



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

“GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE  
SERVICIO EN LA EMPRESA WF TRADING  
S.A.C., DISTRITO DE SURQUILLO, LIMA 2025”

Tesis para optar el título profesional de:  
**Licenciada en Administración y Negocios  
Internacionales**

Autor:

Darly Mishel Mercado Tupac Yupanqui

Asesor:

Dr. Luis Edgar Tarmeno Bernuy  
Código orcid: 0000-0001-7511-5273  
Lima - Perú

**2025**

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1	<b>GISELA ANALY FERNANDEZ HURTADO</b>	
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>GUILLERMO JUNIORS MORALES BENAVIDES</b>	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>LUIS EDGAR TARMEÑO BERNUY</b>	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORMACION DE SIMILITUD



Página 2 de 91 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3324934750

### 19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




#### Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

#### Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

#### Fuentes principales

- 18%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 12%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

#### Marcas de integridad

##### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar cada página escrita a mi mamá Melva y mi abuelita María, en este momento significativo de mi vida, porque su amor inquebrantable han sido mi mayor fortaleza y han estado detrás de cada logro que he alcanzado.

Con todo mi cariño.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi más sincero agradecimiento al Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya, mi asesor y guía de tesis, por sus valiosos consejos. Gracias por compartir tus amplios conocimientos y experiencia, por estar ahí para mí en todo momento, por darme la claridad y la determinación que necesitaba para superar los obstáculos. siempre he encontrado inspiración y motivación.

## Tabla de contenido

Jurado evaluador.....	2
Informe de similitud.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Tabla de contenido.....	6
Índice de tablas.....	7
Índice de figuras.....	8
Resumen.....	9
Capítulo I: Introducción.....	10
Capítulo II: Metodología.....	36
Capítulo III: Resultados.....	45
Capítulo IV: Discusión y Conclusiones.....	67
Referencias.....	69
Anexos.....	76

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Validaciones del Instrumento.....	41
<b>Tabla 2</b> Clasificación de los Niveles de Fiabilidad según el Alfa de Cronbach.....	42
<b>Tabla 3</b> Resumen de Procesamiento de Casos.....	43
<b>Tabla 4</b> Estadísticas de Fiabilidad.....	43
<b>Tabla 5</b> Distribución de Frecuencias de la Variable Gestión Logística.....	45
<b>Tabla 6</b> Distribución de Frecuencias de la Variable Calidad de Servicio.....	47
<b>Tabla 7</b> Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Almacén.....	48
<b>Tabla 8</b> Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Producción.....	49
<b>Tabla 9</b> Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Distribución.....	50
<b>Tabla 10</b> Distribución de Frecuencias de la Dimensión Tangibilidad.....	52
<b>Tabla 11</b> Distribución de Frecuencias de la Dimensión Fiabilidad.....	53
<b>Tabla 12</b> Distribución de Frecuencias de la Dimensión Capacidad de Respuesta.....	54
<b>Tabla 13</b> Distribución de Frecuencias de la Dimensión Garantía.....	55
<b>Tabla 14</b> Distribución de Frecuencias de la Dimensión Empatía.....	56
<b>Tabla 15</b> Nivel de la Variable Gestión Logística y sus Dimensiones.....	57
<b>Tabla 16</b> Nivel de la Variable Calidad de Servicio y sus Dimensiones.....	58
<b>Tabla 17</b> Prueba de Normalidad mediante Kolmogórov-Smirnov.....	59
<b>Tabla 18</b> Prueb de Hipótesis General.....	60
<b>Tabla 19</b> Prueba de Hipótesis Específica 1.....	61
<b>Tabla 20</b> Prueba de Hipótesis Específica 2.....	62
<b>Tabla 21</b> Prueba de Hipótesis Específica 3.....	63

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Variable Gestión Logística.....	46
<b>Figura 2</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Variable Calidad de Servicio.....	47
<b>Figura 3</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Almacén.....	48
<b>Figura 4</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Producción.....	49
<b>Figura 5</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Distribución.....	51
<b>Figura 6</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Tangibilidad.....	52
<b>Figura 7</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Fiabilidad.....	53
<b>Figura 8</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Capacidad de Respuesta.....	54
<b>Figura 9</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Garantía.....	55
<b>Figura 10</b> Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Empatía.....	57

## RESUMEN

El propósito de esta investigación fue identificar cómo se relacionan entre sí la gestión logística y la calidad del servicio en una empresa situada en el distrito de Surquillo, en Lima, en el año 2025. Se usó un diseño correlacional y una metodología cuantitativa aplicada. Se utilizó un formulario instrumento tipo Likert para recopilar datos de un subconjunto de estudio censal de sesenta clientes. Para el análisis estadístico se usó el programa de análisis de datos SPSS (versión 29) y se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson.

Los resultados indicaron una relación algo favorable entre la calidad del servicio y la gestión logística, con un grado de relevancia estadística de  $p = 0,000$  y un coeficiente de  $r = 0,480$ . La producción y el almacenamiento tuvieron conexiones positivas mínimas a nivel dimensional, mientras que la distribución tuvo una alta correlación. Esto ilustra cómo la percepción del cliente se ve directamente afectada por las mejoras en los procedimientos logísticos.

Finalmente, el estudio brinda fundamentos teóricos y prácticos que pueden servir como guía para que la empresa optimice su cadena logística, mejore la atención al cliente, eleve la calidad percibida y refuerce su competitividad en el mercado.

