidad César Vallejo, Trujillo.

Pilar Baptista, L., Fernández Collado, C., & Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf.

Ponce Andrade, J. E. La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES del sector turístico hotelero de la provincia de Manabí – Ecuador. *Tesis de Doctorado*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/7613>.

Rojas Rojas, A. N. Estudio de mejora de la gestión comercial del segmento de medianas empresas de Lima en una empresa de telecomunicaciones. *Tesis de Grado*. Universidad de Lima., <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/13805>.

Sotelo A., R. (1990). *Economía Internacional*. Lima.

Unibio Salcedo, L. D., Monroy Rodríguez, L. P., & Niño Flórez, Y. C. Optimización del proceso de gestión comercial en la Empresa de Servicios Públicos Domiciliarios Empoduitama S.A. E.S.P. *Tesis Grado*. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, <https://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/2533>.

Valerio Rendón, F. Diagnóstico de cultura organizacional para la implementación de estrategias de marca empleadora enfocadas en potenciar resultados y compromiso en la gestión comercial del departamento de la Unidad de Alimentos de una organización en Guayaquil. *Tesis Grado*. Universidad Casa Grande, Guayaquil, <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/2754>, Ecuador.

Villahermosa , L. (12 de Abril de 2021). *América Economía*. Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/la-fiebre-en-el-precio-de-los-fletes-maritimos-asfixia-al-comercio>

Zambrano Bruno, T. E. Diagnóstico de la gestión comercial relacionada a la morosidad del área de cobranza de la EPS GRAU S.A zonal Paita. *Tesis de Grado*. Universidad César Vallejo, Paita, <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/10792?locale-attribute=es>.

Apéndices

Apéndice 1: La Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES			
PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPOTESIS PRINCIPAL	VARIABLE 1 GESTION COMERCIAL	1.- Técnicas de Venta	Capacitación			
¿Qué relación existente entre la Gestión Comercial y los Flete Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú?	Determinar cómo es la relación existente entre la Gestión Comercial y los Flete Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.	La relación existente entre la Gestión Comercial y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, resulta significativa.		2.- Atención al Cliente	Innovación en técnicas de Venta			
					Fidelización del Cliente.			
					Soporte Permanente			
					3.- Mejores Proveedores	Homologación de Proveedores		
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS	VARIABLE 2 FLETES MARITIMOS INTERNACIONALES	1.- Conectividad Servicios Logísticos Integrales	Estandarización de Procesos			
¿Qué relación existe entre las Técnicas de Ventas y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú?	Determinar la relación existe entre las Técnicas de Ventas y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.	La relación existe entre las Técnicas de Ventas y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.			Agenciamiento Aduanero			
				¿Qué relación existe entre la Atención al Cliente y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú?	Determinar la relación existe entre la Atención al Cliente y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.	La relación existe entre la Atención al Cliente y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú, resulta significativa.	Drayage	
							2.- Poder Negociador Tarifario	Tarifas FAK o NAC
								País de Origen y/o Destino de la Carga.
¿Qué relación existe entre el Uso de Mejores Proveedores y	Determinar la relación existe entre el Uso de Mejores	La relación existe entre el Uso de Mejores Proveedores y los Fletes	3.- Realidad Situacional	Carreteras, Vías				
				Demurrage				

los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú?	Proveedores y los Fletes Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú.	Marítimos Internacionales en la Agencias de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC, Lima Perú,			
TIPO DE INVESTIGACION	NIVEL INVESTIGACION	DISEÑO DE INVESTIGACION	ENFOQUE INVESTIGACION		
BASICA	DESCRIPTIVA, CORRELACIONAL	NO EXPERIMENTAL	CUANTITATIVO		

Apéndice 2: Instrumento de Investigación

Cuestionario

En un esfuerzo por ayudar a la alta gerencia de la Agencia de Carga Caral Logistics Cargo SAC, en encontrar una solución al problema del alza del flete marítimo internacional, es que se ideó este formulario, para poder determinar el grado de importancia de la Gestión Comercial en ese contexto; por lo que agradeceremos se sirva llenar de manera reservada y confidencial dicho formulario.

