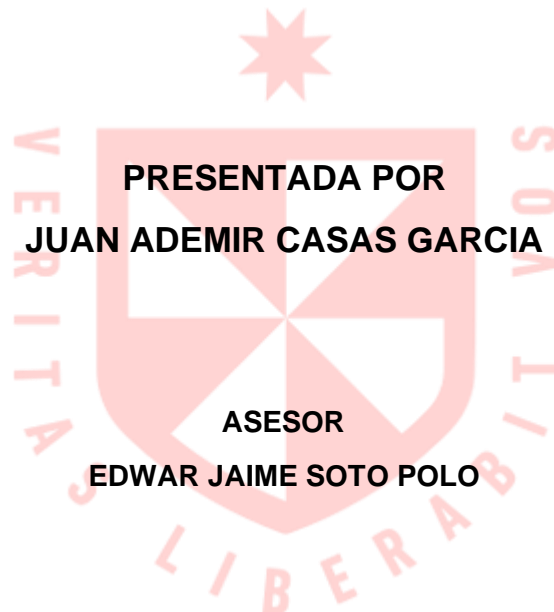




**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**COSTO DE TRANSPORTE MARÍTIMO Y SU INFLUENCIA EN
LA COMPETITIVIDAD DE UNA AGROEXPORTADORA DE
LA REGIÓN DE LIMA, 2022**



**PRESENTADA POR
JUAN ADEMIR CASAS GARCIA**

**ASESOR
EDWAR JAIME SOTO POLO**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ
2023**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**COSTO DE TRANSPORTE MARÍTIMO Y SU INFLUENCIA EN LA
COMPETITIVIDAD DE UNA AGROEXPORTADORA DE LA REGIÓN
DE LIMA, 2022**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:
JUAN ADEMIR CASAS GARCIA**

**ASESOR:
MG. EDWAR JAIME SOTO POLO**

LIMA-PERÚ

2023

Dedicatoria

A mis padres y hermanos por apoyarme en todo el camino de mi carrera profesional.

Agradecimiento

A la universidad por haber brindado la oportunidad de convertirme en profesional existo. A mis docentes y amigos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|------|
| Portada..... | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenido | iv |
| Índice de tablas | v |
| Índice de figuras | vii |
| RESUMEN | viii |
| ABSTRACT | ix |
| INTRODUCCIÓN | x |
| CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO..... | 1 |
| 1.1 Antecedentes de la investigación..... | 1 |
| 1.2 Bases teóricas..... | 7 |
| 1.3 Definición de términos | 33 |
| CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES | 35 |
| 2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas | 35 |
| 2.2 Variables y definición operacional | 35 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 38 |
| 3.1 Diseño Metodológico | 38 |
| 3.2 Diseño muestral | 39 |
| 3.3 Técnicas de recolección de datos | 40 |
| 3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información..... | 41 |
| 3.5 Aspectos éticos | 42 |
| CAPÍTULO IV: RESULTADOS | 43 |
| CAPÍTULO V: DISCUSIÓN | 72 |
| CONCLUSIONES | 79 |
| RECOMENDACIONES | 80 |
| FUENTE DE INFORMACIÓN | 82 |
| ANEXOS | 87 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Ficha técnica del cuestionario de costo de transporte marítimo | 40 |
| Tabla 2. Ficha técnica del cuestionario de competitividad | 41 |
| Tabla 3. Aumento de precio del petróleo..... | 43 |
| Tabla 4. Rutas en el transporte marítimo | 44 |
| Tabla 5. Peso de las cargas | 45 |
| Tabla 6. Volumen de carga | 46 |
| Tabla 7. Incremento de la divisa extranjera..... | 47 |
| Tabla 8. Depreciación de la moneda local | 48 |
| Tabla 9. Pago en moneda extranjera | 49 |
| Tabla 10. Estabilidad del dólar | 50 |
| Tabla 11. Costo de flete | 51 |
| Tabla 12. Costo de almacenamiento | 52 |
| Tabla 13. Costo del transporte de contenedor al importador local | 53 |
| Tabla 14. Otros costos por exportar | 54 |
| Tabla 15. La experiencia de la empresa | 55 |
| Tabla 16. Tecnología que usa la empresa | 56 |
| Tabla 17. Exportación a escala | 57 |
| Tabla 18. Participación en el mercado | 58 |
| Tabla 19. Calidad de productos..... | 59 |
| Tabla 20. Confianza de la empresa..... | 60 |
| Tabla 21. Servicio post-venta | 61 |
| Tabla 22. Plataformas digitales | 62 |
| Tabla 23. Valoración de empresa..... | 63 |
| Tabla 24. Diversidad de productos..... | 64 |
| Tabla 25. Grupo de compradores..... | 65 |

| | |
|---|----|
| Tabla 26. Segmentación | 66 |
| Tabla 27. Influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora | 67 |
| Tabla 28. Influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos .. | 68 |
| Tabla 29. Influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación | 69 |
| Tabla 30. Influencia del costo de transporte marítimo en la especialización | 70 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Aumento de precio del petróleo | 43 |
| Figura 2. Rutas en el transporte marítimo | 44 |
| Figura 3. Peso de las cargas..... | 45 |
| Figura 4. Volumen de carga | 46 |
| Figura 5. Incremento de la divisa extranjera..... | 47 |
| Figura 6. Depreciación de la moneda local | 48 |
| Figura 7. Pago en moneda extranjera | 49 |
| Figura 8. Estabilidad del dólar | 50 |
| Figura 9. Costo de flete | 51 |
| Figura 10. Costo de almacenamiento..... | 52 |
| Figura 11. Costo del transporte de contenedor al importador local | 53 |
| Figura 12. Otros costos por exportar | 54 |
| Figura 13. La experiencia de la empresa | 55 |
| Figura 14. Tecnología que usa la empresa | 56 |
| Figura 15. Exportación a escala | 57 |
| Figura 16. Participación en el mercado | 58 |
| Figura 17. Calidad de productos | 59 |
| Figura 18. Confianza de la empresa | 60 |
| Figura 19. Servicio post-venta..... | 61 |
| Figura 20. Plataformas digitales | 62 |
| Figura 21. Valoración de empresa | 63 |
| Figura 22. Diversidad de productos..... | 64 |
| Figura 23. Grupo de compradores | 65 |
| Figura 24. Segmentación | 66 |

RESUMEN

La empresa en la que se desarrolló la investigación es la agroexportadora Sociedad Agrícola Drokasa S.A, dedicada a la producción, empacamiento y comercialización de paltas, uvas de mesa, espárragos y arándanos en la condición de frescos, que cumple con las necesidades de sus clientes.

El objetivo del estudio fue determinar la influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022. La problemática surge por el incremento significativo de los costos del transporte marítimo que está afectando en la competitividad de las agroexportadoras.

La metodología de la investigación fue de enfoque cuantitativo, tipo básica, diseño no experimental de corte transversal y alcance explicativa; se aplicó dos cuestionarios a muestra de 70 colaboradores; los datos se procesaron en el programa estadístico SPSS versión 25, donde se realizó el análisis descriptivo e inferencial.

Los resultados evidencian que existe una influencia negativa media del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima ($p = 0,000$; $Rho = 0,596$; $R^2 = 0.267$). Se concluyó que a medida que aumenta el costo de transporte marítimo, la competitividad de la agroexportadora se ve afectada de manera negativa, es decir, los altos costos de transporte marítimo afectan la eficiencia y la rentabilidad de las operaciones de la agroexportadora, lo que, a su vez, puede incidir en la capacidad para competir con otras empresas del mercado. Finalmente, se realizaron conclusiones y recomendaciones que puede aplicar la empresa para su propio beneficio y tener una mejor competitividad que sus competidores.

Palabras claves: Costo de transporte marítimo, competitividad, agroexportadora.

ABSTRACT

The company in which the research was carried out is the agroexporter Sociedad Agrícola Drokasa S.A., dedicated to the production, packing and marketing of avocados, table grapes, asparagus and blueberries in the fresh condition, which meets the needs of its customers.

The objective of the study was to determine the influence of the cost of maritime transportation on the competitiveness of an agroexporter in the Lima region, 2022. The problem arises from the significant increase in maritime transportation costs that is affecting the competitiveness of agroexporters.

The research methodology was quantitative approach, basic type, non-experimental design of transversal cut and explanatory scope; two questionnaires were applied to a sample of 70 collaborators; the data were processed in the statistical program SPSS version 25, where the descriptive and inferential analysis was carried out.

The results show that there is an average negative influence of the cost of maritime transport on the competitiveness of an agroexporter in the Lima region ($p = 0.000$; $Rho = 0.596$; $R^2 = 0.267$). It was concluded that as the cost of maritime transport increases, the competitiveness of the agroexporter is negatively affected, that is, high maritime transport costs affect the efficiency and profitability of the agroexporter's operations, which in turn can affect the ability to compete with other companies in the market.

Finally, conclusions and recommendations were made that the company can apply for its own benefit and be more competitive than its competitors.

Key words: Cost of maritime transport, competitiveness, agroexporter.

Key words: Maritime transportation cost, competitiveness, agroexport company.

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS - JUAN ADEMIR CASAS GARCIA.d

ocx

RECuento DE PALABRAS

20256 Words

RECuento DE CARACTERES

112146 Characters

RECuento DE PÁGINAS

106 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

719.2KB

FECHA DE ENTREGA

Oct 25, 2022 9:08 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 25, 2022 9:11 AM GMT-5

● **10% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS

CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN

| FECHA | NOMBRE DEL DOCENTE | CORREO DEL DOCENTE |
|------------|---------------------------|--------------------|
| 04/11/2022 | MG. EDWAR JAIME SOTO POLO | ESOTOP@USMP.PE |

| NOMBRE DE LA TESIS |
|---|
| COSTO DE TRANSPORTE MARÍTIMO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE UNA AGROEXPORTADORA DE LA REGIÓN DE LIMA, 2022 |

| NOMBRE DEL ASESORADO(A) | TELÉFONO Y CORREO | ESCUELA PROFESIONAL |
|--------------------------|--|--------------------------|
| JUAN ADEMIR CASAS GARCIA | 976310002 casas.garcia.juan@gmail.com | Negocios Internacionales |

RESULTADO:

10% (EXCLUYENDO CITAS Y BIBLIOGRAFÍA)

CONCLUSIÓN:

LA TESIS SE ENCUENTRA APTA PARA CONTINUAR CON EL SIGUIENTE TRÁMITE.

MG. EDWAR JAIME SOTO POLO
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESOR
DNI: N° 07496623



JUAN ADEMIR CASAS GARCIA
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO
DNI 46356634



REVISADO POR: MG. CARLOS ANTONIO ESCUDERO CIPRIANI



INTRODUCCIÓN

Hasta finales del siglo XX, el transporte de las mercancías ha sido visto sólo como una actividad netamente operativa (Justavino-Castillo et al, 2020). Sin embargo, la globalización económica ha hecho que la externalización sea cada vez más frecuente y que la mayoría de las empresas trasladen sus operaciones al extranjero, lo que ha provocado el auge del comercio internacional. Entonces, los transportes de las mercancías se han vuelto un factor que facilita la transacción comercial. Alrededor del 90% del comercio mundial depende de la logística del transporte marítimo (Yang, 2021).

La pandemia por el COVID-19 generó un impacto financiero significativo, los ingresos disminuyeron, que fueron afectados negativamente por menores ingresos en transporte marítimo e intermodal, por una menor actividad de transporte marítimo (Moller y Maersk, 2020).

A nivel mundial, los costos de transportes vía marítima han demostrado una tendencia de alza clara y sostenida de incremento, que empezaron a partir de la segunda mitad de 2020, en la que se ha producido el incremento de los costos del flete. La inexistencia en la fiabilidad de programar las operaciones y las congestiones de puertos han dado lugar a mayores recargos, tarifas por demora y detención, u otros (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD], 2021).

En ese contexto, el aumento de estos costos representa una problemática para los que están involucrados en el comercio y en la cadena de los suministros, pero es

un mayor problema para los pequeños expedidores, que en su mayoría de las veces no cuentan con igual capacidad que las empresas más grandes para cubrir los costos adicionales, por tanto, tienen una mayor desventaja en la negociación de los precios y reservar espacios para las cargas (UNCTAD, 2021).

De acuerdo al World Container Index los costos de transportes marítimos de las rutas que se dirigen de Shanghái hasta Rotterdam alcanzó los US\$ 14 294 en setiembre del 2021, en marzo de 2022 el costo es US\$ 11, 099; en tanto, para los que estaban dirigidos a Los Ángeles tuvo registros de US\$ 12 424 en setiembre de 2021, en marzo de 2022 el costo es US\$ 9,112; aunque se evidencian que el índice compuesto disminuyó, continúan siendo costos muy altos (Drewry, 2022).

En el Perú, en las importaciones existió un incremento en los costos de los envíos, en julio de 2021, los fletes ascendieron a US\$ 116 en TM importada, lo cual representa un incremento del 98,2 y 75,6% en comparación del mismo mes en el 2019 y 2020, respectivamente. Este incremento se observó también en los costos de los fletes de las importaciones de los alimentos, en la que se registraron un incremento de 54,2%, que al final impactan a los precios de las ventas locales (Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2021). Según la Asociación Peruana de Agentes Marítimos (APAM, 2021) el incremento de las tarifas navieras en el país puede impactar a la exportación de los productos de mayor y bajo volumen que están destinados a mercados más alejados.

El costo de transporte de productos plásticos, textiles, químicos y papeles se ha más que duplicado en el tercer trimestre del año 2021 en comparación con el mismo período del año anterior. En ese sentido, a las presiones inflacionarias por los mayores precios de importación (derivadas de los incrementos de los costos de

energía) se sumarían aquellas causadas por la escasez de productos que se han encarecido por los altos costos de los fletes (BCRP, 2021).

Las compañías nacionales incursionan en los mercados extranjeros mediante la internacionalización, principalmente en la exportación. Para la exportación, es necesario considerar diversos elementos externos e internos, por lo que es fundamental la implementación de las estrategias en la mejora de la competitividad de los procesos y productos. El país es conocido por su exportación en los productos con calidad, entonces, la problemática está centrada por la competitividad de los procesos, específicamente, en las fases de la logística como el transporte internacional (Huaman y Puente, 2018).

La empresa agroexportadora Sociedad Agrícola Drokasa S.A se encarga de exportar diversos productos agrícolas, se tiene que considerar que este tipo de productos son delicados, por tanto, para que lleguen a un buen estado y se mantengan su característica se debe tener cuidado con los diversos factores que empiezan desde la producción hasta que llegan al consumidor. En la actualidad, la empresa evidencia problemas al exportar sus productos por los altos costos del transporte marítimo, principalmente, debido al elevado precio del flete marítimo, gastos de aduanas y portuarios.

A pesar de que la empresa procura brindar productos de calidad con precios razonables, de continuar con esta problemática, la competitividad de las empresas se verá perjudicada, por lo que no continuará ofreciendo sus productos en el mercado internacional y no será posible continuar obteniendo rentabilidad porque no puede continuar satisfaciendo a un mercado que cada vez es más competitivo. En ese marco, el estudio buscó encontrar como el costo de transporte marítimo influye en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima.

En la actualidad, el costo de transporte marítimo se ha incrementado de manera significativa, lo cual está afectando a las empresas que se dedican al comercio internacional, en el caso peruano, está afectando a las agroexportadoras, el incremento de los costos marítimos está afectando al precio de los productos en el mercado intencional, lo cual estaría generando menos competitividad de la empresa local frente a la empresa de los otros países, en ese sentido, se realizó la investigación.

La investigación tiene importancia por el hecho que está enfocada a estudiar al transporte marítimo, lo cual representa al medio de transporte más utilizado para el comercio en todo el mundo, por tanto, sin este tipo de transporte no sería posible importar y exportar los productos agrícolas. En ese sentido, el estudio estará centrado a conocer los costos que conciernen pagar para transportar los productos en transporte marítimo y también la competitividad, porque es importante que la agroexportadora tenga conocimiento sobre sus deficiencias para fortalecerlas y continuar en el mercado.

Por consiguiente, el estudio contribuirá con información que evidencia el impacto del costo de transporte marítimo en la competitividad de la agroexportadora Sociedad Agrícola Drokasa S.A. Dicho análisis se realizó bajo los conceptos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para la variable costos de transporte marítimo y la teoría de ventaja competitiva de Porter para la variable competitividad. Las evidencias teóricas que se encontrarán pueden ser tomados como referencias por futuras investigaciones. Esto ayudará a mejorar el desarrollo empresarial del sector de transporte marítimo en la región de Lima, ya que significa una base principal para la innovación del sector y lograr un desarrollo provechoso para la comunidad.

El estudio presenta viabilidad, porque se contó con recursos económicos y el acceso a información bibliográfica (libros, tesis, artículos científicos, informes, etc.) para el desarrollo y sustento de la investigación. Sin embargo, una de la limitación que se presentó, fue en la aplicación presencial de los instrumentos de investigación, ya que en la actualidad se continúa con la pandemia del COVID-19, otra limitación es la carencia de antecedentes que hayan trabajado temas con las mismas variables del presente estudio, puesto que estas informaciones son esenciales para realizar las discusiones de los resultados que se obtendrán. La investigación no será financiada por externos, esta será a cuenta del investigador, el cual cubrirá todos los gastos necesarios en realizar el estudio.

El estudio se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, tipo básico, diseño no experimental y nivel correlacional; la población estuvo conformada por 86 colaboradores de la agroexportadora Sociedad Agrícola Drokasa S.A y la muestra fue de 70 colaboradores.

Para el desarrollo de la investigación se estructuró en 5 capítulos: En el capítulo I, se establece el marco teórico donde se abordaron los antecedentes nacionales e internacionales, las bases teóricas y definiciones conceptuales sobre las variables. En el capítulo II, se establecen las hipótesis y variables en el que se abordó sobre la formulación de hipótesis, las variables y definición operacional. En el capítulo III, denominado como metodología de investigación, se planteó el diseño metodológico, el diseño muestral, técnicas de recolección de datos, técnicas para el procesamiento de información y los aspectos éticos. En el capítulo IV, se establecen los resultados de las variables y dimensiones. En el capítulo V, denominado como discusión, se abordó la contrastación de los resultados con

diversos estudios. Se concluyó con las conclusiones, recomendaciones, fuentes de información y anexos que facilitaron el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Sobre el costo de transporte marítimo y la competitividad en empresas agroexportadoras se han realizado diversos estudios, debido que el comercio intencional entre las naciones se ha incrementado de manera significativa en los últimos años, siendo el costo una barrera significativa para el comercio intencional.

1.1.1 Antecedentes nacionales

A continuación, se procede a redactar las investigaciones nacionales que se consideran relevantes para el desarrollo del presente estudio.

En el ámbito nacional, está la investigación de Arredondo (2020) sobre: “La logística internacional y su competitividad en el transporte marítimo de la Agencia de Carga BSZ Logistics S.A.C - Callao 2019”, para obtener el título profesional en Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, cuyo objetivo fue determinar si la logística a nivel internacional se relaciona con la competitividad de los transportes marítimos. La metodología fue de enfoque cuantitativo de alcance correlacional; la población estuvo conformada por 48 trabajadores y la muestra de 43 trabajadores, se les aplicó el cuestionario. Se concluyó, que el incremento de los flujos de costos de transporte y el alza de los costos de los materiales disminuyen la competitividad de las empresas dedicadas a este rubro. Asimismo, se encontró que un adecuado manejo de los costos operativos permite simplificar las gestiones logísticas, lo que incide en desarrollar una buena competitividad en las empresas del sector mediante el liderazgo de los costos. Se recomienda que se tiene que estar en constantes

cambios estratégicos consolidando alianzas con nuevos clientes, mejorando rutas de destino, reduciendo tiempos innecesarios.

Arroyo (2020) desarrolló un estudio denominado: “Prácticas comerciales anticompetitivas de empresas marítimo portuarias transnacionales y competitividad de las mype transportadoras de contenedores del Callao, 2017”, para obtener el grado de maestría en Administración Marítima y Portuaria de la Universidad Nacional del Callao, cuyo objetivo fue analizar los impactos de las actividades comerciales en las redes de las compañías marítimas de los puertos con la competitividad de las mype. La metodología fue de enfoque cuantitativo; método deductivo y tipo descriptivo; la población fue de 192 empresas y la muestra de 129 empresas, a los que se les aplicó la encuesta como técnica. Se concluyó que, los impactos de las redes que emplean las compañías marítimas de los puertos no ayudan a mejorar el transporte de los contenedores haciendo que disminuya la competitividad de las mype que se desarrollan en esta área. Se recomienda que las entidades competentes fiscalicen las tarifas por fletes de tracción, así como desde y hacia el puerto y los costos logísticos extraportuarios para evitar distorsiones o abuso de posición de dominio en el mercado, teniendo en cuenta que los fletes deben cubrir costos fijos y variables.