Tema de Encuesta: Gestión Comercial en la Agencia de Carga Caral Logistics Cargo SAC

Indicaciones: Estimado(a) Señor(a), marcar con un aspa (X) en el casillero que mejor represente su sentir.

1.- Muy
Importante

2.-
Importante

3.- Moderadamente
Importante

3.- Moderadamente
Importante

5.- Sin
Importancia

PREGUNTAS	RESPUESTAS				
	1	2	3	4	5

1.- ¿CONSIDERAS QUE ES IMPORTANTE USAR NUEVAS TECNICAS DE VENTAS EN LA AGENCIA DE CARGA CARAL LOGISTICS CARGO SAC?					
2.- ¿CUAN IMPORTANTE ES INNOVAR LAS TECNICAS DE VENTAS PARA LA AGENCIA DE CARGA CARAL LOGISTICS CARGO SAC?					
3.- ¿CREE USTED QUE DE APLICAR NUEVAS TECNICAS, MEJORARIA LA CARTERA DE CLIENTES DE LA AGENCIA DE CARGA CARAL LOGISTICS CARGO SAC?					
4.- ¿CREE USTED QUE EL USO DE LAS HERRAMIENTAS TEGNOLOGICAS MEJOREN LOS NIVELES DE FLETES MARITIMOS INTERNACIONALES PARA LOS CLIENTES DE LA AGENCIA DE CARGA CARAL LOGISTIC SAC?					
5.- ¿SERIA UTIL BRINDAR SERVICIO DE POST EMBARQUE PARA LOS CLIENTES DE AGENCIA DE CARGA CARAL LOGISTICS CARGO SAC?					
6.- ¿CREE USTED QUE EL CLIENTE LE DA IMPORTANCIA AL COSTO DEL FLETE SOBRE EL SERVICIO?					
7.- ¿DEBERIA PARITICIPAR EN LAS REUNIONES CON LOS CLIENTES EL PERSONAL DE ATENCION AL CLIENTES?					
8.- ¿CREE USTED QUE EL CLIENTE PAGARIA UN PRECIO SUPERIOR AL ACTUAL, POR UN TEMA DE CALIDAD EN EL					

SERVICIO?					
9.- ¿CONSIDERA QUE LOS PROVEEDORES DEBAN SER NUESTROS SOCIOS ESTRATEGICOS?					
10.- ¿LA HOMOLOGACION (ESTANDARIZACION) DE PROVEEDORES RESULTA IMPORTANTE PARA LA AGENCIA DE CARGA CARAL LOGISTICS CARGO SAC?					
11.- ¿CREE USTED QUE EL CLIENTE DE LA AGENCIA DE CARGA CARAL LOGISTICS CARGO SAC, APRECIARIA UN SERVICIO PERSONALIZADO, ENFOCADO EN CADA CLIENTE?					
12.- ¿CONSIDERA QUE SE LE DEBA BRINDAR FACILIDADES COMERCIALES LOCALES AL CLIENTE POR EL ALZA DE FLETES MARITIMOS INTERNACIONALES?					

<p>13.- ¿CONSIDERA QUE LA FALTA DE ONECTIVIDAD/INFRAESTRUCTURA DE LOS SERVICIOS LOGISTICOS IMPACTAN EN LOS FLETES MARITIMOS INTERNACIONALES?</p>					
<p>14.- ¿LOS COSTOS LOCALES DE AGENCIAMIENTO DE ADUANA Y ANEXOS, IMPACTAN LOS COSTOS DEL FLETE MARITIMO INTERNACIONAL FINALES?</p>					
<p>15.- ¿EL COSTO DE <i>DRAYAGE</i> RESULTA REVELANTE EN LOS COSTOS DE FLETE MARITIMO INTERNACIONAL?</p>					
<p>16.- ¿ES RELEVANTE LAS RELACIONES COMERCIALES CON LOS AGENTES EN EL EXTERIOR PARA OBTENER MEJORES TARIFAS DE FLETES MARITIMOS INTERNACIONALES?</p>					

<p>17.- ¿QUE TAN IMPORTANTES ES CONTAR CON UN GRAN PODER NEGOCIADOR AL MOMENTO DE BUSCAR TARIFAS MARITIMAS INTERNACIONALES?</p>					
<p>18.- LAS TARIFAS FAK O NAC, ¿SON IMPORTANTES EN LA GESTION DE FLETE MARITIMOS INTERNACIONALES?</p>					
<p>19.- ¿LA AGENCIA DE CARGA CARAL LOGISTICS CARGO SAC DEBERIA GESTIONAR CUENTAS NAC PARA SUS PRINCIPALES CLIENTES?</p>					
<p>20.- CONSIDERA QUE LA INFRAESTRUCTURA DEL PAIS (REDES FERROVIARIAS, RED VIAL, CANTIDAD Y ESTADOS DE LOS MUELLES, DISTANCIA ENTRE LOS ALMACENES Y EL PUERTO, ETC), ES UN FACTOR DETERMINANTE EN LOS FLETES MARITIMOS INTERNACIONALES?</p>					

21.- ¿EL CONCEPTO DE ALQUILER DEL CONTENEDOR (<i>DEMURRAGE</i>) COBRADO POR LAS NAVIERAS, DEBERIA SER TRATADO COMERCIALMENTE POR LA AGENCIA DE CARGA CARAL LOGISTICS CARGO SAC, PARA SUS CLIENTES?					
--	--	--	--	--	--

Apéndice 3 Certificado de Validación por Variables emitido por Expertos.

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del validador: Veintemilla Sánchez, José Luis

Grado Académico: Doctor

Institución donde labora: Universidad Peruana de las Américas

Especialidad del validador: Administración

Título de la investigación: La Gestión Comercial y el Flete Marítimo Internacional en la Agencia de Carga Internacional Caral

Logistic Cargo SAC., Lima - PERU 2021.

Autor del Instrumento: Gustavo Salomón Ovalle Machare

Instrumento: Cuestionario de la variable Gestión comercial

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.				X	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9..METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

PUNTAJE TOTAL: 40 **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 25 de junio del 2022



Firma del Experto Informante.

DNI. 06164234

Teléfono 964311072

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

II. DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del validador: Veintemilla Sánchez, José Luis

Grado Académico: Doctor

Institución donde labora: Universidad Peruana de las Américas

Especialidad del validador: Administración

Título de la investigación: La Gestión Comercial y el Flete Marítimo Internacional en la Agencia de Carga Internacional Caral LogisticCargo SAC., Lima - PERU 2021.

Autor del Instrumento: Gustavo Salomón Ovalle Machare

Instrumento: Cuestionario de la variable Flete Marítimo

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.				X	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9..METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

PUNTAJE TOTAL: 40 OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 25 de junio del 2022



FIRMA

Firma del Experto Informante.
DNI. 06164234
Teléfono 964311072

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombre del Validador: FLORES CERÓN VILMA EUDOCIA
- 1.2. Grado académico: MAGISTER
- 1.3. Instituto donde labora: UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS
- 1.3.1 Especialidad del Validador: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS
- 1.3.2. Título de la Investigación: Gestión Comercial y el Flete Marítimo Internacional en la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC., Lima - PERU 2021.
- 1.3.3. Autor del Instrumento: **Gustavo Salomón Ovalle Macharé**
- 1.3.4 Instrumento: Cuestionario
- Encuesta: Cuestionario 01, **Gestión Comercial.**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
		1	2	3	4	5
1.- CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.				X	
2.- OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.- ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
4.- SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en Calidad y Cantidad				X	
5.- ORGANIZACIÓN	Presentación Ordenada				X	
6.- INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la estrategia, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	