Gamonal e Izquierdo (2020) desarrollaron un estudio denominado: “El impacto de sobrecostos logísticos en la competitividad de las exportaciones de productos perecibles”, para obtener el título profesional en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Tecnológica del Perú, cuyo objetivo fue realizar la evaluación de los impactos de sobrecostos en la competitividad de exportaciones. La metodología fue de nivel descriptivo, enfoque cualitativa

y no experimental; con una población de 2 especialistas, a los que se les aplicó la entrevista como técnica. Se concluyó que, los principales costos logísticos en el proceso de exportación como las comisiones de agente de aduanas, combustible y seguridad incurridos dentro de los puertos del Callao hacen que haya una disminución en la competitividad de las empresas exportadoras. Se recomienda que empresas exportadoras creen nuevas estrategias para disminuir algunos costos que intervienen en el proceso de exportación, también denunciar los abusos que están cometiendo los operadores logísticos, sobre todo los recargos que se consideran sobrecostos logísticos.

Nizama (2020) desarrolló un estudio denominado: “El transporte marítimo internacional en el ámbito del desarrollo comercial peruano 2018”, para obtener el grado de maestría en Administración Marítima Portuaria de la Universidad Nacional del Callao, cuyo objetivo fue establecer si los transportes marítimos internacionales tienen relación con los desarrollos competitivos comerciales del Perú. La metodología fue no experimental, alcance correlacional y enfoque cuantitativo; con una muestra de 54 expertos; a los que se les aplicó la encuesta como técnica. Se concluyó, que los transportes marítimos que se encuentran en un estado óptimo y con buena infraestructura hace que la competitividad aumente haciendo que mejore el desarrollo comercial peruano. Se recomienda fortalecer el desarrollo de la infraestructura portuaria peruana, debido a que mientras se tenga puertos en óptimas condiciones, el desarrollo comercial peruano seguirá incrementándose.

Campos (2018) desarrolló un estudio denominado: “El Comercio Internacional y la Competitividad en el Transporte de carga marítima en las rutas de China a Perú”, para obtener el título en Negocios Internacionales de la Universidad

César Vallejo, cuyo objetivo fue determinar la influencia de los comercios internacionales y la competitividad en los transportes de mercancías marítimas. La metodología fue diseño no experimental, correlacional y enfoque cuantitativo; la población estuvo conformada por 25 trabajadores. La técnica que se utilizó fue la encuesta. Se concluyó que, mientras exista un déficit de infraestructura portuaria y los costos de movimientos de dichas cargas sean muy elevadas no habrá un liderazgo de los costos, por lo que generaría una disminución de los comercios internacionales. Se recomienda a los importadores y exportadores a nivel nacional, conocer más sobre los servicios de transporte de carga marítima.

1.1.2 Antecedentes internacionales

A continuación, se procede a redactar las investigaciones internacionales que se consideran relevantes para el desarrollo del presente estudio.

En el ámbito internacional, está el estudio de Cortés (2021) desarrolló un estudio en México denominado: “Comercio internacional en el transporte marítimo en Norte América, 1997-2017: un modelo de datos panel”, para obtener el grado de maestría en Ciencias en Negocios Internacionales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, cuyo objetivo fue establecer si la productividad de los puertos con las inversiones extranjeras influye en los comercios internacionales de los transportes marítimos. La metodología fue de alcance correlacional, enfoque cuantitativo y diseño no experimental; la población fueron los países cuentan un tratado libre comercio con México y en la muestra se analizó a los países de México, Canadá y Estados Unidos; se empleó un modelo econométrico. Se concluyó que la productividad en el puerto y las inversiones extranjeras ayudaron en los

comercios de transportes marítimos, lo cual generó beneficios como mantener los costos estables, durabilidad de productos, etc. Por tanto, la productividad de las empresas portuarias se ve beneficiadas y van en aumento debido a los costos en el comercio de transporte marítimo. Se recomienda fomentar el uso de las tecnologías, existencias o creación de plataformas que puedan agilizar los procesos de aduanas y optimizar los procesos.

Lozano (2021) desarrolló un estudio en Colombia denominado: "Impacto del transporte marítimo de China y Estados Unidos, coyuntura de Colombia en el comercio internacional", para obtener el título profesional de Comercio Internacional de la Universidad Antonio Nariño, cuyo objetivo fue analizar impacto del transporte marítimo con la productividad de las compañías exportadoras. La metodología fue descriptiva y enfoque cualitativo; la población fue de 20 investigaciones; la técnica que se utilizó fue en análisis sistemático. Se concluyó que los puertos brindan una adecuada operación en los comercios de las mercancías que son transportadas marítimamente, por lo que hay un aumento de la competitividad en el sector, el cual es un aspecto relevante en los comercios internacionales, por los controles, seguridades y costos operativos. Por consiguiente, las buenas operaciones que se realiza en los puertos se ven reflejada en la productividad de las empresas exportadoras en relación con los costos y seguridad de movilidad. Se recomienda que el gobierno se interese en la inversión de los puertos marítimos, dado que es una clave importante para la economía del país y se obtiene mayores ingresos extranjeros.

Justavino-Castillo et al. (2020) desarrollaron un estudio en Panamá denominado: "Efectos de la sostenibilidad y del valor logístico en las relaciones

entre empresas de transporte marítimo”, publicado en la revista Estudios Gerenciales, cuyo objetivo fue analizar el aspecto competitivo de las compañías navieras y su relación con el costo y calidad de servicio. La metodología fue diseño no experimental, enfoque cuantitativo y relacional; la muestra fue de 50 voluntarios, a quienes se les aplicó un cuestionario. Se concluyó, que las prácticas sostenibles en la línea económica, social y ambiental generará un aumento de la competitividad, a la vez, habrá una disminución en el costo de los servicios desarrollados por navieras. Se recomienda que para que las empresas mejoren su productividad y competitividad deben preocuparse por aplicar prácticas de sostenibilidad desde un enfoque de triple línea base (económica, social y ambiental).

Quiroga (2019) desarrolló un estudio en Colombia denominado: “Análisis de los efectos de la globalización en el transporte marítimo y el desarrollo portuario”, para obtener el grado de maestría en Relaciones y Negocios Internacionales de la Universidad Militar Nueva Granada, cuyo objetivo fue realizar el análisis de los impactos de los costos involucrados en los transportes marítimos y para desarrollar la competitividad portuaria. La metodología fue de enfoque cualitativa; la población fue de 22 investigaciones, y la técnica fue el análisis sistemático. Se concluyó, que para un buen desarrollo competitivo y crecimiento de los transportes marítimos es necesario las transformaciones tecnológicas en las embarcaciones e infraestructura, para así poder obtener una disminución en los costos productivos y en los costos del transporte. Por tanto, el costo de transporte y producción influyen en el desarrollo competitivo de las empresas portuarias. Se recomienda mejorar el tiempo en las

operaciones del puerto, debido a que la demora que existe en los puertos afecta en la competitividad ante los mercados externos.

Palermo (2018) desarrolló un estudio Venezuela denominado: “Análisis comparativo de los costos de transporte marítimo y terrestre de las importaciones de Producto Alpina CA”, para obtener el grado de maestría en Negocio Marítimo de la Universidad Marítima del Caribe Granada, cuyo objetivo fue estudiar la competitividad de la compañía en relación con el costo de transporte. La metodología fue no experimental y de enfoque cuantitativo; la población estuvo conformada por 50 colaboradores; el instrumento que se usó fue el cuestionario. Se concluyó que, la localización de la planta del proveedor disminuye la competitividad del transporte marítimo, ya que genera más costos. Por lo tanto, la ventaja competitiva del transporte marítimo se verá influida por los costos que están involucrados en todo el proceso. Se recomienda mejorar las condiciones de las fronteras para que posibilite una ventaja competitiva de costo.

1.2 Bases teóricas

El presente tema de investigación con respecto a los costos de transporte marítimo y la competitividad son términos que necesitan ser estudiados para una mejor comprensión del estudio. En ese sentido, en el siguiente apartado se procede a explicar sobre los conceptos y teorías que fundamentan a las variables de estudio.

1.2.1 Costo de transporte marítimo

La variable de costos de transporte marítimo representa a una terminología muy utilizada en los puertos marítimos donde se realiza actividad comercial, siendo

fundamental conocer los aspectos que atribuyen al costo del transporte de mercancías por vía marítima, que se presentan a continuación.

1.2.1.1 Definición del costo de transporte marítimo

Este tipo de costo es determinado por los fletes marítimos, que corresponde a los costos con mayor importancia en los transportes vía mar. Está relacionada con la definición del transporte de contenedores de un puerto hacia otro, el cual cambia con el pasar de los años y presenta fluctuaciones de acuerdo a las demandas y ofertas de diversas rutas (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2015).

El flete se refiere a los precios que se dan por el transporte marítimo o los servicios que se requieren para usar el buque, es así que existen las influencias de diferentes factores tales como las características y naturaleza de las mercancías, velocidad, riesgos, los factores de estiba (corresponde la relación del espacio y peso que se ocupa en la bodega), también se incluyen los costos portuarios con todas las etapas (estiba, carga o embarque del puerto de salida, desestiba, transporte, desembarque o descarga al puerto de llegada) (MINCETUR, 2015).

El recargo por los fletes vía mar tiene constantes cambios que depende de temporadas, como, por ejemplo, en temporadas altas las tarifas son bastante altas y como cuentan con normativas, son las navieras quienes aprovechan esto para aplicar diversos sobrecargos como medio de justificación. Por tanto, los recargos en mención se dan para cubrir los costos adicionales que son temporales, para así evitar que se ajusten las tarifas de los fletes constantemente (MINCETUR, 2015).

1.2.1.2 Dimensiones del flete marítimo

Para los recargos de los fletes marítimos, según el MINCETUR (2015), tienen tres dimensiones:

Recargo por combustible: Es necesario que se mantenga una tarifa de flete estable cuando los precios del combustible cambian muchas veces o de forma inesperada (en especial, por las fluctuaciones de los precios internacionales del petróleo) y de forma eventual, los costos del combustible que no se pueden cambiarse se integran en los fletes marítimos básicos y se da un bunker surcharge. / bunker adjustment factor residual.

Recargo por ajuste monetario: Es aplicado en el momento que el porteador incurre a los costos en diversas monedas y son muchos los porteadores que incurren en el mismo elemento de costo con distintas monedas. Son costos ajustados con relación a la moneda de tarifas, que, por lo general, corresponde al dólar estadounidense. Por tanto, se incurre a seleccionar una canasta majestuosa con monedas y el Currency Surcharge (C.S) / currency adjustment factor (CAF), que cambia cuando se produce un cambio en la ponderación frente al dólar estadounidense (es posible aplicar diversas C.S/C.A.F. en diferentes zonas geográficas).

Gastos de terminal: Se trata de un importe fijo por cada contenedor que se encarga de cobrar el porteador a los usuarios, normalmente debido al recargo del flete vía mar. Además, cambia según el puerto en cuestión y lo que está incluido en el terminal handling charge (THC) inclusive pueden cambiarse los que no están incluidos. El THC es aplicado solamente a los puertos extranjeros, al instante que los gastos del terminal no están incluidos en la tarifa base. En

el puerto de llegada el pago le corresponde al comprador extranjero, en situaciones de las cargas de exportaciones, mientras que en el puerto de inicio el pago le corresponde al vendedor extranjero en situaciones de mercancías importadas.

Si tiene una empresa pequeña y necesita enviar un paquete a otro país, transportar el envío por mar puede ayudarle a ahorrar dinero. Los transportistas marítimos cobran por contenedor, en lugar de por volumen. Esto significa que cuantos menos contenedores necesite enviar, más barato será su envío. También es conveniente visualizar otros costos relacionados a las inversiones como la mejora en la digitalización de procesos marítimos, mejoras en infraestructuras portuarias o muelles, accesos náuticos (Naciones Unidas, 2019).

1.2.1.3 El transporte marítimo

Corresponde a los traslados de pasajeros o cargas por vía marítima de un determinado país hacia otro, mediante los siguientes medios de transportes como los barcos o demás clases de embarcaciones de acuerdo a los tipos de mercancías que se desea transportar. El transporte marítimo continúa siendo un pilar de los comercios y las cadenas de suministros de sectores como las manufacturas, porque más de cuatro quintas partes de los comercios a nivel mundial de las cargas por volumen son transportados vía marítima (Naciones Unidas, 2019).

A continuación, se detallan las características con mayor relevancia de los transportes marítimos: a) El carácter Internacional: Por el hecho que corresponde a la única forma económica de mover inmensos volúmenes de cargas de sitios geográficamente lejanos. b) La capacidad: Desde hace varios

años atrás, el tonelaje de las embarcaciones superó el medio millón de toneladas por peso muerto (conocido en español TPM o en inglés DWT) por los inmensos petroleros. c) La flexibilidad: Se logra mediante la capacidad de utilizar embarcaciones pequeñas (100 TPM) hasta el Very large crude carriers (VLCC). d) La competencia: Aunque existe las protecciones por distintos países, la gran cantidad de los tráficos internacionales que existen se dan por el régimen de libre competencia de acuerdo con las normativas del mercado de los fletes. e) La versatilidad: Por una amplia gama de embarcaciones aptas para cualquier tipo de carga (MINCETUR, 2015).

Los transportes vía marítima son conocidos como un campo con mayor complejidad por ser multilateral y contar con carácter intrínseco internacional. Las características mencionadas proponen desafíos analíticos con mayores dificultades, por el hecho que dicho sector está en actividad por factores de producción u otro sector económico y actividades tales como la pesca, energía, comercio y turismo. Estas complejidades también ilustran la importancia de tener datos y números concretos para crear políticas sólidas en todas las carteras y asegurar políticas con equilibrio (Naciones Unidas, 2019).

A lo largo de la historia, las organizaciones del rubro de las navieras han intentado centralizar su negocio en función con demás actores del mercado en determinados momentos, porque se han dado cuenta de beneficios de las economías de escala y aglomeración. Que han originado el desarrollo de las estrategias centradas en *hub & spoke* (donde los centros corresponden a los nodos de los servicios con altos volúmenes con el propósito de realizar intercambios de cargas y trasladarlas a las rutas secundarias) y de acuerdos de reparto de fuerza de los transportes, en diversas versiones. Por lo que, las

diferentes estrategias de las compañías navieras, los equilibrios de los poderes entre ellas, los importadores y exportadores, los puertos y limitaciones que tienen relación con los transportes por carretera que pueden afectar en las características, evolución y competencias de los transportes marítimos (Sánchez, 2019).

El fijar los precios en mercados que corresponden a la industria marítima tienen una dependencia en gran medida de las competencias efectivas, puesto que los diversos impedimentos a la libre competencia y las posibilidades de falla del mercado, tales como los oligomonopolios, monopolios y colusiones; tendrán un impacto en la estructura de los precios lo cual asume que mientras más alejado sea el mercado del modelo de competencia perfecta mayor será la diferencia entre precio y costo marginal. Las rutas de comercios cuentan con distintos niveles de competencias. En general, hay una tendencia inexorable hacia la concentración que podrían llevar, en algún momento, a adquirir dominio de mercado. Sin embargo, cada mercado es diferente y la reacción a la tendencia general tiene ritmos variados en los distintos mercados (Sánchez, 2019).

Para realizar este tipo de transporte es necesario los contratos, es por ello que el contrato de los transportes por vía marítima, de acuerdo a las normas de la Haya, es considerado como lo comprobado por conocimientos de los embarques u otros tipos de documentos semejantes autorizados para transportar mercancías vía marítima; además del documento o conocimiento semejante emitido por medio de un contrato de fletamentos, lo cual rige la relación entre los transportadores y el propietario de dicho documento (MINCETUR, 2015).

Para el MINCETUR (2015) las tarifas de los fletes y otros conceptos que se incluyen se determinan por el transportista junto al usuario que se especifica en un contrato de transportes vía marítimo, en la que se pueden pactar condiciones según estos lineamientos:

Transporte marítimo de puerto a puerto: La tarifa tiene un elemento importante que son los fletes marítimos básicos. Desde que el contenedor se convirtió en unidad de carga, ha sido simplificado, y se realiza la cobranza a los usuarios que embarcan contenedores con cargas completos (FCL) los niveles de fletes marítimos básicos por cada contenedor (FCL) que se aplica a la clase respectiva según la carga (CBR o Container Box Rate), en vez de realizarlo por tonelada de mercancía en el contenedor.

Transporte marítimo de puerta a puerta: Las tarifas completas desde el punto de inicio hasta el destino está sujeta a los cargos por transporte terrestre (inland haulage) y costos en la manipulación portuaria.

Transporte marítimo de puerto a puerta: Es la exclusión de los fletes que cobran los porteadores de los fletes terrestres de inicio y los cargos que ocurren en el puerto de la embarcación.

Transporte marítimo de puerta a puerto: Es la exclusión de los fletes que cobran los porteadores en relación con el gasto que se dan en los puertos por las descargas y los fletes por carretera en el destino.

1.2.1.4 Ventajas y desventajas del transporte marítimo

Según el Mincetur (2015) la ventaja del transporte marítimo internacional es que con este tipo de transporte es posible el desarrollo del comercio al exterior en una amplia escala con costos bajos a diferencia de otros medios de transportes. Además, de considerar que el planeta tierra se encuentra cubierta

en dos terceras partes de agua, por tanto, los seres humanos han encontrado formas de navegar por el agua. De todos los modos de transporte que existen es el de vía marítima debido a su capacidad la que transporta grandes volúmenes de cargas en el transporte internacional y, en esencia, permite el transporte de mercancías que en ocasiones generan dificultades de transporte por medio de otros transportes.

En cuanto a las desventajas, Quintero et al. (2018) refieren que los transportes vía marítima son lentos para moverse, con bajas penetraciones, por el hecho que aún es dependiente de los transportes terrestres para el acceso del inicio y la llegada de la carga; se encuentra fuertemente condicionada debido a factores externos, por ejemplo, el dique seco, almacenaje de mercancía, puerto, instalación de carga y descarga, canal de acceso, etc.).

Para aprovechar las ventajas y disminuir las desventajas es necesario el conocimiento de los indicadores del desempeño para el servicio de transporte marítimo, los cuales son relevantes herramientas analíticas para ayudar en la comprensión del alcance y la esencia de las problemáticas del ámbito portuario y marítimo, que presentan utilidad en la evaluación de probables consecuencias de las diferentes opciones de política. Asimismo, los indicadores son importantes en la autoevaluación y análisis de comparación, dos elementos claves para formular políticas que garanticen la evaluación del progreso de los objetivos y metas (Naciones Unidas, 2019).

De acuerdo a las utilidades de las estrategias y las prácticas de indicadores de desempeños, los indicadores que tienen parámetros multidimensionales incluyen diferentes factores, por ejemplo, la relación de costo con eficacia, sostenibilidad ambiental, eficiencia, acceso, rentabilidad, productividad,

conectividad e inclusividad social; son considerados con mayor frecuencia indispensable para los comercios marítimos y los usuarios, también para los responsables de las políticas y el estado (Naciones Unidas, 2019).

1.2.1.5 Las modalidades del transporte marítimo

Según el MINCETUR (2015) estas modalidades son dos, ya que las embarcaciones tienen la posibilidad de emplearse según los modos de operación o condiciones establecidos por los propietarios. Los transportes marítimos presentan una amplia cobertura para distintos tipos de mercancías, que incluyen las mercancías peligrosas:

El transporte marítimo de línea regular: Transporte que se conoce en inglés como “liner”, está orientado a explotar los buques mediante líneas regulares para brindar servicios de modo permanente de un tráfico definido que incluye las rutas y frecuencias regulares, de salidas y llegadas a los puertos integrados en los itinerarios y tarifas establecidos con anticipación. Este modo de transporte es la adecuada en la contenedorizada y carga general; que puede realizarse mediante los tráficos conferenciados, armadores que trabajan de manera independiente (outsiders) o en la modalidad de consorcio.