7.- CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos.					X
8.- COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.- METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10.- PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN.....⁴¹ OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 28 de Junio del 2022

Firma del Experto Informante: _____
 DNI: 08593265
 Teléfono: 995342401

EL AYER Y HOY DE LA LITERATURA PERUANA

con distribución de útiles y la aplicación del sistema correspondiente. Así como en
planear los trabajos de los profesores, el funcionamiento de las aulas de

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

1 DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombre del Validador: **FLORES CERÓN VILMA EUDOCIA**
- 1.2. Grado académico: **MAGISTER**
- 1.3. Instituto donde labora: **UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS**
- 1.3.1. Especialidad del Validador: **ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS**
- 1.3.2. Título de la Investigación: **Gestión Comercial y el Flete Marítimo Internacional en la Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC., Lima - PERU 2021.**
- 1.3.3. Autor del Instrumento: **Gustavo Salomón Ovalle Macharé**
- 1.3.4. Instrumento: **Cuestionario**
Encuesta: Cuestionario 02, Flete Marítimo Internacional

EL AYER Y HOY DE LA LITERATURA PÉRUANA

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
		1	2	3	4	5
1.- CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.				X	
2.- OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.- ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
4.- SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en Calidad y Cantidad				X	
5.- ORGANIZACIÓN	Presentación Ordenada				X	

6.- INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la estrategia, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X
7.- CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos.					X
8.- COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.- METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10.- PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN.....⁴⁷ OPINION DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 28 de Junio del 2022

Firma del Experto Informante: 
 DNI: 08593265
 Teléfono: 995342401

**INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DE
INSTRUMENTO DE VALIDACION**

1 DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y nombre del Validador: Luis Gómez Achocalla.

1.2. Grado académico: MAESTRIA

1.3. Instituto donde labora: UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS.

1.3.1 Especialidad del Validador: ADMINISTRACIÓN.

**1.3.2 Título de la Investigación: La Gestión Comercial y el Flete Marítimo Internacional en la
Agencia de Carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC., Lima - PERU 2021.**

1.3.3. Autor del Instrumento: Gustavo Salomón Ovalle Macharé.

1.3.3 Instrumento: Cuestionario

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENA 3	MUY BUENA 4	EXCELENTE 5
1.- CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.				X	
2.- OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.- ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
4.- SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en Calidad y Cantidad				X	

5.- ORGANIZACIÓN	Presentación Ordenada				X	
6.- INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la estrategia, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	
7.- CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos.				X	
8.- COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9.- METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
10.- PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN... OPINION DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 27 de junio de 2022

Mg. Luis Gómez Achocalla
 Firma del Experto Informante

DNI: 9947953
 Teléfono: 933001446

Apéndice 04 Base de Datos

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
E1	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	2	5	3
E2	3	3	2	3	3	2	4	3	3	1	3	2	3	1	2	2	3	4	2	4	3
E3	1	4	3	3	4	3	4	5	5	4	3	5	5	2	4	3	4	3	4	5	5
E4	3	3	4	2	2	5	2	3	3	3	4	3	4	2	2	4	4	2	3	1	1
E5	4	5	3	5	3	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3
E6	5	3	4	5	4	5	3	4	4	3	5	5	3	3	4	2	5	4	3	5	5
E7	2	5	3	3	2	1	2	5	3	2	3	2	2	1	1	3	2	1	1	3	2
E8	1	4	2	1	1	3	1	4	4	3	4	3	4	4	5	4	5	3	2	2	2
E9	2	2	4	2	5	4	4	3	4	4	4	3	2	2	3	2	3	1	1	3	2
E10	4	4	5	3	5	2	4	5	3	4	5	5	3	4	4	5	4	3	3	4	5
E11	4	3	3	5	4	4	1	4	4	3	5	4	4	1	3	4	3	5	1	3	3
E12	5	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	5	3	5	4	3	4	2	2	4
E13	4	5	5	4	3	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	5
E14	3	2	4	2	1	2	1	5	4	4	3	4	4	2	5	3	4	4	4	4	3
E15	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	2	5	4	3	3	3	2	3	3	4
E16	5	5	5	4	4	5	2	5	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4
E17	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	3	3	3	5
E18	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	5	2
E19	1	3	2	3	4	4	2	4	3	4	2	5	2	2	4	3	3	1	4	3	5
E20	2	3	3	3	4	4	1	5	4	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	4	5