El régimen de fletamentos: Se desarrolla mediante el contrato de los espacios de cargas de una embarcación parcial o total, en la que se realiza un o más viajes establecidos, también para ser utilizado durante un tiempo. En el ámbito de los fletes existe una relación de contrato del fletador (cargador con un gran volumen de carga) y el armador fletante (navieros que cuentan con buques) que está establecido mediante un documento conocido como la póliza fletamento (charter party), con coexistencia en el conocimiento del embarque. El modo de tráfico “tramp” se caracteriza por el tráfico libre en contra de los

regulares o conferenciados. Este es el método habitual para transportar un gran volumen de cargas sólidas, líquidas o granel, así como también de numerosas cantidades de autos o plantas de fabricación completas.

Asimismo, para Quintero et al. (2018) los transportes marítimos tienen dos especialidades generales: Los transportes de las cargas fraccionadas y los transportes de cargas masivas. La primera se encuentra constituida por los productos que son heterogéneos, que necesitan de embalajes y los medios unitarios para ser transportados. El segundo, se encuentra constituido por los productos que son homogéneos, que no necesitan de embalajes tampoco de los medios unitarios para ser transportados, por ende, existe un mayor volumen. Por lo tanto, es posible identificar diferentes tipos de barcos según la naturaleza de las mercancías que se transportan.

1.2.1.6 Los servicios portuarios

Estos se refieren a actividades que se desarrollan en el recinto portuario, necesarias para su normal funcionamiento, para garantizar que se presten las mejores condiciones de calidad, seguridad, eficiencia, continuidad, regularidad, sin discriminación y eficacia. Al mismo tiempo se rigen por diversos principios como que las actividades portuarias se realizarán por medio del mercado libre con lealtad en competencias entre operadores de los servicios, con el propósito de promover el aumento del tráfico portuario y mejorar la competitividad; las libertades de accesos son reconocidos en las prestaciones de los servicios y en desarrollar actividades económicas en puertos (Quintero et al., 2018).

Los puertos consisten en infraestructuras esenciales para los comercios internacionales. Es la interfaz entre la tierra, el mar y el punto de convergencia

de diferentes modos de transporte, por tanto, los puertos sirven como puertas de entrada al comercio debido a que ofrecen accesibilidad a todos los mercados a nivel global, incluidos a los países que no cuentan con litoral. En la actualidad, es más frecuente que los puertos alineen sus operaciones a la sostenibilidad: por tanto, se brindarán grandes beneficios sociales, económicos y causarán impactos negativos mínimos al medio ambiente, razón por la cual están obligados a repensar su estrategia y operaciones (Naciones Unidas, 2019).

Con respecto a los beneficios económicos, todos los puertos están bajo la presión de mejorar la eficiencia y disminuir los costos. En entornos que están caracterizados por una mayor competencia intra e inter portuaria y por los incrementos en los tamaños de las embarcaciones, por lo cual las navieras están en la espera que los puertos realicen ampliaciones en la capacidad para permitir un manejo óptimo de cargas con un mayor volumen (Naciones Unidas, 2019).

1.2.1.7 Las funciones que desarrolla un puerto

Entre las funciones está cargar y descargar las mercancías de los buques, también de embarcar y desembarcar a los pasajeros (actividad relacionada a la transferencia de los medios marítimos y terrestres de los transportes), manipular las mercancías, depositar y almacenar, inspeccionar y controlar las mercancías de los administrativos públicos (sanidad y aduanas), consolidar y desconsolidar las cargas, servicios en el apoyo de los buques (reparar, atención de tripulaciones, aprovisionar y servicio auxiliar), además de los servicios con valor añadidos y la gestión de información intercambiada con los diversos actores involucrados en todas las etapas de la actividad (Quintero et al., 2018).

Según Quintero et al. (2018) para una adecuada eficiencia de las operaciones de los transportes de las mercancías vía marítima, se requieren de muchos colaboradores, por tanto, se distinguen los siguientes involucrados en el transporte marítimo:

Navieros: Garantiza la explotación de los buques, pudiendo ser el dueño o no de estos.

Fletadores: Es la persona natural o jurídica comprometida a realizar una o más travesías previamente acordadas con un buque determinado, o viajes ordenados dentro de un plazo determinado, según condiciones establecidas en un contrato.

Capitán: Es la persona que ejerce el mando en el buque. Además, de la responsabilidad técnica (la dirección del buque), cuenta con responsabilidad en temas procesales, jurídicos y notariales.

Cargador: Su responsabilidad es la entrega de las mercancías por cuenta del fletador según lo pactado en un contrato.

Consignatario de buque: Es la persona que está encargada de la representación del buque frente a las autoridades de los puertos.

Consignatario de carga: Es la persona a la cual que se le hace entrega todas las mercancías en el destino.

Corredor de buques y/o cargas: Es la persona que actúa como intermediario fletador, por el que es responsable de contactar con el fletador y el naviero, además de concluir con los contratos de fletamentos.

Estibadores: Son las personas que cuentan con la función de cargar y descargar las mercancías en los puertos.

Transitarios: Persona que tiene la responsabilidad en la coordinación de los tramos marítimos y terrestres de una operación multimodal.

1.2.1.8 Supervisión y control del transporte marítimo

Las aduanas de vías marítimas están encargadas de la supervisión de lo que ingresa y sale, desde el puerto de inicio hacia el puesto de llegada. Es a través de esta forma de aduana que ingresan la mayoría de los productos, muchas veces provenientes de los países más lejanos, que no podría ser posible trasladar por vía terrestre, que, además, por aire sería aún más complicado debido a las cantidades de mercancías que son transportadas. Asimismo, como actores gubernamentales, la aduana está obligada por ley a que la información se realice acatando lo establecido en las normativas. Las estrategias con mayor efectividad para exportaciones e importaciones son maximizar las cantidades de información que son enviadas a la aduana antes de que las embarcaciones lleguen a la frontera, es decir, buscar intermediarios que tengan una interfaz electrónica con la aduana (Cortés, 2021).

Por lo que, los recibidores y embarcadores deben informarse sobre la clasificación aduanera y las normas obligatorias relacionadas, y realizar la inspección previa al primer envío de cualquier producto nuevo. La consistencia y velocidad al despacho de la aduana son determinantes clave del desempeño logístico general y del factor importante en las decisiones de localización (Cortés, 2021).

En el mercado internacional el control de los transportes marítimos conforma un factor relevante, por el que es uno de los diversos medios utilizados para el transporte físico de las cargas y mercancías, desde un punto de origen que

existe la posibilidad de que sea vendedor o exportador hasta el punto de llegada en la cual está en el que compra o importador, en tiempo, calidad, cantidad y los costos con mayor efectividad para las partes mencionadas (Lozano, 2021).

Según Lozano (2021), se identifican los dos servicios:

Exportaciones: los cuales tienen una mayor relevancia para todos los países puesto que son ingresos extranjeros con relación al balance comercial. Los países buscan una mayor rentabilidad, oportunidades en el mercado, grandes beneficios, ventajas competitivas, porque las demandas internas no cubren totalmente el gasto público.

Importaciones: estrategias con costos más económicos y precios competitivos, son beneficiosos si estos no superan las exportaciones de un país, esto puede realizarse directamente con el proveedor, lo cual crea una ventaja al comprador por el hecho que brinda la calidad, variedad en los servicios y bienes que son adquiridos de otra nación, además, suponen una desventaja por la competencia local porque el dinero va y viene de otro país que podría invertirse, crear puestos de trabajo y crecimiento en ese mismo país.

1.2.2 Competitividad de las empresas

La variable competitividad de las empresas es la base para el desarrollo de un negocio, en ese sentido, se presentan definiciones relacionadas sobre la variable y la teoría que lo sustenta.

1.2.2.1 Definición de competitividad de las empresas

La competitividad implica que una empresa sea capaz de atraer y retener clientes, generar ingresos y obtener beneficios de manera sostenible en un

entorno empresarial dinámico y competitivo. Una empresa competitiva busca crear y mantener una ventaja sobre sus competidores, ya sea mediante la diferenciación de productos, la excelencia operativa, el enfoque en un nicho de mercado específico o una combinación de estos factores. (Acosta-Medina et al., 2019).

La competitividad de las empresas se refiere a su capacidad para mantener y mejorar su posición en el mercado en relación con sus competidores. Es la habilidad de una empresa para ofrecer productos o servicios que sean valorados por los clientes y que la distinguan de otras empresas en términos de calidad, precio, innovación, servicio al cliente, eficiencia y otros factores relevantes. (Porter, 2008).

1.2.2.2 Teoría de ventaja competitiva:

Se considera ventaja competitiva a aquella habilidad estructural que tiene como finalidad mejorar el rendimiento de la empresa y permitir que en sus actividades de ventas o servicios florezcan uno o más diferenciadores, ayudando a que la empresa sea priorizada en el mercado (Porter, 2008).

Se ha enfatizado el valor del mercado como aquel que asigna los recursos y medios de aumento y desarrollo, mientras que el papel del Estado es solo un medio para lograr eficiencia, eficacia y equidad en el crecimiento social. Así, la competitividad asociada al liderazgo le permite abarcar sectores del mercado que son cada vez más diversos y exigentes. Debe haber la presencia de ventaja comparativa para ser competitivo, pero no todos los que tienen esta ventaja pueden liderar el mercado. Pero cuando se trata de estar por delante de la

competencia, se necesita un elemento adicional: el cual no se trata de brindar costo más bajo, sino ser el mejor en el mercado (Porter, 2008).

Porter (2005) señala que buscar el liderazgo en la generación del producto o servicio final no lo es esto, sino, también es necesario esforzarse por ser líderes competitivos en aquellas elaboraciones intermedias. El éxito competitivo necesita de un ambiente estable, así como, un gobierno que apoye la competitividad a través de políticas e infraestructura apropiadas; todos los elementos que forman parte de la cadena de valor deben ser eficaces.

Entran en acción las cinco fuerzas competitivas (Participantes potenciales, compradores, sustitutos, proveedores y competidores de la industria) evidencian la competencia de la industria no se limitan a aquellos sectores que tienen un alto renombre; sino, que los clientes, proveedores, entrantes potenciales y sustitutos son los competidores de las organizaciones, y su importancia recae a los momentos y en el contexto en que se encuentre dicha compañía, por lo que, si se emplea estas fuerzas habrá una intensidad de la competencia y rentabilidad en la industria, ya que contarán con estrategias eficaces que le permitan sobresalir (Porter, 2008).

Siguiendo lo descrito, es por ello que, si una empresa tiene una posición sólida en una industria donde los recién llegados potenciales están seguros, obtendrá pocas ganancias cuando se enfrente a alternativas más baratas y de mayor calidad. Incluso si no hay un producto sustituto, el acceso a otras empresas está bloqueado y la dura competencia entre rivales limita las posibles ganancias. Un buen ejemplo, es la economía de la competencia perfecta, donde la entrada es libre, las empresas carecen de poder de negociación sobre

proveedores y clientes, y la competencia no se puede controlar porque todas estas generan servicios y productos que son similares (Porter, 2008).

La tecnología tiene una alta contribución para acceder a la ventaja competitiva, el cual tiene un rol importante para determinar los costos y poder marcar el elemento distintivo. También es parte de cualquier tarea relacionada con la valorización y está involucrada en el establecimiento de vínculos entre actividades, es razonable que pueda tener un impacto significativo en los costos y las diferencias. Esta influye en los impulsores de costos y en los elementos de las acciones de valor, también son dirigidas para actividades que impulsan el valor, el cual puede ser el resultado de otros factores, como el tamaño, el tiempo o la interdependencia que tiene en el sector (Porter, 2005).

Según Porter (2005) el cambio tecnológico en las organizaciones tiene como resultado la buena organización y sus ventajas en los siguientes aspectos:

El aplicar este cambio va a disminuir los costos o puede incrementar el aspecto de diferencia y las ventajas son permanentes. Este puede aumentar la ventaja competitiva si reduce los costos o crea diferenciación y evita la imitación. Los factores que determinan la durabilidad de una ventaja tecnológica se describen a continuación:

- Cambia los factores de costo y de la peculiaridad en beneficio de la empresa.
- Cambiar lo tecnológico en las actividades relacionadas con el valor, o del producto, es una vía para modificar el valor que podrá tener cuando sea el resultado final y, posiblemente, tenga un alto impacto en los generadores de costos y de la singularidad de la operación. Incluso imitar el cambio tecnológico puede conducir a una ventaja competitiva para la empresa si inclina los inductores a favor de la empresa.

Ser el iniciador de optar por dicho cambio significa ganar una buena ventaja, ya que el beneficio que brinda la tecnología, se ve reflejado en las actividades productivas. Incluso cuando se sigue a un innovador, ser el primero en aplicarlo puede tener muchos beneficios de alto valor, ya sea en costos o una diferenciación que persistirá mucho después de que se pierda la ventaja tecnológica. Más adelante se identifican las ventajas y las desventajas del pionero.

Los cambios han mejorado las bases de las industrias enteras. Es deseable el poder cambiar las tecnologías dentro de las organizaciones para mejorar la estructura de la misma, aunque sea fácil de poder imitarlo.

1.2.2.3 Dimensiones de la competitividad

Porter (2008) señala que en el aspecto competitivo hay tres estrategias generales para aplicar en cualquier sector empresarial; estas se pueden implementar de modo individual, no obstante, en muchos casos se pueden combinar entre sí para asegurar que el valor de la empresa aumente. Las estrategias generales sirven para superar a los competidores de la industria:

El liderazgo en costos: es intuitivo y de fácil manejo para las empresas que quieran ofrecer un producto en el mercado por menos del precio de venta de otra empresa. Esta necesita un enfoque prioritario en la reducción de los costos de producción, el cual tiene varias vías para poder lograrlo. El ser un líder en costos requiere construir activamente instalaciones de escalamiento eficientes, buscar activamente reducciones de costos basadas en la experiencia, controlar estrictamente los costos fijos y variables, evitar cuentas de clientes pequeños y minimizar costos en los departamentos como investigación y desarrollo,

además, se tiene que impactar con las ventas por medio de la publicidad. El tema principal de la estrategia es el menor costo que hay en el mercado, pero no se puede ignorar la calidad, el servicio, etc.

Diferenciación: es la alternativa más eficaz para empresas que quieren consolidarse como una entidad atractiva en el mercado, el cual no se rige por altas tasas de consenso en general, sino que buscan a clientes que deseen adquirir características únicas, productos especiales y diferentes a los que ofrecen las diversas organizaciones. Las acciones orientadas a esta estrategia podrían ser: mayor valor de las materias primas en comparación con los productos, atención al cliente con alto valor, garantía de seguridad para los compradores a lo largo del tiempo y ofrecer diseños de productos exclusivos que atraigan a los clientes. La diferenciación ayuda a proteger a la organización contra la competencia porque los clientes son leales y son menos sensibles al precio.

Especialización: Implica centrarse en un determinado sector de mercado y proporcionar el mejor producto que se ajuste a las necesidades reales de los postores. Un enfoque está en un grupo específico de compradores, en línea concreta de productos, al igual que la diferenciación toma muchas formas. Está basado en que la empresa podrá servir a su segmento mejor que sus competidores, y no importa si está en un mercado más grande. Así, sobresale al satisfacer la demanda del mercado, a un precio más bajo, o al lograr ambas cosas. Aunque esta estrategia no es de bajo costo, ni sobresaliente desde una perspectiva masiva, logra uno o más de sus objetivos.

1.2.2.4 Importancia de la competitividad empresarial

El valor que tiene la competitividad está en poder administrar los recursos de la organización, aumentar la productividad y entender las necesidades del mercado. Además, la competitividad de una empresa es el resultado de la ventaja competitiva que ésta tiene por medio de las diferentes estrategias aplicadas en su sector, a través de la forma en que se produce y organiza en comparación a la competencia (Ibarra et al., 2017).

La competitividad que se da entre las empresas es fundamental no solo para los compradores, sino, para cualquier empresa, porque lograrlo conduce al posicionamiento y preferencia de los clientes frente a otras empresas. Además de motivar a los compañeros a permanecer en la organización, esto es obvio, porque lograr el éxito, o al menos los resultados deseados, dependerá en gran medida del comportamiento de la organización que será capaz de sobresalir y destacar entre la multitud. Asimismo, las empresas lo hacen ofreciendo los mejores productos y a buenos precios, definiendo claramente su público objetivo, proyectando nuevas formas de distribuir el bien, desarrollando ideas, etc. También cómo publicitar sus productos en las redes, aportando factores que las diferencien de otros (Rodríguez y Saldaña, 2021).

1.2.2.5 Factores que determinan la competitividad de las empresas

Muy aparte de los elementos en lineamiento económico, sean o no atribuibles a las actividades de prestación de un producto o servicio, incluido el costo de los salarios que son de interés para el empleador, existen otros factores de igual o mayor impacto en la competitividad de la empresa (Giménez citado en Otero, 2021).

Para Giménez (citado en Otero, 2021), los factores que están involucrados en la competitividad empresarial son los siguientes:

Cultura de compañía. Esta ha pasado a ser uno de los elementos básicos de la diversificación y distinción empresarial. Es entendido que por este tipo de cultura donde las personas de la institución trabajan sus jornadas de manera diaria y con eficacia. Así es como se demuestra el estilo de liderazgo que tiene la compañía a través de sus acciones. Entonces la cultura es el principal motor de todas las políticas, prácticas y procedimientos dentro de la organización y el cual impulsa el desempeño de los empleados.

Experiencia de empleo. A causa de lo anterior, la experiencia de los empleados es cada día más importante para las organizaciones. Se dirá que se hace felices a los clientes, si se hace felices a los colaboradores. Muchas empresas se están moviendo en esta dirección e intentan atraer a clientes que valoran el profesionalismo del empleado.

Talento. Es otro elemento muy importante para establecer la competitividad en la empresa. De lo que se habla hoy va más allá del talento que puedan tener los empleados a lo largo de los años, porque dentro de la organización hay diferentes generaciones con experiencias y vivencias muy diferentes.

Construir comunidad con el cliente. Es de conocimiento que los clientes necesitan que sus valores se reflejen en su comportamiento de consumo. Como resultado, adquirirán insumos o servicios para utilizarlo de acuerdo de cómo perciben o como representan el modo de vida que ellos siguen.

Innovación. Las organizaciones necesitan innovar activamente, pero pocas tienen una cultura de innovación, y esto se ve reflejado en la competitividad que tiene en comparación con otras en su mismo sector.

Tecnología. Es considerada como un elemento que brinda movimiento a las actividades que realiza la organización, esto le permite tener conexión y crear redes integradas para trabajar en cualquier parte del mundo. La nube brinda el acceso al momento de la información y los datos compartidos. La inteligencia artificial le permitirá automatizar rápidamente procesos algorítmicos, la realidad virtual facilitará el aprendizaje de las organizaciones, los robots eliminarán la necesidad de administrar grandes cantidades de información de una manera predecible.

Los factores brindan el camino a las compañías para tener una buena competitividad, ya sea por medio de cualidades, de aplicar inventos, o el ir de la mano por las ciencias de manera constante, dado que, en la era actual de la globalización, es necesario entender y aprovechar las innovaciones porque cada día crece con mucha vertiginosidad, en los trabajos técnicos se necesitan talentos bien capacitados. Es así que los clientes también tienen una mayor necesidad del producto o servicio que se vende, por lo que es valiosa la atención personalizada y se acompañe en la hora de elegir un determinado producto, además, el recurso humano tiene el papel importante para asegurar que los usuarios estén satisfechos con la empresa y mencionarlo en la conversación con los clientes, por lo tanto, al administrar su negocio, debe tener en cuenta a los clientes internos y externos, tomar decisiones que se acomoden a las circunstancias para sobresalir en el mercado (Otero, 2021).

1.2.2.6 Elementos de competitividad

Berumen (2011) enumeró los siguientes componentes de competitividad:

Estrategias Empresariales: Este elemento le posibilita a la agencia y organización que despliegue sus recursos subyacentes y persiga sus objetivos. Establece que la estrategia es un patrón para la toma de decisiones que va de la mano con las condiciones políticas y prácticas metodológicas para la realización de las metas asumidas.

Logística Empresarial: Por medio de esta, la estructura de la agencia será conducida y cumplir con las disposiciones a través de un conjunto de procedimientos y diseños que definen los principios evolutivos involucrados en la generación y comercialización de bienes.

Gestión de Producción: Incluye elementos de gestión que están destinados únicamente a elevar el nivel de producción de la organización, permitir que la misma brinde un mayor nivel de servicio a sus usuarios y ejerciendo un control significativo sobre el inventario, así como, restaurar la eficiencia de la gestión de las actividades.

1.2.2.7 Habilidad y competitividad empresarial

El ser competitivo empresarialmente es poder tener la capacidad de enfrentarse a otras organizaciones y a pesar de ello lograr superarlos, sacando ventaja con los recursos que pueda tener. Pero hay algunos factores que de cierta manera influyen sobre la organización: el país de origen, la región a la que está asociada y si es dueño de la organización o es alquilada. En consecuencia, lo mencionado con anterioridad son de naturaleza macromolecular, por lo que afectan la cantidad total de las producciones que pueda generar la institución (Martínez et al., citado en Valdez, 2019).

Una interrogante clave de la Dirección Estratégica para ser competitivos es: ¿Cuál es la razón por la que las empresas alcanzan diferentes niveles de producción al ser productivos y competitivos? Esto puede ser porque en el sector al que pertenece ya tiene muchos años y el cual está dentro de un país de renombre. Estas diferencias se relacionan entonces con elementos que están dentro de la empresa, ya que cierto efecto rentable se denomina eficiencia empresarial. En este caso, la empresa ofrece una variedad de recursos y habilidades, el cual, al ser administrados la empresa obtendrá una ventaja competitiva, lo que permitirá que las organizaciones en la misma industria alcancen diferentes niveles (Martínez et al., citado en Valdez, 2019).

1.2.2.8 Medición de los factores que influyen en la competitividad

Para la medición de los factores que influyen en la competitividad organizacional, Porter (2005), los agrupa en 12 factores:

- Indicador de resultado: son las características generales del desempeño nacional.
- Entorno macro: es el entorno de inversión, las condiciones políticas y sociales de la economía.
- Tecnología e innovación: es cuán vinculado se está con las tecnológicas en relación con otras regiones.
- TIC: es el aspecto de conexión y empleo de dispositivos móviles.
- Infraestructura: se ven las cualidades de las construcciones y vías de transporte.
- Instituciones públicas: la reputación y rendimiento en las autoridades.
- Competencias públicas: nivel de inmoralidad en el manejo de fondos.

- Competencias domésticas: se trata en lo legal y solución de controversias jurídicas.
- Desarrollo de clúster: como se desarrolla la vinculación, el servicio profesional y el potencial del manejo organizacional.
- Operación y estrategia empresarial: actividades que le pertenecen a la gerencia, así como las funciones de administrar la totalidad de las áreas.
- Medio ambiente: control del medio en que se desarrolla la organización.
- Instituciones internacionales: cuál es el rol que desempeña a vista del mundo.

En la teoría de Porter señala que el desempeño competitivo a nivel general o macro hay factores que inciden en él, este incluye aspectos operativos y estratégicos que guardan relación en el desarrollo de habilidades y competencias requeridas para una gestión empresarial eficaz. De igual forma, cuando se profundiza en el concepto de competitividad, refiere que el desarrollo constante es la base de una estrategia competitiva, por medio de la capacidad de emprender acciones, y poder aplicar las habilidades de forma en que no vulnere a las demás áreas de la organización y así sobrevivir en el mercado. Por ello, la competitividad empresarial se establece como una medida de la capacidad de una empresa para competir y sobrevivir en los negocios (Ortegón, 2019).

1.2.2.9 Niveles de competitividad

La competitividad no solo está relacionada con lo económico, sino con diversos aspectos sociopolíticos. De igual forma, se puede estudiar desde los siguientes niveles: país, industria y empresa (Ortegón, 2019).

Existen agregados macroeconómicos a nivel de la nación, cuyo estudio brinda información sobre las condiciones en que el entorno macroeconómico es favorable para la supervivencia de los sectores industriales y las empresas; el comprender este nivel de la industria te brinda tener un panorama sobre los competidores, y tener en cuenta cómo está cambiando el mercado, conocido como el entorno económico promedio, lo que sirve para hacer la transición de lo macro a lo micro. En un sentido similar, considere un análisis en la compañía que involucre los factores internos y externos sustanciales, que contribuyen a su competitividad (Ortegón, 2019).

Entre los niveles se puede comprender los lazos que hay entre cada uno de los niveles. La interdependencia genera identificar lo importante que es el ambiente económico del sector, si es favorable, el desarrollo de la industria tendrá una ventaja bien marcada. Pero eso no quiere decir, que ya se tiene asegurado un puesto en el mercado, es ahí que se deben aplicar los esfuerzos, con la finalidad de mejorar los factores que impulsan el crecimiento (Ortegón, 2019).

Crear una ventaja competitiva y darles valor extra a las acciones, es pieza clave para guiarse hacia la competitividad, y permite que la organización obtenga una posición importante como creadora de la estrategia. También ayuda a llenar la brecha de la ventaja comparativa, hacer una contribución competitiva al índice y generar beneficios y ampliar la utilidad. Esto último, significa controlar y gestionar los factores que inciden sobre la empresa y así influir en los factores que están fuera de la organización como el nivel industrial y nacional, creando así un ambiente que sea propicio para el desarrollo óptimo de la institución (Ortegón, 2019).

1.3 Definición de términos

A continuación, se exponen definiciones de terminologías básicas que son importantes conocer para comprender mucho mejor la investigación.

- **Competitividad interna:** Se refiere a la habilidad de la compañía para utilizar de manera efectiva y activa sus recursos. Esto destaca la capacidad de crecer por sí mismos y evolucionar para aumentar su propio rendimiento (Sanchez, 2021).
- **Actividades marítimas:** Comprende las actividades e investigaciones relacionadas con el transporte marítimo de altura, cabotaje, pesca, realizadas en el mar territorial, interior, ya sea en la zona exclusiva, tierra y subsuelo en la plataforma continental, pueden ser agentes de origen nacional o extranjeros (Nizama, 2020).
- **Ventajas comparativas:** Tienen un impacto decisivo porque darán alcance, apoyo y mejora en el nivel socioeconómico y atraerán aquellos recursos a disposición de la empresa, como materias primas, tecnología, conocimiento, con ello permitirle ser destacado en comparación con la multitud (Sánchez, 2021).
- **Agente marítimo:** Es el designado por el dueño para iniciar acciones ante las autoridades marítimas, ya sea en el puerto o en las aduanas para brindar vigilancia de la nave en su destino (Nizama, 2020).
- **Infraestructura portuaria:** son las obras para minimizar las actividades de comercio exterior del puerto como el muelle, almacén, patios de contenedores, caminos interiores, estacionamientos de máquinas y vehículos y áreas de control (Nizama, 2020).

- **Buque:** Es la estructura flotante diseñada para navegar sobre el agua, independientemente de la finalidad para la que se construya y de los combustibles que le permitan moverse (Nizama, 2020).
- **Innovación continua:** esta es complicada a un inicio, porque se basa en las fortalezas del modelo comercial y necesita la creación de nuevos elementos que destaquen a la empresa, pero si se logra lo anterior, el ser innovativo seguirá su curso (Sánchez, 2021).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

En el presente apartado se exponen las hipótesis formuladas para el desarrollo de la investigación.

a) Hipótesis general

Existe influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

b) Hipótesis específicas

Existe influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

Existe influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

Existe influencia del costo de transporte marítimo en la especialización de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

2.2 Variables y definición operacional

A continuación, se presentan las definiciones de las variables con sus respectivas dimensiones e indicadores.

Variable 1: Costo de transporte marítimo: Son los precios que se dan por el transporte marítimo o los servicios que se requieren para usar el buque, es así que existen las influencias de diferentes factores tales como las características y naturaleza de las mercancías, también se incluyen los costos portuarios con todas las etapas (MINCETUR, 2015).

Dimensión 1: Recargo por combustible: Es necesario que se mantenga una tarifa de flete estable cuando los precios del combustible cambian muchas veces o de forma inesperada y de forma eventual (MINCETUR, 2015).

Dimensión 2: Recargo por ajuste monetario: Es aplicado en el momento que el porteador incurre a los costos en diversas monedas (MINCETUR, 2015).

Dimensión 3: Gastos de terminal: Se trata de un importe fijo por cada contenedor que se encarga de cobrar el porteador a los usuarios (MINCETUR, 2015).

Variable 2: Competitividad de las empresas: Es la suficiencia de las compañías para aumentar y fortalecer su presencia en el mercado mediante el aumento continuo de ventas y utilidades, de manera que la competitividad está ligada a efectos cuantitativos, tales como: intervención continua en el sector, buena cantidad de agencias y de clientes, etc (Acosta-Medina et al., 2019).

Dimensión 1: El liderazgo en costos: Es intuitivo y de fácil manejo para las empresas que quieren ofrecer un producto en el mercado por menos del precio de venta de otra empresa (Porter, 2008).

Dimensión 2: Diferenciación: es la alternativa más eficaz para empresas que quieren consolidarse como una entidad atractiva en el mercado (Porter, 2008).

Dimensión 3: Especialización: Implica centrarse en un determinado sector de mercado y proporcionar el mejor producto que se ajuste a las necesidades reales de los postores (Porter, 2008).

| Variables | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Escala de medición |
|--|--|--|---|--------------------|
| Variable independiente COSTO DE TRANSPORTE MARÍTIMO | Son los precios que se dan por el transporte marítimo o los servicios que se requieren para usar el buque, es así que existen las influencias de diferentes factores tales como las características y naturaleza de las mercancías, también se incluyen los costos portuarios con todas las etapas (MINCETUR, 2015). | La variable costo de transporte marítimo se midió mediante un cuestionario de 12 ítems que forman parte de tres dimensiones. | Recargo por combustible Recargo por ajuste monetario Gastos de terminal | Escala Likert |
| Variable dependiente COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS | Es la suficiencia de las compañías para aumentar y fortalecer su presencia en el mercado mediante el aumento continuo de ventas y utilidades, de manera que la competitividad está ligada a efectos cuantitativos, tales como: intervención continua en el sector, buena cantidad de agencias y de clientes, etc (Acosta-Medina et al., 2019). | La variable competitividad de las empresas se midió mediante un cuestionario de 12 ítems que forman parte de tres dimensiones. | Liderazgo en costos Diferenciación Especialización | Escala Likert |

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

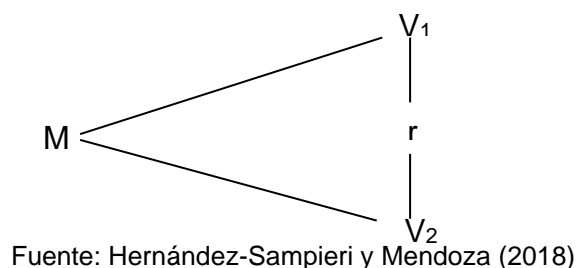
3.1 Diseño metodológico

De enfoque cuantitativo, por el hecho que se emplearon pruebas estadísticas en los datos numéricos. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) el estudio cuantitativo se basa en conteos numéricos para estimar las ocurrencias o magnitudes y comprobar la hipótesis.

De tipo básica, debido a que los resultados que se obtuvieron del estudio brindaron información actual de las variables. Según Baena (2017) refiere que es básica cuando se investiga el problema solo para incrementar nuevos conocimientos.

De diseño no experimental, porque se desarrolló el estudio sin manipular las variables. Asimismo, corresponde al corte transversal, puesto que la recolección de los datos se desarrolló en un tiempo dado. De acuerdo a Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) el estudio no experimental se desarrolla sin realizar las manipulaciones de variables; además, transversal, por el hecho que los datos se recolectan en un único momento.

De alcance explicativa, debido a que se proporcionó una comprensión más profunda y detallada de la influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad mediante el análisis de regresión lineal. Sobre esto, Bernal (2016) refiere que busca identificar las causas y efectos de un fenómeno específico, así como explicar las relaciones de interdependencia entre las variables involucradas.



Fuente: Hernández-Sampieri y Mendoza (2018)

Dónde:

| | | |
|----------------------|---|------------------------------|
| M | : | Trabajadores |
| V₁ | : | Costo de transporte marítimo |
| V₂ | : | Competitividad |
| r | : | Asociación |

3.2 Diseño muestral

El estudio tuvo como población a los colaboradores de la empresa agroexportadora Sociedad Agrícola Drokasa S.A.

Población: La población estuvo constituida por 86 colaboradores de la agroexportadora Sociedad Agrícola Drokasa S.A. Para García (2016) la población se encuentra conformada por una agrupación de individuos que cuentan con características que presentan similitudes sobre lo que se quiere estudiar.

Muestra: La muestra se calculó aplicando la siguiente fórmula:

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

Donde:

n: La muestra (*n* = ¿?)

N: La población (*N* = 86)

q: Probabilidad de que no ocurra un evento (*Q* = 0.5)

Z: Confianza de 95% (*Z* = 1.96)

E: Error muestral (*E* = 5%)

p: Probabilidad de ocurrir un evento (*P* = 0.5)

Aplicando los datos en la fórmula, se obtuvo lo siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 86}{0.05^2(86 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n = 70

La muestra estuvo conformada por 70 colaboradores de la agroexportadora Sociedad Agrícola Drokasa S.A. Para Bernal (2016) la muestra está constituida por la parte representativa de una población, del cual es obtenida, realmente, las informaciones al efectuarse la medición y observación de las variables.

La manera en el que se eligió a los participantes fue mediante el muestreo aleatorio simple, este tipo de muestreo se utiliza cuando en la agrupación de la población cualquiera de los individuos tiene la variable objeto de estudio (Bernal, 2016).

3.3 Técnicas de recolección de datos

El estudio empleó como técnica a la encuesta, por el hecho se recolectaron datos mediante un proceso sistemático y ordenado. Sobre esto, Baena (2017) sostiene que la encuesta se realiza aplicando un cuestionario a la muestra del estudio.

El instrumento que se aplicó fueron dos cuestionarios, uno por cada variable. Para Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) sostiene que los cuestionarios están conformados por una agrupación de interrogantes de las variables del trabajo de investigación.

Tabla 1

Ficha técnica del cuestionario de costo de transporte marítimo

| | |
|---------------------------|--|
| Denominación: | Cuestionario de costo de transporte |
| Autor y año: | Juan Ademir Casas Garcia - 2022 |
| Objetivo del instrumento: | Recopilar datos del costo del transporte |
| Número de ítems: | 12 preguntas |
| Forma de aplicación: | Individual. |
| Duración: | 15 minutos. |
| Población: | Colaboradores |

| | |
|------------------|---|
| Niveles y rangos | Alto (45 – 60) Medio (29 - 44) Bajo (12 – 28) |
| Validez | – Criterio de experto: 3 jueces colegiados. – (ver detalle completo en anexo 3). |
| Confiabilidad | – Prueba piloto: 20 comerciantes – Prueba de Alfa de Cronbach: 0,805. |

Tabla 2

Ficha técnica del cuestionario de competitividad

| | |
|---------------------------|---|
| Denominación: | Cuestionario de la competitividad |
| Autor y año: | Juan Ademir Casas Garcia - 2022 |
| Objetivo del instrumento: | Recopilar datos de la competitividad |
| Número de ítems: | 12 preguntas |
| Forma de aplicación: | Individual |
| Duración: | 10 minutos. |
| Población: | Colaboradores |
| Niveles y rangos | Alta (45 – 60) Media (29 - 44) Baja (12 – 28) |
| Validez | – Criterio de experto: 3 jueces colegiados. – (ver detalle completo en anexo 3). |
| Confiabilidad | – Prueba piloto: 20 comerciantes – Prueba de Alfa de Cronbach: 0,915. |

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Los datos serán obtenidos al aplicar los instrumentos a los trabajadores, se codificaron al programa Excel, después se procesaron al programa estadístico SPSS versión 25, por tanto, se realizará los siguientes análisis estadísticos:

Análisis descriptivo: Se organizaron los datos obtenidos en las tablas y figuras para una mejor orden de los datos y se realizaron las interpretaciones en cada uno de estos, para comprender las variables y sus dimensiones.

Análisis inferencial: Se determinó la influencia de la variable independiente sobre la dependiente la prueba del Rho Spearman y la regresión lineal.

3.5 Aspectos éticos

El desarrollo del estudio se desarrolló mediante el uso de información actualizada y confiable, a la vez que se respetó el derecho de autor, por lo cual se realizó la cita y referencia de cada uno de los autores en normas APA.

Además, se respetó los siguientes principios bioéticos:

Autonomía: Se respetó la decisión afirmativa o negativa del trabajador para su participación en el estudio.

Justicia: Los trabajadores recibieron el mismo tipo de trato durante el desarrollo del estudio, por lo cual no se recurrió a maltratar, insultar y discriminar a ningún participante.

Beneficencia: Los resultados permitieron beneficiar a la empresa de agroexportación al conocer si el costo de transporte influye en la competitividad.

No maleficencia: En el transcurso del estudio no se generó daño físico ni emocional a los trabajadores, además, se aseguró que los datos que se proporcionen de las encuestas se utilizarán sólo para cuestiones académicas.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos de la investigación

En el presente apartado se presentan los resultados de las preguntas elaboradas en los instrumentos.

Tabla 3

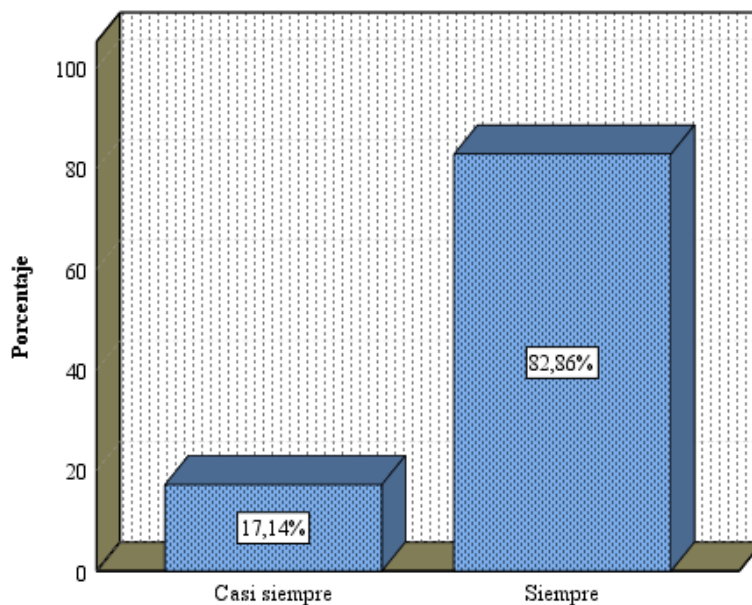
Aumento de precio del petróleo

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| Casi siempre | 12 | 17,1% |
| Siempre | 58 | 82,9% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 1

Aumento de precio del petróleo



Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 82,9% indica que siempre la variación del precio del petróleo influye en el incremento del flete de transporte marítimo; asimismo, el 17,1% refiere que casi siempre influye la variación.