Apéndice 05 Base de Datos por Variable 1 Gestión Comercial

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
E1	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
E2	3	3	2	3	3	2	4	3	3	1	3	2
E3	1	4	3	3	4	3	4	5	5	4	3	5
E4	3	3	4	2	2	5	2	3	3	3	4	3
E5	4	5	3	5	3	5	5	5	4	5	3	5
E6	5	3	4	5	4	5	3	4	4	3	5	5
E7	2	5	3	3	2	1	2	5	3	2	3	2
E8	1	4	2	1	1	3	1	4	4	3	4	3
E9	2	2	4	2	5	4	4	3	4	4	4	3
E10	4	4	5	3	5	2	4	5	3	4	5	5
E11	4	3	3	5	4	4	1	4	4	3	5	4
E12	5	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3
E13	4	5	5	4	3	4	5	5	5	3	4	4
E14	3	2	4	2	1	2	1	5	4	4	3	4
E15	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	2
E16	5	5	5	4	4	5	2	5	3	4	4	4
E17	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	5
E18	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3
E19	1	3	2	3	4	4	2	4	3	4	2	5
E20	2	3	3	3	4	4	1	5	4	4	3	3

Apéndice 06 Base de Datos por Variable 2 Flete Marítimo Internacional

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
E1	5	3	4	5	4	4	2	5	3
E2	3	1	2	2	3	4	2	4	3
E3	5	2	4	3	4	3	4	5	5
E4	4	2	2	4	4	2	3	1	1
E5	4	5	4	5	3	4	4	4	3
E6	3	3	4	2	5	4	3	5	5
E7	2	1	1	3	2	1	1	3	2
E8	4	4	5	4	5	3	2	2	2
E9	2	2	3	2	3	1	1	3	2
E10	3	4	4	5	4	3	3	4	5
E11	4	1	3	4	3	5	1	3	3
E12	5	3	5	4	3	4	2	2	4
E13	5	4	5	5	5	3	4	4	5
E14	4	2	5	3	4	4	4	4	3
E15	5	4	3	3	3	2	3	3	4
E16	4	2	4	4	4	4	4	5	4
E17	5	4	4	5	5	3	3	3	5
E18	5	4	4	4	4	5	3	5	2
E19	2	2	4	3	3	1	4	3	5
E20	3	3	4	2	3	2	3	4	5

Apéndice 07 Carta de Autorización de la agencia de carga Internacional Caral Logistic Cargo SAC



Experiencia y tecnología para su carga Aérea ó Marítima



Lima, 6 de julio de 2022

N° 001/07-2022-CLCSAC

Señores
Universidad Peruana de Las Américas S.A.C.

En mi calidad de representante legal de la empresa CARAL LOGISTIC CARGO S.A.C. con RUC N° 20513263008, me dirijo a ustedes para informarles que se ha autorizado al señor **Gustavo Salomon Ovalle Macharé** identificado con **DNI N° 25756551**, el uso de información relativa a nuestra empresa, para la elaboración de su Tesis de Grado que le permitirá obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración y Gestión de Empresas.

Situación que informo, para los fines que ustedes consideren pertinentes.

Atentamente,



CARAL LOGISTIC CARGO S.A.C.
José Niño Valdez
DNI: N° 25762279
Gerente General