Tabla 4

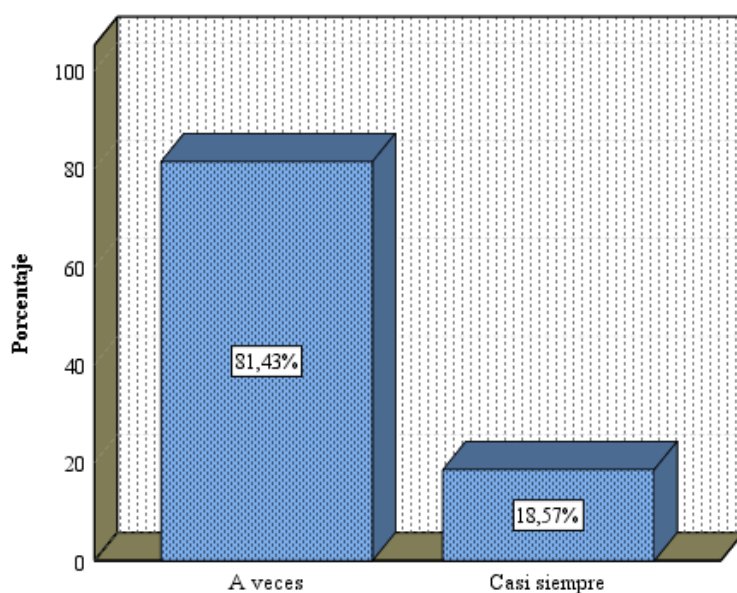
Rutas en el transporte marítimo

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| A veces | 57 | 81,4% |
| Casi siempre | 13 | 18,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 2

Rutas en el transporte marítimo



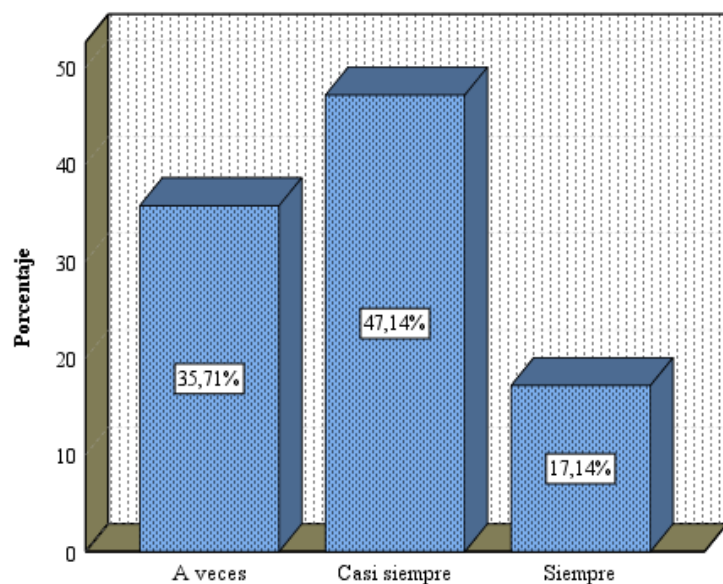
Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 81,4% indica que a veces las rutas del transporte marítimo influyen en el costo del flete de transporte marítimo; asimismo, el 18,6% refiere que casi siempre influye en el costo.

Tabla 5*Peso de las cargas*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| A veces | 25 | 35,7% |
| Casi siempre | 33 | 47,1% |
| Siempre | 12 | 17,1% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 3*Peso de las cargas***Interpretación:**

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 47,1% indica que casi siempre el costo es mayor cuando se toma en cuenta el peso de las cargas a transportar; asimismo, el 35,7% refiere que a veces es mayor y solo el 17,1% indica que siempre.

Tabla 6

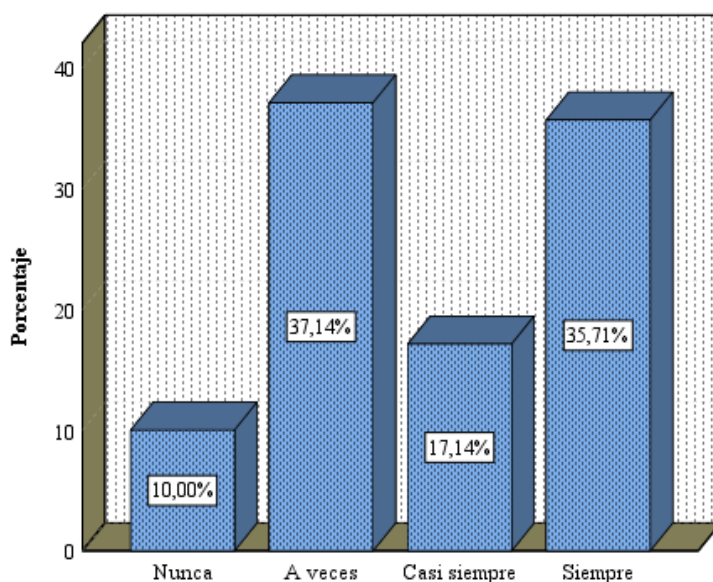
Volumen de carga

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| Nunca | 7 | 10,0% |
| A veces | 26 | 37,1% |
| Casi siempre | 12 | 17,1% |
| Siempre | 25 | 35,7% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Volumen de carga



Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 37,1% indica que a veces transportar cargas por el volumen es más económico por el bajo consumo de combustible; asimismo, el 35,7% refiere que siempre es más económicos, el 17,1% indica que casi siempre y solo el 10% indica que nunca.

Tabla 7

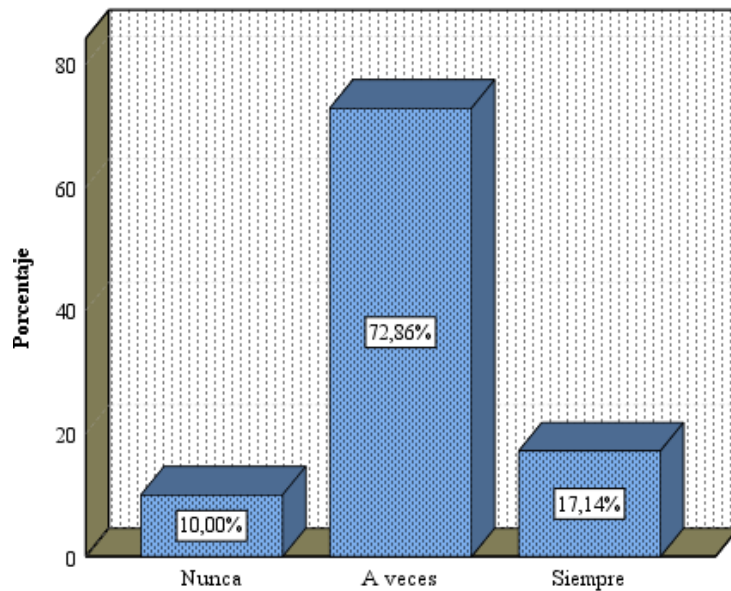
Incremento de la divisa extranjera

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|---------|------------|------------------|
| Nunca | 7 | 10,0% |
| A veces | 51 | 72,9% |
| Siempre | 12 | 17,1% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Incremento de la divisa extranjera



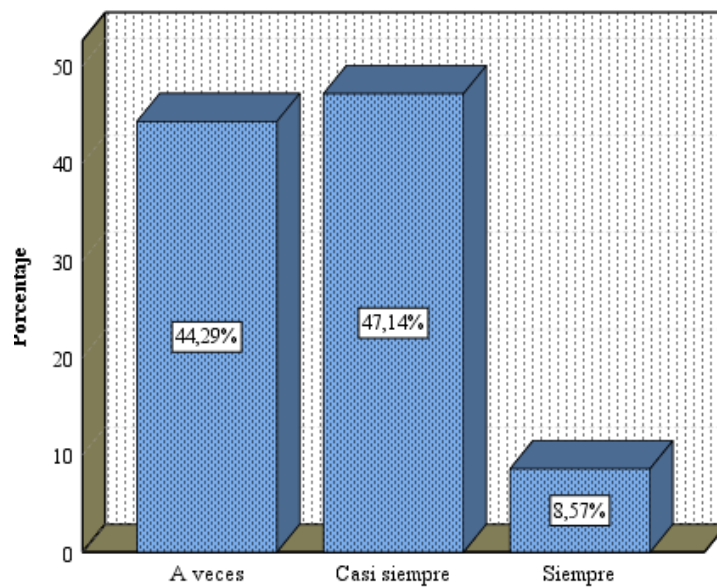
Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 72,9% indica que a veces el incremento de la divisa extranjera incide en los costos de transporte marítimo; asimismo, el 17,1% refiere que siempre las divisas inciden en los costos del transporte y solo el 10,0% indica que nunca.

Tabla 8*Depreciación de la moneda local*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| A veces | 31 | 44,3% |
| Casi siempre | 33 | 47,1% |
| Siempre | 6 | 8,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

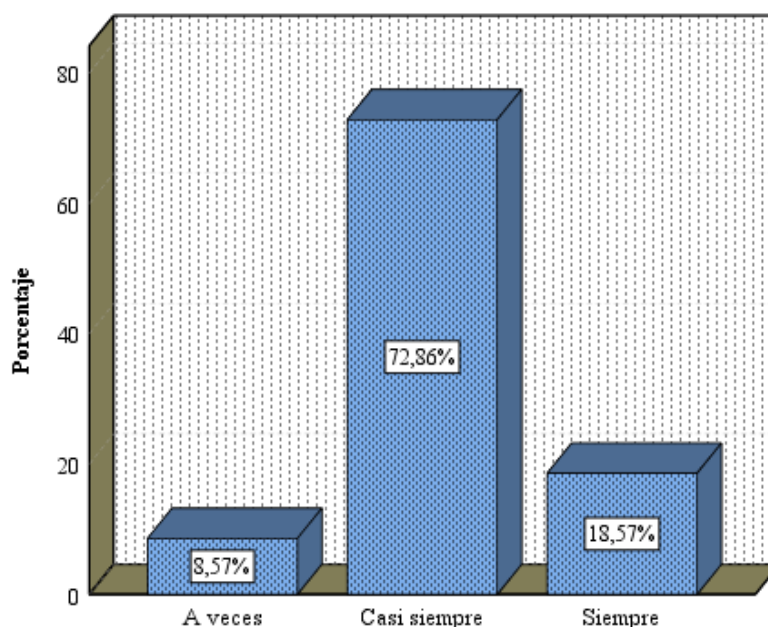
Figura 6*Depreciación de la moneda local***Interpretación:**

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 47,1% indica que casi siempre la depreciación de la moneda local incide en el costo de transporte marítimo; asimismo, el 44,3% refiere que a veces la moneda local incide en el costo del transporte, finalmente, el 8,6% indican que siempre.

Tabla 9*Pago en moneda extranjera*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| A veces | 6 | 8,6% |
| Casi siempre | 51 | 72,9% |
| Siempre | 13 | 18,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

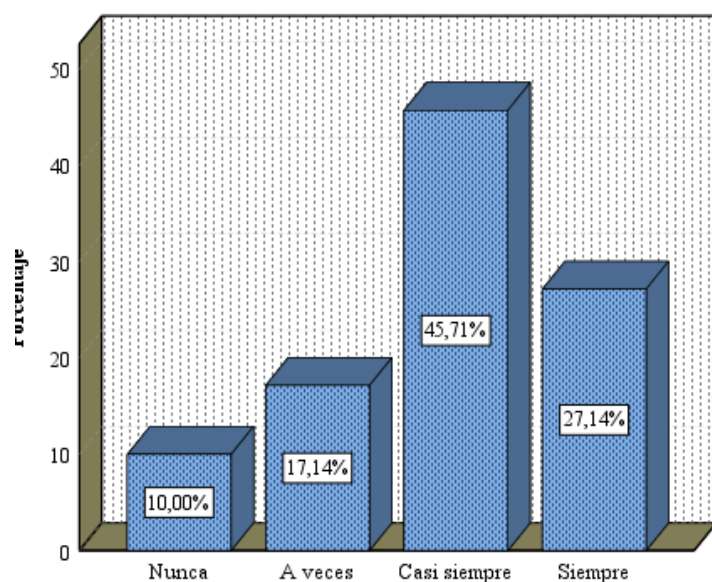
Figura 7*Pago en moneda extranjera***Interpretación:**

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 72,9% indican que casi siempre el pago en moneda extranjera de los productos exportados es más conveniente para la empresa; asimismo, el 18,6% refiere que siempre la moneda extranjera es más conveniente y solo el 8,6% indica que a veces.

Tabla 10*Estabilidad del dólar*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| Nunca | 7 | 10,0% |
| A veces | 12 | 17,1% |
| Casi siempre | 32 | 45,7% |
| Siempre | 19 | 27,1% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 8*Estabilidad del dólar***Interpretación:**

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 45,7% indica que casi siempre el dólar es la moneda más estable para realizar transacciones comerciales en el mundo; asimismo, el 27,1% refiere que siempre el dólar es más estable para las transacciones, el 17,1% indica que a veces que el dólar es estable para las transacciones y el 10,0% indica que nunca.

Tabla 11

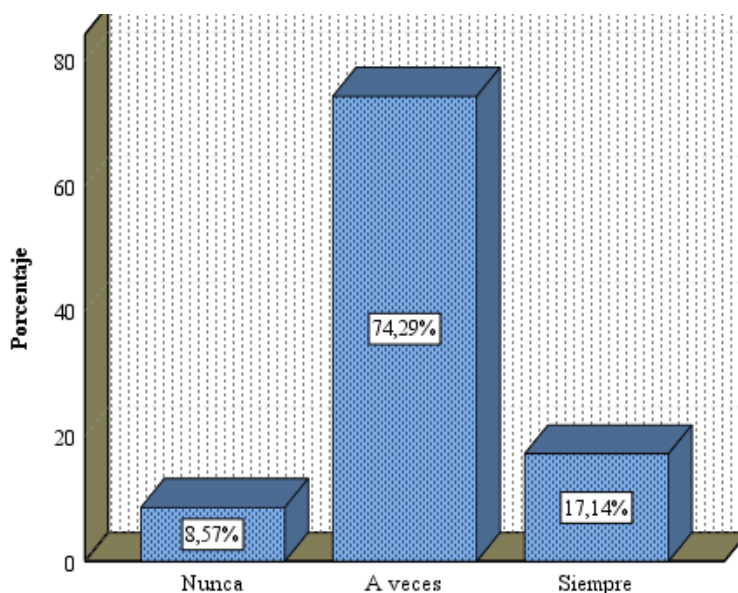
Costo de flete

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|---------|------------|------------------|
| Nunca | 6 | 8,6% |
| A veces | 52 | 74,3% |
| Siempre | 12 | 17,1% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Costo de flete



Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 74,3% indican que a veces la tarifa de los fletes se está incrementado constantemente; asimismo, el 17,1% refiere que siempre la tarifa se incrementa y solo el 8,6% indican que nunca.

Tabla 12

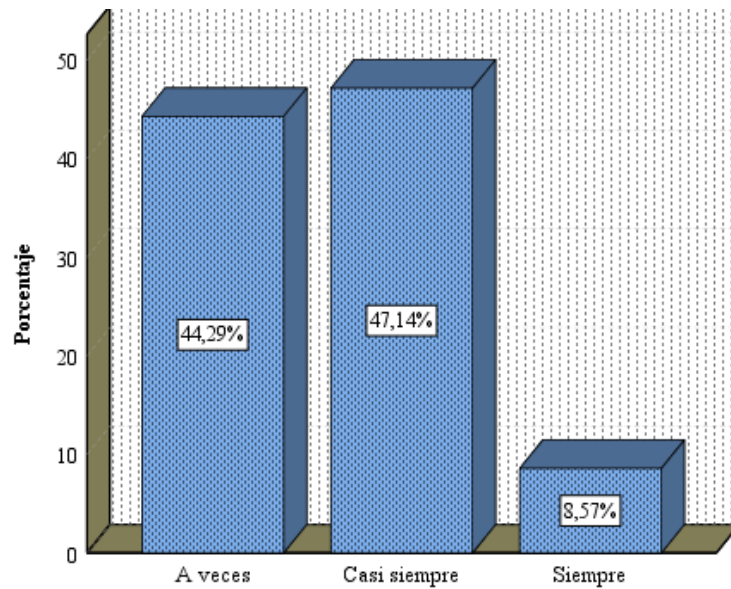
Costo de almacenamiento

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| A veces | 31 | 44,3% |
| Casi siempre | 33 | 47,1% |
| Siempre | 6 | 8,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Costo de almacenamiento



Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 47,1% indican que el gasto de almacenamiento en el terminal se está incrementado constantemente; asimismo, el 44,3% refiere que a veces los gastos de almacenamiento se incrementan, finalmente, el 8,6% indican que siempre.

Tabla 13

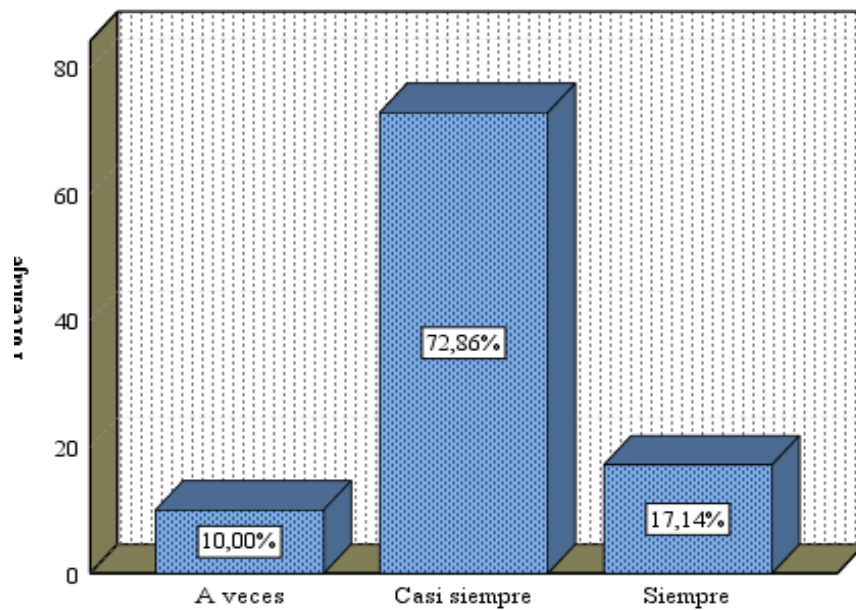
Costo del transporte de contenedor al importador local.

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| A veces | 7 | 10,0% |
| Casi siempre | 51 | 72,9% |
| Siempre | 12 | 17,1% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 11

Costo del transporte de contenedor al importador local.



Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 72,9% indican que casi siempre el costo de transporte de contenedor al importador local se está incrementado constantemente; asimismo, el 17,1% refiere que siempre los costos se están incrementando y solo el 10,0% indican que a veces.

Tabla 14

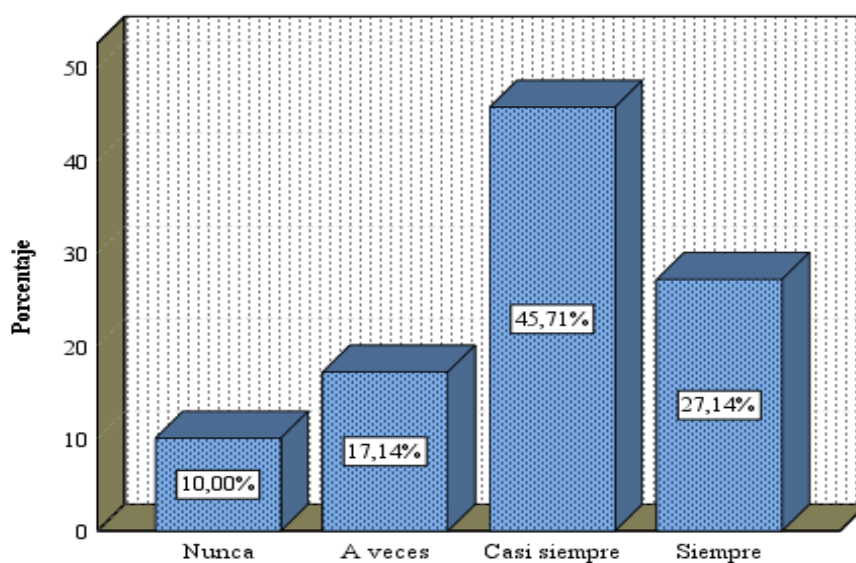
Otros costos por exportar

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| Nunca | 7 | 10,0% |
| A veces | 12 | 17,1% |
| Casi siempre | 32 | 45,7% |
| Siempre | 19 | 27,1% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 12

Otros costos por exportar



Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 45,7% indica que casi siempre los otros costos por la exportación de productos se están incrementando; asimismo, el 27,1% refieren que siempre los otros costos van en incremento, el 17,1% indican que a veces los otros costos están en incremento, finalmente, el 10,0% señala que nunca.

Tabla 15

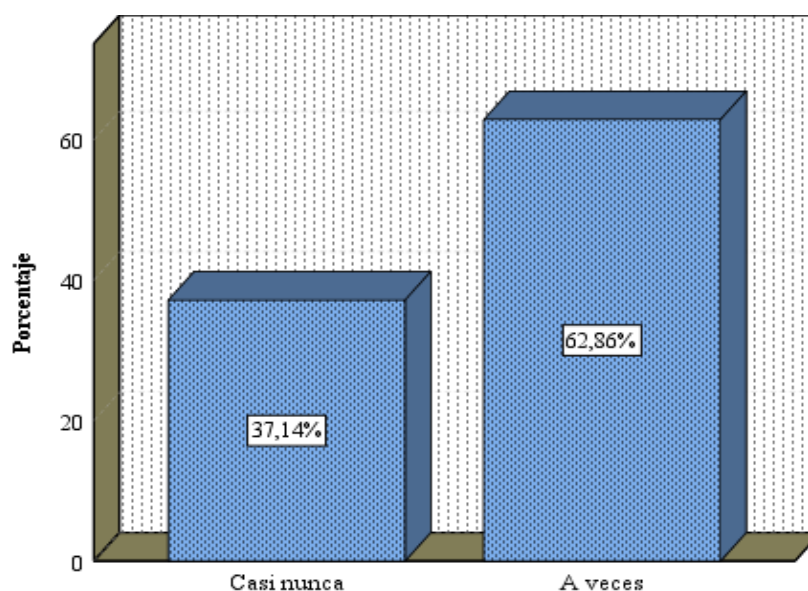
La experiencia de la empresa

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|------------|------------|------------------|
| Casi nunca | 26 | 37,1% |
| A veces | 44 | 62,9% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 13

La experiencia de la empresa



Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 62,9% indican que a veces la experiencia de la empresa le permite disminuir el tiempo empleado en los procesos de exportación de sus productos; asimismo, el 37,1% refiere que casi nunca la experiencia influye en disminuir el tiempo en el proceso de exportación.

Tabla 16

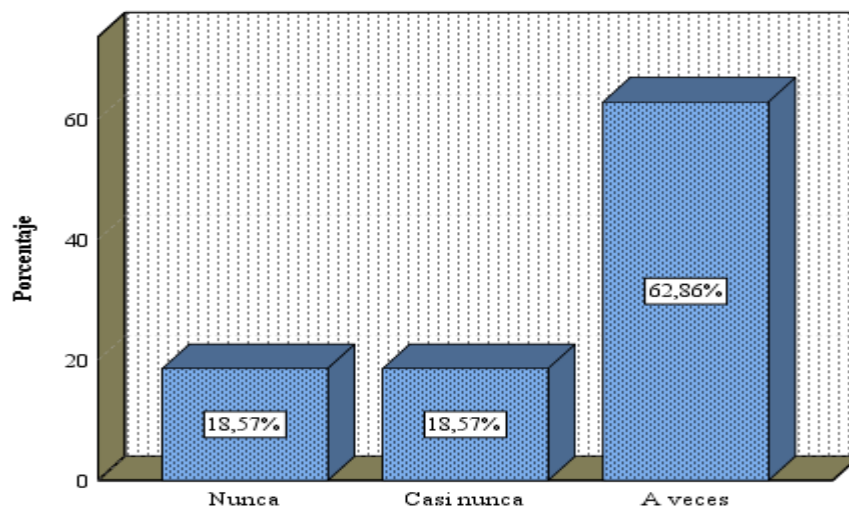
Tecnología que usa la empresa.

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|------------|------------|------------------|
| Nunca | 13 | 18,6% |
| Casi nunca | 13 | 18,6% |
| A veces | 44 | 62,9% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 14

Tecnología que usa la empresa.



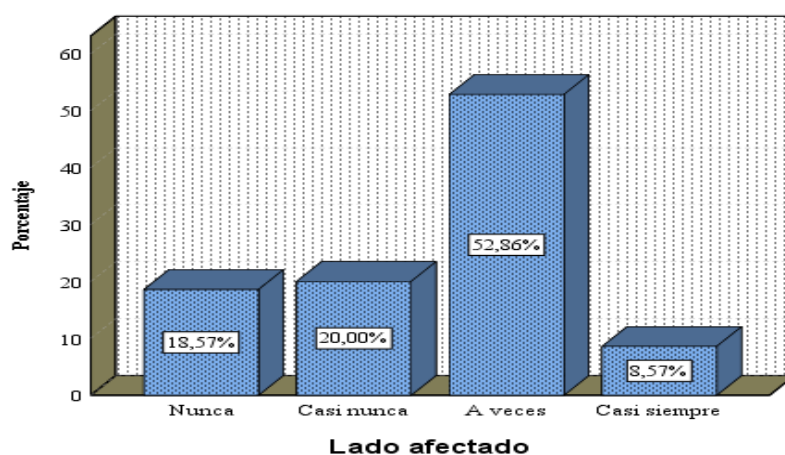
Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 62,9% indican que a veces la tecnología que emplea la empresa permite que los procesos de exportación sean más eficientes y de bajo costo; asimismo, el 18,6% refiere que casi nunca la tecnología empleada es eficiente para bajar los costos y solo el 18,6% indica que nunca.

Tabla 17*Exportación a escala*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| Nunca | 13 | 18,6% |
| Casi nunca | 14 | 20,0% |
| A veces | 37 | 52,9% |
| Casi siempre | 6 | 8,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

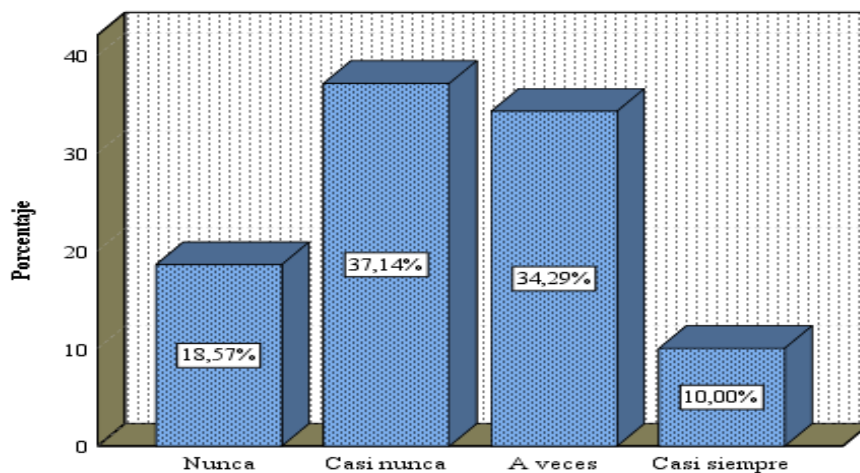
Figura 15*Exportación a escala***Interpretación:**

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 52,9% indica que a veces la exportación de productos a grandes escalas permite a la empresa disminuir los costos de exportación; asimismo el 20,0% refiere que casi nunca la exportación de grandes escalas disminuye los costos, el 18,6% indica que nunca la exportación de grandes escalas disminuye los costos, finalmente, el 8,6% indica que casi siempre.

Tabla 18*Participación en el mercado*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| Nunca | 13 | 18,6% |
| Casi nunca | 26 | 37,1% |
| A veces | 24 | 34,3% |
| Casi siempre | 7 | 10,0% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 16*Participación en el mercado***Interpretación:**

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 37,1% indica que casi nunca la empresa cuenta con una buena participación en el mercado internacional debido a los bajos precios de sus productos; asimismo, el 34,3% refiere que a veces cuenta con participación en el mercado internacional, el 18,6% indica que nunca cuenta con participación en el mercado internacional y el 10,0% señala casi siempre.

Tabla 19

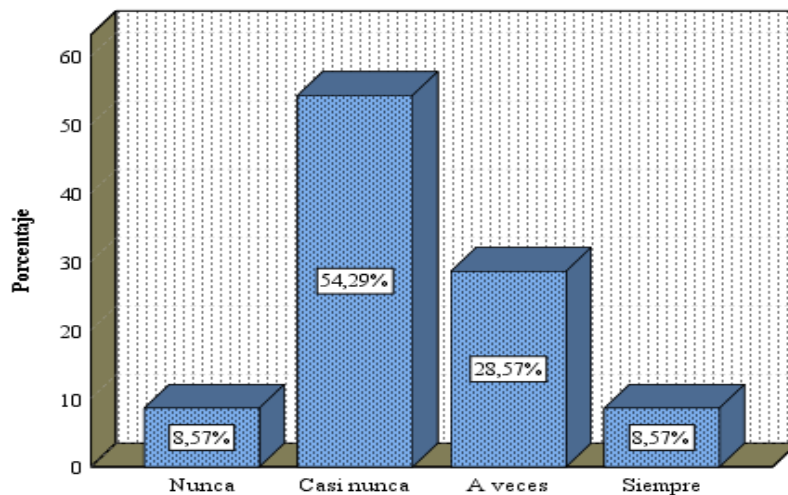
Calidad de productos.

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|------------|------------|------------------|
| Nunca | 6 | 8,6% |
| Casi nunca | 38 | 54,3% |
| A veces | 20 | 28,6% |
| Siempre | 6 | 8,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Calidad de productos.



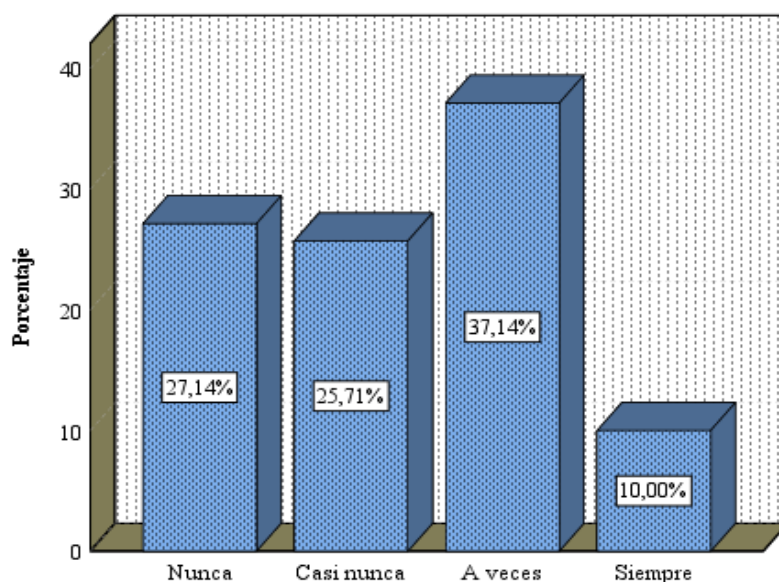
Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 54,3% manifiesta casi nunca la empresa ofrece producto de alta calidad; asimismo, el 28,6% indica que solo a veces ofrece productos de alta calidad, el 8,6% indica que siempre ofrece productos de alta calidad, finalmente, el 8,6% precisa nunca.

Tabla 20*Confianza de la empresa*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|------------|------------|------------------|
| Nunca | 19 | 27,1% |
| Casi nunca | 18 | 25,7% |
| A veces | 26 | 37,1% |
| Siempre | 7 | 10,0% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 18*Confianza de la empresa***Interpretación:**

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 37,1% indica que a veces la empresa transmite confianza; asimismo, el 27,1% refiere que nunca transmite confianza, el 25,7% manifiesta casi nunca transmite confianza, finalmente el 10,0% señala siempre.

Tabla 21

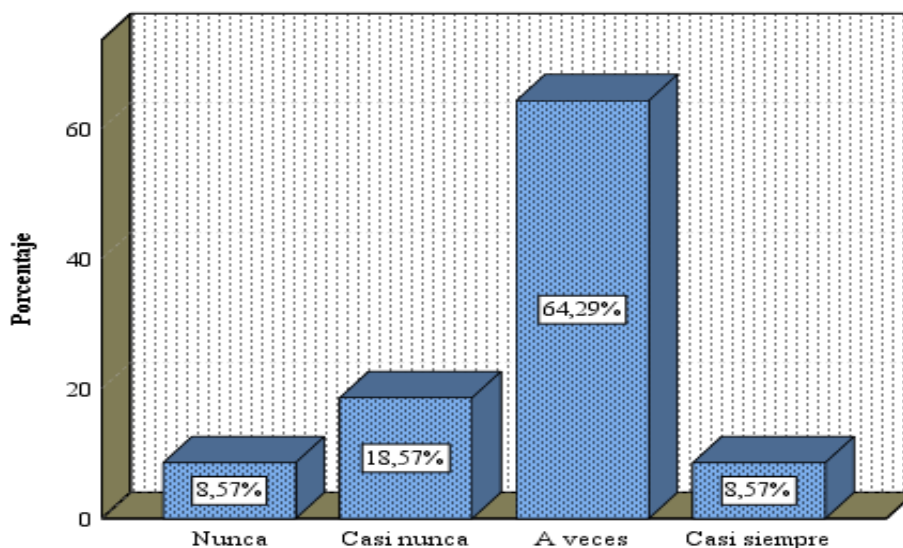
Servicio post-venta

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| Nunca | 6 | 8,6% |
| Casi nunca | 13 | 18,6% |
| A veces | 45 | 64,3% |
| Casi siempre | 6 | 8,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 19

Servicio post-venta



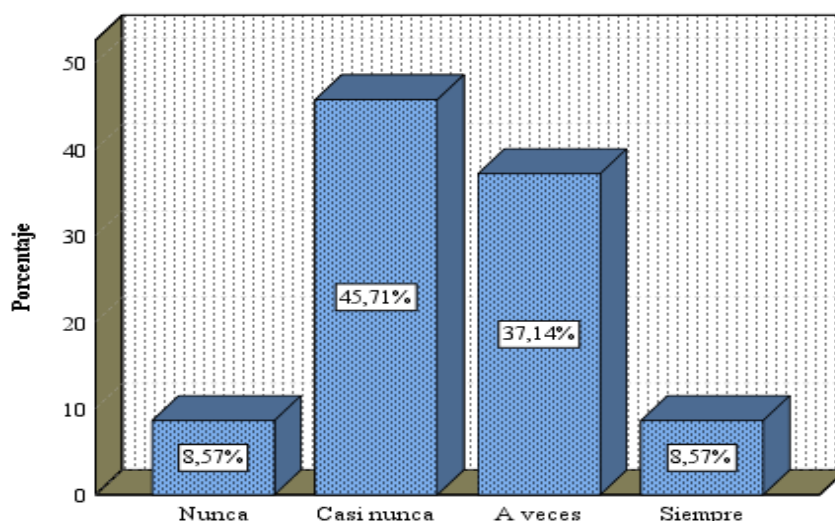
Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 64,3% indican que a veces la empresa se preocupa por los servicios post-venta a los clientes; asimismo, el 18,6% refiere que casi nunca no se preocupa por los servicios brindados, el 8,6% indica que casi siempre se preocupa por los servicios brindados, finalmente, el 8,6% expresa nunca.

Tabla 22*Plataformas digitales*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|------------|------------|------------------|
| Nunca | 6 | 8,6% |
| Casi nunca | 32 | 45,7% |
| A veces | 26 | 37,1% |
| Siempre | 6 | 8,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

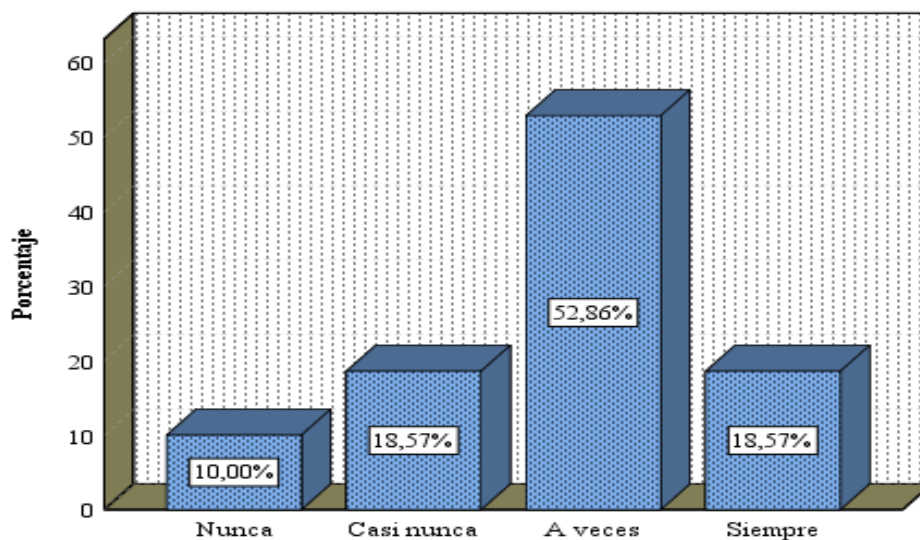
Figura 20*Plataformas digitales***Interpretación:**

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 45,7% señala casi siempre la empresa cuenta con plataformas digitales para atender a los clientes; asimismo, el 37,1% refiere que a veces cuenta con plataformas digitales para la atención, el 8,6% indica que siempre cuenta con plataformas digitales para la atención, finalmente, el 8,6% expresa nunca.

Tabla 23*Valoración de empresa*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|------------|------------|------------------|
| Nunca | 7 | 10,0% |
| Casi nunca | 13 | 18,6% |
| A veces | 37 | 52,9% |
| Siempre | 13 | 18,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 21*Valoración de empresa***Interpretación:**

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 52,9% señala que a veces los clientes valoran que la empresa brinde productos de alta calidad; asimismo, el 18,6% refieren que siempre los clientes valoran los productos de alta calidad, el 18,6% indican que casi nunca valoran los productos de alta calidad, finalmente, el 10,0% precisa nunca.

Tabla 24

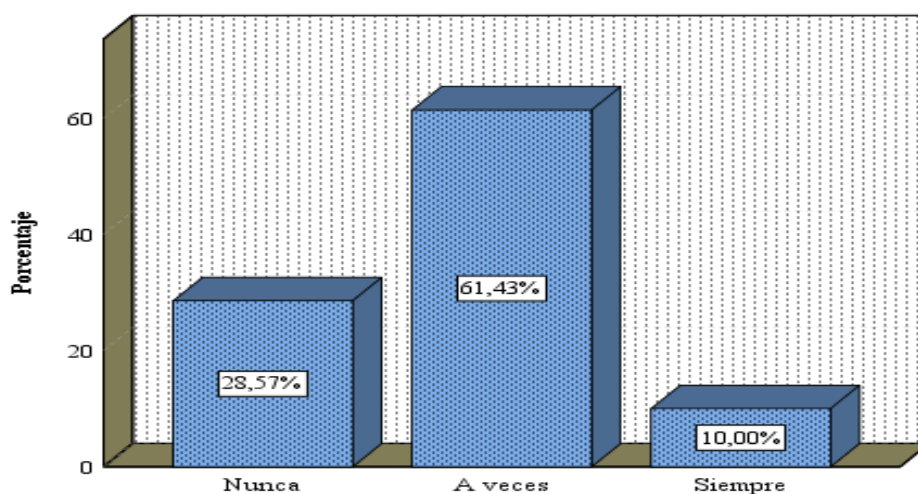
Diversidad de productos

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|---------|------------|------------------|
| Nunca | 20 | 28,6% |
| A veces | 43 | 61,4% |
| Siempre | 7 | 10,0% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 22

Diversidad de productos



Interpretación:

De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 61,4% refieren que a veces la empresa ofrece una diversidad de productos al mercado; asimismo, el 28,6% señalan que nunca la empresa ofrece diversidad de productos y solo el 10,0% indican que siempre.

Tabla 25

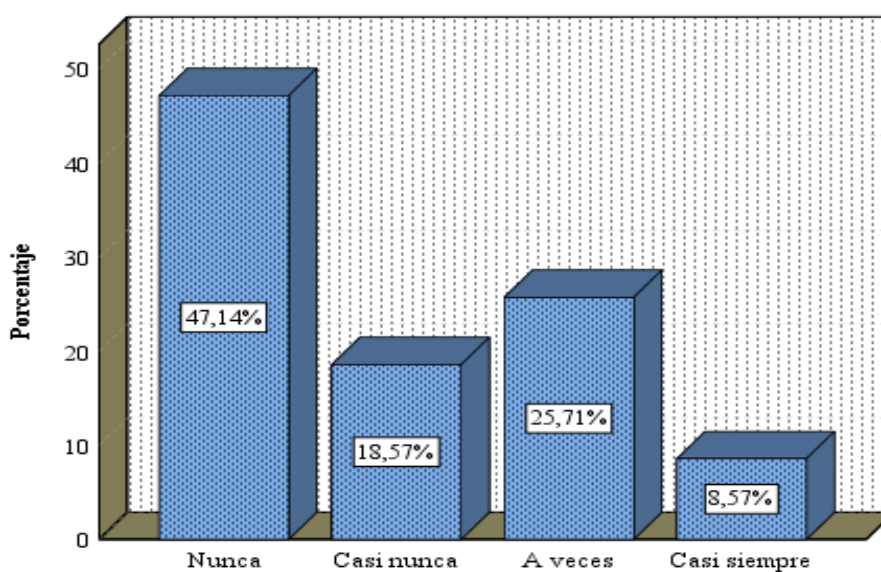
Grupo de compradores

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| Nunca | 33 | 47,1% |
| Casi nunca | 13 | 18,6% |
| A veces | 18 | 25,7% |
| Casi siempre | 6 | 8,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 23

Grupo de compradores

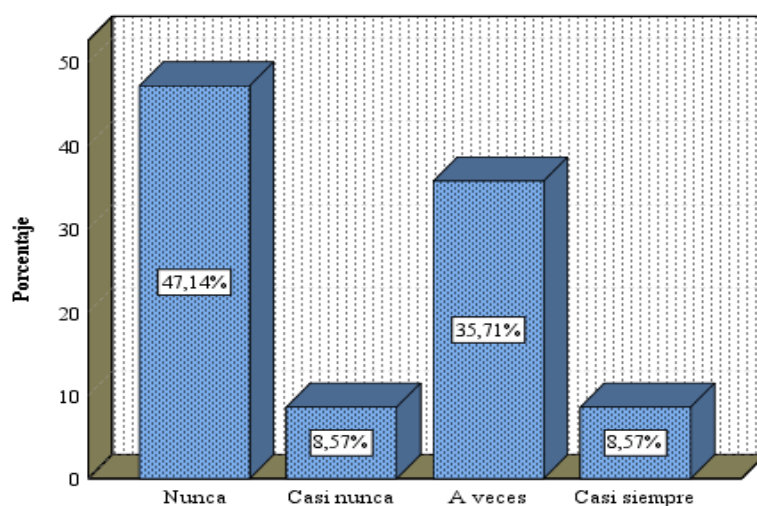


Interpretación: De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 47,1% indica que nunca la empresa cuenta con grupo de compradores para cada uno de las líneas de sus productos; asimismo, el 25,7% refieren que a veces la empresa cuenta con grupos de compradores, el 18,6% señalan que casi nunca cuentan con grupos de compradores, finalmente, el 8,6% precisa que casi siempre.

Tabla 26*Segmentación*

| Niveles | Encuestado | % de encuestados |
|--------------|------------|------------------|
| Nunca | 33 | 47,1% |
| Casi nunca | 6 | 8,6% |
| A veces | 25 | 35,7% |
| Casi siempre | 6 | 8,6% |
| Total | 70 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Figura 24*Segmentación*

Interpretación: De la encuesta realizada a los trabajadores administrativos de la agroexportadora Drokasa, el 47,1% indica que nunca la empresa está especializada para ofrecer productos de acorde a cada segmentó del mercado nacional e internacional; asimismo, el 35,7% refieren que a veces la empresa está especializada para ofrecer productos a nivel nacional e internacional, el 8,6% señala que casi siempre la empresa está especializada para ofrecer productos a nivel nacional e internacional, finalmente, el 8,6% manifiesta que casi nunca.

4.2 Contratación de hipótesis

A continuación, se evidencian los hallazgos correlaciones de las variables y dimensiones.

4.2.1. Hipótesis general

H₀: No existe influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

H₁: Existe influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

Tabla 27

Influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora

| | | Costo de transporte marino | | Competitividad |
|-----------------|----------------------------|-----------------------------|----------|----------------|
| Rho de Spearman | Costo de transporte marino | Coefficiente de correlación | 10.000 | -0.596** |
| | | Sig. (bilateral) | . | 0.000 |
| | | N | 70 | 70 |
| | Competitividad | Coefficiente de correlación | -0.596** | 10.000 |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 | . |
| | | N | 70 | 70 |

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

Al realizar el análisis de regresión lineal: Modelo de la variable de competitividad sería:

$$Y = 0.399 + 0.448X; R^2 = 0.267$$

Donde: **Y**= competitividad; **X**= Costo de transporte marino; **R²**= coeficiente de determinación.

Interpretación:

En la tabla 27 se muestra los resultados de correlación de costo de transporte marítimo y competitividad, a un nivel de significancia de 0,000 (p calculado) que es menor al 0,05 (p tabular), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta

la hipótesis de investigación, teniendo una correlación negativa media (Rho de Spearman= - 0,596). Asimismo, se encontró un coeficiente de determinación (R^2) de 0.267, el cual indica que el 26.7% de la variabilidad en la competitividad se explica por el costo de transporte marino según el modelo. Por lo tanto, existe influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

4.2.2. Hipótesis específicas

4.2.2.1 Costo de transporte marítimo - Liderazgo en costos

H₀: No existe influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

H₁: Existe influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

Tabla 28

Influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos

| | | | Costo de transporte marino | Liderazgo en costos |
|-----------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------|
| Rho de Spearman | Costo de transporte marino | Coeficiente de correlación | 10.000 | -0.471** |
| | | Sig. (bilateral) | . | 0.000 |
| | | N | 70 | 70 |
| | Liderazgo en costos | Coeficiente de correlación | -0.471** | 10.000 |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 | . |
| | | N | 70 | 70 |

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

Al realizar el análisis de regresión lineal: de la dimensión de liderazgo en costos sería:

$$Y = 0.399 + 0.131X; R^2 = 0.211$$

Donde: Y = Liderazgo en costos; X = Costo de transporte marino; R^2 = coeficiente de determinación.

Interpretación:

En la tabla 28 se muestra los resultados de correlación de costo de transporte marítimo y liderazgo en costos, a un nivel de significancia de 0,000 (p calculado) que es menor al 0,05 (p tabular), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, teniendo una correlación negativa débil (Rho de Spearman= - 0,471) Asimismo, se encontró un coeficiente de determinación (R^2) de 0.211, el cual indica que el 21.1% de la variabilidad en el liderazgo en costos se explica por el costo de transporte marino según el modelo. Por lo tanto, existe influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

4.2.2.2 Costo de transporte marítimo – Diferenciación

H₀: No existe influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

H₁: Existe influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

Tabla 29*Influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación*

| | | Costo de transporte marino | | |
|-----------------|----------------------------|----------------------------|--------|--------|
| | | Diferenciación | | |
| Rho de Spearman | Costo de transporte marino | Coeficiente de correlación | 10.000 | -0.174 |
| | | Sig. (bilateral) | . | 0.150 |
| | | N | 70 | 70 |
| | Diferenciación | Coeficiente de correlación | -0.174 | 10.000 |
| | | Sig. (bilateral) | 0.150 | . |
| | | N | 70 | 70 |

Al realizar el análisis de regresión lineal: Modelo de la variable de diferenciación sería:

$$Y = 7.81 + 0.051X; R^2 = 0.008$$

Donde: **Y**= Diferenciación; **X**= Costo de transporte marino; R^2 = coeficiente de determinación.

Interpretación:

En la tabla 29 se muestra los resultados de correlación de costo de transporte marítimo y diferenciación, a un nivel de significancia de 0,150 (p calculado) que es mayor al 0,05 (p tabular), por lo que se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación, teniendo una correlación negativa muy débil (Rho de Spearman= 0,175). Asimismo, se encontró un coeficiente de determinación (R^2) de 0.008, el cual indica que el 0.8% de la variabilidad en la diferenciación se explica por el costo de transporte marino según el modelo. Por lo tanto, no existe influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

4.2.2.3 Costo de transporte marítimo – Especialización

H₀: No existe influencia del costo de transporte marítimo en la especialización de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

H₁: Existe influencia del costo de transporte marítimo en la especialización de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

Tabla 30

Influencia del costo de transporte marítimo en la especialización de la empresa

| | | Costo de transporte marino | | Especialización |
|-----------------|----------------------------|-----------------------------|----------|-----------------|
| Rho de Spearman | Costo de transporte marino | Coefficiente de correlación | 1,000 | -0.639** |
| | | Sig. (bilateral) | . | 0.000 |
| | | N | 70 | 70 |
| | Especialización | Coefficiente de correlación | -0,639** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | 0,000 | . |
| | | N | 70 | 70 |

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

Al realizar el análisis de regresión lineal: Modelo de la variable de especialización sería:

$$Y = -2.46 + 0.266X; R^2 = 0.349$$

Donde: **Y**= Especialización; **X**= Costo de transporte marino; **R²**= coeficiente de determinación.

Interpretación:

En la tabla 30 se muestra los resultados de correlación de costo de transporte marítimo y la especialización, a un nivel de significancia de 0,000 (p calculado) que es menor al 0,05 (p tabular), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, teniendo una correlación negativa media

(Rho de Spearman= -0,639). Asimismo, se encontró un coeficiente de determinación (R^2) de 0.349, el cual indica que el 34.9% de la variabilidad en la especialización se explica por el costo de transporte marino según el modelo. Por lo tanto, existe influencia del costo de transporte marítimo en la especialización de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

En el presente apartado se presenta la discusión de los hallazgos relevantes que se analizaron para investigar “Costo de transporte marítimo y su influencia en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022” en una muestra que fue conformada por 70 colaboradores; por lo tanto, la discusión de los resultados se explicó a través de los títulos de la hipótesis general (objetivo general) y las hipótesis específicas (objetivos específicos) que se formularon en el estudio, asimismo, la contrastación de los resultados se realizaron con investigaciones nacionales e internacionales.

5.1.1 La influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se evidenció que con respecto a las variables estudiadas se aceptó la hipótesis de la investigación, es decir, que se afirmó que existe influencia entre el costo de transporte marítimo y la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022; lo cual se demostró mediante la prueba de Rho de Spearman donde se obtuvo que el nivel de significancia es 0,000, siendo menor a 0,05 y un coeficiente de Rho de -0,596; por tanto, se concluyó que existe una correlación negativa media entre las variables.

En los estudios nacionales e internacionales que se revisaron para la contratación de los hallazgos, se pudo evidenciar que en diversos estudios existe relación entre las variables del costo de transporte marítimo y la

competitividad. En ese sentido, a continuación, se muestran dichos contrastes y también se sustenta con una teoría.

Los hallazgos coinciden con Quiroga (2019) en su estudio evidenció que existe influencia entre el costo de transporte marítimo y el desarrollo de la competitividad, asimismo, manifiesta que para una adecuada competitividad y crecimiento de los transportes marítimo se tienen que realizar transformaciones tecnológicas en las embarcaciones, de modo que sea posible que se disminuyan los costos del transporte marítimo.

Además, los resultados concuerdan con Arredondo (2020) quien en su investigación desarrollada determinó que los costos de transporte marítimo se relacionan con la competitividad, dado que cuando se incrementan los flujos de costos del transporte y existe un incremento de los costos de los materiales se disminuye la competitividad de las empresas.

De igual modo, los resultados se asemejan a lo obtenido por Gamonal e Izquierdo (2020) en su tesis que cuyo objetivo fue evaluar sobre los impactos de los sobrecostos en la competitividad de las exportaciones, evidenciaron que los costos que implican realizar el transporte marítimo tienen relación con la competitividad, por el hecho que se demostró que los altos costos de la logística en todo el proceso de la exportación como la comisión del agente de aduana, el combustible y la seguridad dentro de puerto disminuyen la competitividad de la empresa exportadora.

Dichos resultados se asemejan con Palermo (2018) quien en su trabajo de investigación determinó que los costos que se encuentran involucrados en todo el proceso del transporte marítimo influyen en la competitividad, de modo que

la localización de la planta de un proveedor genera mayores costos lo cual hace que se disminuya la competitividad.

De acuerdo a las bases teóricas, el costo de transporte marítimo es un costo que se determina por los fletes marítimos, siendo uno de los costos con mayor relevancia en el transporte vía mar (MINCETUR, 2015). Asimismo, se refuerza con la teoría de la ventaja competitiva que busca el mejoramiento del rendimiento de la empresa y que se brinden productos o servicios diferenciadores que ayuden a que la empresa se encuentre bien ubicada en el mercado. Además, cuando se asocia al liderazgo con la competitividad se abarcan sectores más exigentes y diversos (Porter, 2008).

En ese sentido, se puede inferir que en el rubro del transporte marítimo resulta de vital importancia los costos que se disponen para el transporte de las mercancías por vía mar, dado que estos costos no pueden ser sobrevalorados con altísimos costos, y más cuando no se cuenta con la infraestructura y seguridad adecuada, por tanto, los costos del transporte marítimo van a influir en la competitividad de la empresa.

5.1.2 La influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

Según los hallazgos obtenidos, se evidenció que con respecto a la dimensión el liderazgo en costos se aceptó la hipótesis de la investigación, es decir, que se afirmó que existe influencia entre el costo de transporte marítimo y el liderazgo en costos de una agroexportadora de la región de Lima, 2022; lo cual se demostró mediante la prueba de Rho de Spearman donde se obtuvo que el nivel de significancia es 0,000, siendo menor a 0,05 y un coeficiente de Rho de

-0,471; por tanto, se concluyó que existe una correlación negativa débil entre la variable y dimensión.

Los resultados se refuerzan con Campos (2018) quien en su tesis evidenció que cuando existe un déficit de infraestructura y los costos del transporte de las mercancías sean elevadas no será posible que exista liderazgo en costos, porque no se está ofreciendo un servicio a un costo accesible ni de calidad, además, es posible que se disminuyan los comercios internacionales.

Inclusive, los hallazgos se refuerzan con Arredondo (2020) en su investigación demostró que cuando se manejan de manera adecuada los costos operativos existe una simplificación de la gestión logística de modo que va a incidir en desarrollar una adecuada competitividad en la empresa a través del liderazgo de los costos, por lo cual se tiene que estar implementando constante nuevas estrategias.

En la revisión de las bases teóricas se muestra que el liderazgo en costos se encuentra enfocado prioritariamente en la disminución de los costos sin ignorar la calidad, siendo intuitivo y de fácil manejo para que las compañías puedan ofrecer un producto por menos precio que la empresa rival en el mercado. Además, el liderazgo en los costos necesita que se construya de manera activa instalaciones eficientes y buscar constantemente la reducción de los costos con base en la experiencia (Porter, 2008).

En ese contexto, se puede entender que el costo de transporte marítimo influye en el liderazgo en costos de una agroexportadora dado que para un líder es relevante considerar las estrategias que pueda aplicar para tener como resultado a una empresa más competitiva, de modo que pueda contar con costos más bajos en sus diversos procesos que la competencia.

5.1.3 La influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se evidenció que con respecto a la dimensión la diferenciación en costos se rechazó la hipótesis de la investigación, es decir, que se afirmó que no existe influencia entre el costo de transporte marítimo y la diferenciación de una agroexportadora de la región de Lima, 2022; lo cual se demostró mediante la prueba de Rho de Spearman donde se obtuvo que el nivel de significancia es 0,150, siendo mayor a 0,05 y un coeficiente de Rho de - 0,175; por tanto, se concluyó que no existe correlación entre la variable y dimensión.

Dichos hallazgos no coinciden con lo obtenido por Lozano (2021) quien en su tesis demostró que cuando se brinda una adecuada operación en los comercios por transporte marítimo se refleja en la productividad de la empresa exportadora con relación al costo de transporte marítimo y la seguridad del transporte que es una parte clave de la diferenciación.

De acuerdo a la información de las bases teóricas la diferenciación resulta eficaz cuando una empresa tiene el objetivo de consolidarse como una compañía atractiva en el mercado, basándose en los clientes que desean adquirir un producto con características únicas, especiales y diferentes a los que ofrecen otras compañías, asimismo, se encuentran orientadas en acciones como brindar atención a los clientes con alto valor, ofrecer seguridad al consumir y brindar diseños exclusivos (Porter, 2008).

La diferenciación es relevante cuando se quiere demostrar que un producto o servicio determinado que brinda la empresa sea diferencia y tenga un mayor

atractivo que la competencia, siendo superior a las alternativas del mercado, por tanto, no solo busca destacarse de la competencia, sino que anhela destacar como la mejor ubicándose a un puesto más arriba que el competidor.

5.1.4 La influencia del costo de transporte marítimo en la especialización de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.

Según los hallazgos obtenidos, se evidenció que con respecto a la dimensión la especialización se aceptó la hipótesis de la investigación, es decir, que se afirmó que existe influencia entre el costo de transporte marítimo y la especialización de una agroexportadora de la región de Lima, 2022; lo cual se demostró mediante la prueba de Rho de Spearman donde se obtuvo que el nivel de significancia es 0,000, siendo menor a 0,05 y un coeficiente de Rho de - 0,639; por tanto, se concluyó que existe una correlación negativa media entre la variable y dimensión.

Los resultados se refuerzan con Justavino-Castillo et al. (2020) quien manifiesta que cuando las empresas se especializan en el comercio del transporte marítimo con prácticas sostenibles donde se considere el enfoque ambiental, económico y social se tendrá un aumento de competitividad y al mismo tiempo se disminuirán los costos de servicio.

En la revisión de la teoría presentada se indicó que la especialización implica que la empresa se tiene que enfocar en un sector en específico del mercado para proporcionar un mejor producto. Por tanto, se basa que la compañía puede ofrecer a sus clientes mejores servicios que las organizaciones rivales, además, no tiene relevancia si está en un mercado más grande (Porter, 2008).

En ese sentido, se puede entender que el costo de transporte marítimo influye en la especialización, de modo que los clientes van a valor a una empresa en específica que le brinde productos de alta calidad porque se encuentra especializado en brindar dicho producto, además, le permite a la empresa tener relevancia y expandirse proporcionando productos de calidad.

CONCLUSIONES

1. El costo de transporte marítimo influye negativamente en la competitividad de la agroexportadora. Esto significa que a medida que aumenta el costo de transporte marítimo, la competitividad de la agroexportadora se ve afectada de manera negativa, es decir, los altos costos de transporte marítimo afectan la eficiencia y la rentabilidad de las operaciones de la agroexportadora, lo que, a su vez, puede incidir en la capacidad para competir con otras empresas del mercado.
2. El costo de transporte marítimo influye negativamente en el liderazgo en costos de la agroexportadora. Esto significa que a medida que aumenta el costo de transporte marítimo, la agroexportadora experimenta una disminución en su capacidad para competir en términos de costos con respecto a otras empresas del mismo sector en la región de Lima.
3. El costo de transporte marítimo no influye en la diferenciación de la agroexportadora. Esto significa que el costo de transporte marítimo no juega un papel importante en la capacidad de la agroexportadora para diferenciarse de sus competidores.
4. El costo de transporte marítimo influye negativamente en la especialización de la agroexportadora. Esto significa que un aumento en el costo de transporte marítimo obstaculiza la capacidad de la agroexportadora para desarrollar y enfocarse en productos especializados. Esto tiene implicaciones negativas para su competitividad en el mercado, ya que la especialización en productos de alta calidad y valor agregado es a menudo un factor importante para competir con éxito.

RECOMENDACIONES

A continuación, se enumeran las recomendaciones:

1. La empresa Drokasa debe diversificar proveedores, negociar acuerdos a largo plazo, e implementar tecnología de gestión de transporte. Estas medidas pueden ayudar a reducir los costos de transporte marítimo y mejorar la competitividad de la agroexportadora de la región de Lima, 2022.
2. La empresa debe optimizar la gestión logística. Esto incluye la planificación eficiente de rutas, la consolidación de cargas y la negociación de contratos con proveedores de servicios de transporte. Una gestión logística eficiente puede ayudar a reducir los costos de transporte marítimo y mejorar la competitividad de la agroexportadora.
3. La empresa Drokasa debe implementar tecnología de gestión de transporte. Esto incluye utilizar sistemas y herramientas tecnológicas especializadas en la gestión de transporte marítimo para mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos. Estas soluciones proporcionan visibilidad en tiempo real de las operaciones, optimizan la asignación de recursos y facilitan la toma de decisiones informadas.
4. La empresa Drokasa debe diversificar los proveedores de transporte para disminuir, especializarse en la selección de proveedores. Esto implica evaluar diferentes opciones de proveedores de servicios de transporte marítimo. Comparar tarifas, tiempos de tránsito y calidad del servicio puede ayudar a encontrar opciones más competitivas. Además, contar con una red de proveedores confiables y flexibles puede reducir la dependencia de un único proveedor y minimizar el impacto de posibles aumentos en los costos de transporte.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Acosta-Medina, J. K., Plata-Gómez, K. R., Puentes-Garzón, D. E., & Torres-Barreto, M. L. (2019). Influencia de los recursos y capacidades en los resultados financieros y en la competitividad empresarial: una revisión de la literatura. *I+ D revista de investigaciones*, 13(1), 147-157.
<https://cutt.ly/wDSqMJ1>
- Arredondo, A. J. (2020). *La logística internacional y su competitividad en el transporte marítimo de la Agencia de Carga BSZ Logistics SAC-Callao 2019* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52011>
- Arroyo, V. F. (2020). *Prácticas comerciales anticompetitivas de empresas marítimo portuarias transnacionales y competitividad de las mypes transportadoras de contenedores del Callao, 2017* [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Callao]. Repositorio UNAC
<http://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/5168>
- Asociación Peruana de Agentes Marítimos. (2021). *Flete marítimo del Callao a Asia llega ahora hasta us\$ 14,000 por contenedor*. <https://apam-peru.com/web/flete-maritimo-del-callao-a-asia-llega-ahora-hasta-us-14000-por-contenedor/>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3.^a ed.). México: Grupo Editorial Patria
- Banco Central de Reserva del Perú. (2021). *Reporte de inflación, diciembre 2021. Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2021-2023*.
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2021/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2021.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2021). *Reporte de inflación, setiembre 2021. Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2021-2022*.
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2021/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2021.pdf>

- Bernal, C.A. (2016). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Berumen, S. (2011). *Competitividad, clústers e innovación*. Distrito Federal, México: Trillas.
- Campos, P. C. (2018). *El Comercio Internacional y la Competitividad en el Transporte de carga marítima en las rutas de China a Perú* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/30702>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2021). *Informe sobre el transporte marítimo*. https://unctad.org/system/files/official-document/rmt2021summary_es.pdf
- Cortés, M. G. (2021). *Comercio internacional en el transporte marítimo en Norte América, 1997-2017: un modelo de datos panel* [Tesis de maestría, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]. Repositorio UMSNH http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB_UMICH/6465
- Gamonal, C. J., y Izquierdo, S. A. (2020). *El impacto de sobrecostos logísticos en la competitividad de las exportaciones de productos perecibles* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio UTP <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3455>
- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores* (1.ª ed.). Ediciones de la U.
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C.P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta*. México: Editorial McGraw Hill / Interamericana Editores S.A.
- Huaman, F. D., y Puente, X. A. (2018). *El transporte local y su relación con la competitividad exportadora de las empresas exportadoras de arándanos en Trujillo* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio UPC. <http://hdl.handle.net/10757/623556>

- Ibarra, M. A., González, L. A., & Demuner, M. D. R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 18(35), 107-130.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Justavino-Castillo, M. E., Gil-Saura, I., y Fuentes-Blasco, M. (2020). Efectos de la sostenibilidad y del valor logístico en las relaciones entre empresas de transporte marítimo. *Estudios Gerenciales*, 36(157), 377-390.
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v36n157/0123-5923-eg-36-157-377.pdf>
- Lozano, D. K. (2021). *Impacto del transporte marítimo de china y estados unidos, coyuntura de Colombia en el comercio internacional* [Tesis de pregrado, Universidad Antonio Nariño]. Repositorio UAN
<http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/4677>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015). *Guía de orientación al usuario del transporte acuático*. MINCETUR. Segunda edición.
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Guia_Transporte_Acuatico_13072015.pdf
- Moller, A.P., y Maersk, A.S. (2020). *Interim Report*. <https://ml-eu.globenewswire.com/Resource/Download/f14141bb-a831-40e8-8825-512eac8a819f>
- Naciones Unidas (2019). *Informe sobre el Transporte Marítimo*. Conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo – UNCTAD.
https://unctad.org/system/files/official-document/rmt2019_es.pdf
- Nizama, J. C. L. (2020). *El transporte marítimo internacional en el ámbito del desarrollo comercial peruano 2018* [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Callao]. Repositorio UNAC
<http://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/5735>
- Nizama, J. C. L. (2020). *El transporte marítimo internacional en el ámbito del desarrollo comercial peruano 2018* [Tesis de maestría, Universidad

Nacional del Callao]. Repositorio UNAC

<http://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/5735>

Ortegón, A. B. (2019). Capítulo 4: El neuromarketing y su aporte a la competitividad empresarial. *Libros Universidad Nacional Abierta ya Distancia*, 121-154.

<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3146/3152>

Otero, A. K. (2021). *Factores de competitividad y la exportación de mandarina de la empresa exportadora Camposol, distrito de Huaral, 2018* [Tesis pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión].

Repositorio UNJFSC <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/5269>

Palermo, B. (2018). *Análisis comparativo de los costos de transporte marítimo y terrestre de las importaciones de Producto Alpina CA* [Tesis de maestría, Universidad Marítima del Caribe Granada]. Repositorio UMC

<http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/handle/654321/1190>

Porter, M. E. (2005). *Estrategia y ventaja competitiva*. Deusto. <https://es.b-ok.lat/book/12337279/4a608a>

Porter, M. E. (2008). *Estrategia competitiva*. Compañía Editorial Continental SA Décimo. <https://es.b-ok.lat/book/18325373/291471>

Quintero, J. R., Cortázar, A. M., & Ramírez, Y. A. (2018). Transporte marítimo internacional: aspectos operativos y comercio, logística portuaria, aspectos jurídicos y comerciales, prospectiva para Colombia. *Journal de Ciencia e Ingeniería*, 10(1), 18-31. <https://jci.uniautonoma.edu.co/2018/2018-3.pdf>

Quiroga, C. X. (2019). *Análisis de los efectos de la globalización en el transporte marítimo y el desarrollo portuario. Caso de estudio: Colombia y Ecuador* [Tesis de maestría, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio UMNG <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/32387>

Rodriguez, F. E., y Saldaña, K. L. (2021). *La responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición SRL Chorrillos, 2019* [Tesis pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio UA <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1240>

- Sanchez, D. P. (2021). *La competitividad y el rendimiento empresarial en las pequeñas empresas industriales de la región Lima-2016-2017* [Tesis de maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio UNJFSC <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/4641>
- Sánchez, R. J. (2019). *La formación de precios en el transporte marítimo de contenedores de exportación y el rol de las expectativas*. [Tesis doctoral, Pontificia Universidad Católica Argentina]. Repositorio UCA <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/11019/1/formacion-precios-transporte-maritimo.pdf>
- Valdez, F. (2019). *Factores condicionantes del sector textil en la competitividad empresarial de las mypes del clúster de gamarra–2018* [Tesis pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio UNJFSC <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/3138>
- Yang, R., Yu, M., Lee, C. Y., & Du, Y. (2021). Contracting in ocean transportation with empty container repositioning under asymmetric information. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 145, 102173. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.102173>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

| COSTO DE TRANSPORTE MARÍTIMO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE UNA AGROEXPORTADORA DE LA REGIÓN DE LIMA, 2022. | | | | |
|--|--|---|---|---|
| Problemas | Objetivos | Hipótesis | Variable | Metodología |
| <p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es la influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos de una agroexportadora de la región de Lima, 2022?</p> <p>¿Cuál es la influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación de una agroexportadora de la región de Lima, 2022?</p> <p>¿Cuál es la influencia del costo de transporte marítimo en el enfoque de una agroexportadora de la región de Lima, 2022?</p> | <p>Objetivo general</p> <p>Determinar la influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar la influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.</p> <p>Determinar la influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.</p> <p>Determinar la influencia del costo de transporte marítimo en la especialización de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.</p> | <p>Hipótesis general</p> <p>Existe influencia del costo de transporte marítimo en la competitividad de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Existe influencia del costo de transporte marítimo en el liderazgo en costos de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.</p> <p>Existe influencia del costo de transporte marítimo en la diferenciación de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.</p> <p>Existe influencia del costo de transporte marítimo en la especialización de una agroexportadora de la región de Lima, 2022.</p> | <p>X: Costo de transporte marítimo.</p> <p>Y: Competitividad.</p> | <p>Enfoque de investigación: Cuantitativo</p> <p>Tipo de estudio: Básica.</p> <p>Diseño de investigación: No experimental</p> <p>Alcance de investigación: Explicativa</p> <p>Población 86 trabajadores</p> <p>Muestra 70 trabajadores</p> <p>Técnicas de recolección de datos: Encuesta</p> <p>Instrumento: Dos cuestionarios</p> <p>Procesamiento de información: de El software SPSS 25.0</p> |

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

| Variables | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|--------------------------------|--|--|------------------------------|---|--------------------|
| COSTO DE TRANSPORTE MARÍTIMO | Son los precios que se dan por el transporte marítimo o los servicios que se requieren para usar el buque, es así que existen las influencias de diferentes factores tales como las características y naturaleza de las mercancías, también se incluyen los costos portuarios con todas las etapas (MINCETUR, 2015). | La variable costo de transporte marítimo se midió mediante un cuestionario de 12 ítems que forman parte de tres dimensiones. | Recargo por combustible | Aumento del precio del petróleo | Escala Likert |
| | | | | Rutas de transporte | |
| | | | | Peso de la carga | |
| | | | | Volumen de carga | |
| | | | Recargo por ajuste monetario | Incremento de la divisa extranjera | |
| | | | | Depreciación de la moneda local | |
| | | | | pago en moneda extranjera | |
| | | | | Estabilidad del dólar | |
| | | | Gastos de terminal | Costo del flete | |
| | | | | Costo de almacenamiento | |
| | | | | Costo del transporte de contenedor al importador local. | |
| | | | | Otros costos por exportar. | |
| COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS | Es la suficiencia de las compañías para aumentar y fortalecer su presencia en el mercado mediante el aumento continuo de ventas y utilidades, de manera que la competitividad está ligada a efectos cuantitativos, tales como: intervención continua en el sector, buena cantidad de agencias y de clientes, etc (Acosta-Medina et al., 2019). | La variable competitividad de las empresas se midió mediante un cuestionario de 12 ítems que forman parte de tres dimensiones. | Liderazgo en costos | La experiencia de la empresa. | Escala Likert |
| | | | | Tecnología que usa la empresa. | |
| | | | | Exportación a escala. | |
| | | | | Participación en el mercado. | |
| | | | Diferenciación | Calidad de productos. | |
| | | | | Confianza de la empresa. | |
| | | | | Servicio post-venta | |
| | | | | Plataformas digitales | |
| | | | Especialización | Valoración de empresa. | |
| | | | | Diversidad de productos. | |
| | | | | Grupo de compradores | |
| | | | | Segmentación | |

Anexo 3. Instrumentos

Cuestionario de Costo de Transporte Marino

1. Indicaciones: Marca con un aspa “X” la alternativa que lo identifique. Además, se recalca que el presente instrumento es anónimo, por tanto, se pide su sinceridad y honestidad al marcar.

2. Instrucciones: Leer de manera pausada cada una de las preguntas e indique la opción que crea conveniente. Marque su respuesta mediante un aspa en cada casilla, según los valores del presente cuadro. Se hace hincapié que es un instrumento totalmente anónimo, por lo que se espera su total honestidad.

| | | | | |
|------------|------------|------------|--------------|------------|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |

| N° | Costo de transporte marino | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|---|
| Dimensión 1. Recargo por combustible | | | | | | |
| 1 | Considera que la variación del precio del petróleo influye en el incremento del flete de transporte marítimo. | | | | | |
| 2 | Considera que las rutas del transporte marítimo influyen en el costo del flete marítimo. | | | | | |
| 3 | Considera que el cobro de combustible es mayor cuando se toma en cuenta el peso de las cargas a transportar. | | | | | |
| 4 | Considera que al transportar cargas por el volumen es más económico por el bajo consumo de combustible. | | | | | |
| Dimensión 2. Recargo por ajuste monetario | | | | | | |
| 5 | Considera que el incremento de la divisa extranjera incide en los costos de transporte marítimo. | | | | | |
| 6 | Considera que la depreciación de la moneda local incide en el costo de transporte marítimo. | | | | | |
| 7 | Considera que el pago en moneda extranjera de los productos exportados es más conveniente para la empresa. | | | | | |
| 8 | Considera que el dólar es la moneda más estable para realizar transacciones comerciales en el mundo. | | | | | |
| Dimensión 3. Gastos de terminal | | | | | | |
| 9 | Considera que la tarifa de los fletes se está incrementado constantemente. | | | | | |
| 10 | Considera que el gasto de almacenamiento en el terminal se está incrementado constantemente. | | | | | |
| 11 | Considera que el costo de transporte de contenedor al importador local se está incrementado constantemente. | | | | | |
| 12 | Considera que otros costos por la exportación de productos se está incrementado. | | | | | |

Cuestionario de Competitividad

1. Indicaciones: Marca con un aspa “X” la alternativa que lo identifique. Además, se recalca que el presente instrumento es anónimo, por tanto, se pide su sinceridad y honestidad al marcar.

2. Instrucciones: Leer de manera pausada cada una de las preguntas e indique la opción que crea conveniente. Marque su respuesta mediante un aspa en cada casilla, según los valores del presente cuadro. Se hace hincapié que es un instrumento totalmente anónimo, por lo que se espera su total honestidad.

| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |

| N° | Competitividad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|--|---|---|---|---|---|
| Dimensión 1. Liderazgo en costos | | | | | | |
| 1 | La experiencia de la empresa le permite disminuir el tiempo empleado en los procesos de exportación de sus productos. | | | | | |
| 2 | La tecnología que emplea la empresa permite que los procesos de exportación sean más eficientes y de bajo costo. | | | | | |
| 3 | La exportación de productos a grandes escalas permite a la empresa disminuir los costos de exportación. | | | | | |
| 4 | La empresa cuenta con una buena participación en el mercado internacional debido a los bajos precios de sus productos. | | | | | |
| Dimensión 2. Diferenciación | | | | | | |
| 5 | La empresa ofrece productos de alta calidad a comparación de la competencia. | | | | | |
| 6 | La empresa transmite confianza porque cumple con todos los términos que se establecieron en el contrato de venta. | | | | | |
| 7 | La empresa se preocupa por los servicios post-venta a los clientes. | | | | | |
| 8 | La empresa cuenta con plataformas digitales para atender a los clientes. | | | | | |
| Dimensión 3. Especialización | | | | | | |
| 9 | Los clientes valoran que la empresa brinde productos de alta calidad. | | | | | |
| 10 | La empresa ofrece una diversidad de productos al mercado. | | | | | |
| 11 | La empresa cuenta con grupos de compradores para cada uno de las líneas de sus productos. | | | | | |
| 12 | La empresa está especializada para ofrecer productos de acorde a cada segmento del mercado nacional e internacional. | | | | | |

Anexo 4.

Confiabilidad de instrumentos

Fiabilidad del Cuestionario de Costo de Transporte Marino

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| 0,754 | 12 |

| Estadísticas de total de elemento | | | | |
|---|--|---|--|---|
| | Media de escala si el elemento se ha suprimido | Varianza de escala si el elemento se ha suprimido | Correlación total de elementos corregida | Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido |
| Aumento de precio del petróleo | 40,06 | 20,200 | ,210 | ,748 |
| Rutas de transporte | 41,70 | 22,822 | -,512 | ,701 |
| Peso de la carga | 41,07 | 19,140 | ,229 | ,744 |
| Volumen de carga | 41,20 | 17,293 | ,214 | ,662 |
| Incremento de la divisa extranjera | 41,74 | 14,281 | ,725 | ,733 |
| Depreciación de la moneda local | 41,24 | 19,433 | ,217 | ,645 |
| Pago en moneda extranjera | 40,79 | 21,388 | -,125 | ,780 |
| Estabilidad del dólar | 41,09 | 14,717 | ,569 | ,768 |
| Costo del flete | 41,71 | 14,729 | ,688 | ,546 |
| Costo de almacenamiento | 41,24 | 19,433 | ,217 | ,745 |
| Costo del transporte de contenedor al importador local. | 40,81 | 20,878 | -,019 | ,670 |
| Otros costos por exportar. | 41,09 | 14,717 | ,569 | ,768 |

Fiabilidad Cuestionario de Competitividad

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,868 | 12 |

| Estadísticas de total de elemento | | | | |
|-----------------------------------|--|---|--|---|
| | Media de escala si el elemento se ha suprimido | Varianza de escala si el elemento se ha suprimido | Correlación total de elementos corregida | Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido |
| La experiencia de la empresa. | 27,07 | 50,386 | ,721 | ,857 |
| Tecnología que usa la empresa. | 27,26 | 45,527 | ,884 | ,840 |
| Exportación a escala. | 27,19 | 45,690 | ,752 | ,846 |
| Participación en el mercado. | 27,34 | 46,663 | ,660 | ,851 |
| Calidad de productos. | 27,24 | 49,259 | ,395 | ,867 |
| Confianza de la empresa. | 27,30 | 46,996 | ,444 | ,867 |
| Servicio post-venta | 26,97 | 52,492 | ,239 | ,873 |
| Plataformas digitales | 27,16 | 49,033 | ,413 | ,866 |
| Valoración de empresa. | 26,71 | 47,135 | ,447 | ,866 |
| Diversidad de productos. | 27,07 | 44,502 | ,608 | ,854 |
| Grupo de compradores | 27,74 | 44,600 | ,713 | ,846 |
| Segmentación | 27,64 | 45,131 | ,635 | ,852 |

Anexo 5.

Base de datos

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 32 de 32 variables

| | C01 | C02 | C03 | C04 | C05 | C06 | C07 | C08 | C09 | C10 | C11 | C12 | Opregunt a01 | Opregunt a02 | Opregunt a03 | C |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------------|--------------|--------------|---|
| 16 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 17 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 18 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 19 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 20 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 22 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 23 | 5 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 5 | 1 | 1 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 24 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 25 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 26 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 27 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 28 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 29 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 30 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 31 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 32 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 33 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 34 | 5 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 5 | 1 | 1 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 35 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 36 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 37 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

jamovi - Untitled

Variables Datos Análisis Editar

Exploración Pruebas T ANOVA Regresión Frecuencias Factor Módulos

| | X:Costo tr... | Y: Compe... | Y1: Lidera... | Y2: Difer... | Y3: Especi... |
|----|---------------|-------------|---------------|--------------|---------------|
| 1 | 36 | 31 | 9 | 12 | 10 |
| 2 | 44 | 25 | 9 | 12 | 4 |
| 3 | 45 | 19 | 5 | 8 | 6 |
| 4 | 47 | 36 | 13 | 11 | 12 |
| 5 | 46 | 20 | 9 | 4 | 7 |
| 6 | 38 | 32 | 12 | 10 | 10 |
| 7 | 46 | 34 | 12 | 10 | 12 |
| 8 | 54 | 41 | 12 | 14 | 15 |
| 9 | 48 | 37 | 12 | 12 | 13 |
| 10 | 46 | 34 | 12 | 10 | 12 |
| 11 | 45 | 19 | 5 | 8 | 6 |
| 12 | 36 | 31 | 9 | 12 | 10 |
| 13 | 44 | 25 | 9 | 12 | 4 |
| 14 | 45 | 19 | 5 | 8 | 6 |
| 15 | 47 | 36 | 13 | 11 | 12 |
| 16 | 46 | 20 | 9 | 4 | 7 |
| 17 | 38 | 32 | 12 | 10 | 10 |
| 18 | 46 | 34 | 12 | 10 | 12 |
| 19 | 54 | 41 | 12 | 14 | 15 |
| 20 | 48 | 37 | 12 | 12 | 13 |
| 21 | 46 | 34 | 12 | 10 | 12 |
| 22 | 45 | 19 | 5 | 8 | 6 |
| 23 | 36 | 31 | 9 | 12 | 10 |
| 24 | 44 | 25 | 9 | 12 | 4 |
| 25 | 45 | 19 | 5 | 8 | 6 |

Regresión Lineal

Medidas de Ajuste del Modelo

| Modelo | R | R ² |
|--------|-------|----------------|
| 1 | 0.349 | 0.122 |

Coefficientes del Modelo - Y3: Especificación

| Predictor | Estimador | EE | t | p |
|--------------------|-----------|--------|--------|-------|
| Constante | -2.406 | 3.9314 | -0.612 | 0.543 |
| X:Costo transporte | 0.266 | 0.0864 | 3.076 | 0.003 |

Referencias

[1] The jamovi project (2022). *jamovi*. (Version 2.3) [Computer Software]. Retrieved from <https://www.jamovi.org>.

[2] R Core Team (2021). *R: A Language and environment for statistical computing*. (Version 4.1) [Computer software]. Retrieved from <https://www.r-project.org/>. R packages retrieved from MRAN snapshot 2022-01-01.

Listo Filtros 0 Número de filas 70 Filtrado 0 Eliminado 0 Añadido 70 Celdas editadas 350