**PALABRAS CLAVES:** gestión logística, calidad de servicio, distribución, producción, almacén.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad Problemática

La gestión logística se ha convertido en un elemento estratégico crucial, ya que mejora directamente la eficiencia empresarial y la satisfacción de los usuarios. Las empresas deben mejorar sus procedimientos logísticos en un entorno cada vez más exigente y dinámico para garantizar la entrega a tiempo, reducir los gastos operativos y optimizar la calidad del servicio. Christopher (2016) afirma que la logística es ahora un instrumento crucial que aumenta el valor para el consumidor final mediante una coordinación funcional de la red de abastecimiento trascendiendo su énfasis histórico en el transporte y el almacenamiento.

La globalización ha aumentado significativamente la complejidad de los procesos logísticos, demandando una mayor coordinación, capacidad de seguimiento y adaptabilidad en las operaciones. En este contexto, la calidad del servicio se ha transformado en un elemento diferenciador crucial, especialmente en sectores como el comercio internacional, el retail y la distribución, donde los clientes exigen altos estándares de cumplimiento, comunicación efectiva y un sólido servicio postventa (Mentzer et al., 2001). Sin embargo, diversas organizaciones continúan enfrentando dificultades relacionadas con la falta de integración tecnológica, deficiencias en la planificación de inventarios, demoras en las entregas y una atención al cliente ineficiente, lo cual repercute negativamente en la percepción general del servicio (Ferne & Sparks, 2019).

La crisis sanitaria de COVID-19, que provocó escasez de materiales, interrupciones en el transporte mundial y ajustes en los hábitos de consumo, dificultó aún más esta transición. Estas circunstancias pusieron de manifiesto la importancia de crear redes logísticas sólidas y flexibles con un alto nivel de integración tecnológica (Ivanov, 2020).

La cadena logística en Argentina ha adoptado la tecnología basada en la inteligencia artificial, incluyéndolo en el modelo de rutas para la distribución de productos básicos. El objetivo de esta implementación es mejorar la eficacia operativa y la calidad de los procedimientos logísticos (Minetti et al., 2022).

En el Reino Unido, se proyecta cerca de 1,25 millones de personas trabajan en el sector logístico. De acuerdo con la Oficina de Estadísticas Nacionales (ONS), este sector muestra un crecimiento sostenido en la demanda laboral y se prevé que supere al transporte como la industria de mayor expansión en el país. En paralelo, el incremento en la inversión en infraestructura en países como Alemania, Francia e Italia está favoreciendo el desarrollo del transporte marítimo y fluvial. En este panorama, se proyecta que el mercado logístico y de transporte en Estados Unidos alcance un valor de 1,62 billones de dólares hacia el año 2029, mientras que en Europa se espera que llegue a los 1,26 billones. Este crecimiento cobra especial relevancia, ya que la cantidad de información a gestionar se incrementa proporcionalmente con la expansión del sector (Denkey, 2023).

En América Latina, los países enfrentan retos logísticos significativos. De acuerdo con la CEPAL (2021), los costos logísticos en la región alcanzan, en promedio, el 20 % del valor del producto final, lo que representa el doble del estándar registrado en los países de la OCDE, estimado en aproximadamente 9 %. Este elevado costo se atribuye a factores como la infraestructura deficiente, la limitada incorporación de tecnología y la ineficiencia en los procesos de distribución. Asimismo, la eficiencia Logístico del Banco Mundial ubicó a la mayoría de los países latinoamericanos por debajo del puesto 70 de un total de 139 naciones analizadas, lo que refleja un bajo nivel de competitividad logística en la región (World Bank, 2023).

En un entorno en constante cambio, tanto la gestión logística como la calidad del servicio se han transformados en componentes esenciales para que las organizaciones mantengan su competitividad. Con el fin de potenciar el flujo de suministro y proporcionar un servicio al cliente eficaz, las metodologías modernas han animado a las empresas a integrar la innovación y la tecnología en sus procesos logísticos. Para ello, se han implementado estrategias orientadas a la diferenciación y fidelización, cuya efectividad radica en el uso estratégico de los recursos logísticos y en la capacidad de brindar un servicio que supere las expectativas del consumidor, a pesar de ser replicables por la competencia. En este sentido, cuando un consumidor compara lo que espera y lo que recibe, se forma una opinión sobre la calidad del servicio. Por este motivo, es fundamental contar con una logística bien organizada que facilite todas las interacciones con los usuarios (González, 2015).

Una proporción considerable de consumidores basa sus decisiones de compra en la calidad del servicio que esperan recibir; aproximadamente el 60 % toma decisiones considerando este factor, y cerca del 70 % está dispuesto a pagar más a empresas que ofrecen una atención fluida. Asimismo, el 66 % de los clientes manifiesta que una experiencia negativa con el soporte puede afectarles emocionalmente durante el día. Se destaca la necesidad de contar con una logística eficiente como factor diferenciador. De esta manera, el comportamiento de los consumidores se ve influido por la calidad del servicio, lo que también mejora las relaciones con los clientes, impulsa el reconocimiento de la marca y aumenta la rentabilidad de la empresa (Zendesk, 2023).

La adopción de estándares de calidad ha permitido transformar las operaciones de la red logística de forma integrada, promoviendo una mayor agilidad, colaboración y eficiencia en la comunicación (Llanes Font, 2023). Un ejemplo de esta transformación es la empresa Itsanet, integrante de una red logística con presencia en seis países, la cual inició operaciones con un almacén de 2,000 m<sup>2</sup> y, posteriormente, amplió su infraestructura hasta alcanzar los 36,000 m<sup>2</sup>

en su centro logístico ubicado en Punta Hermosa, Lima. Este crecimiento fue posible gracias a la implementación de un sistema de almacenamiento selectivo y al desarrollo de una infraestructura logísticamente interconectada (Milla, 2024).

La calidad está generando un impacto notable en la transformación de la gestión logística, al permitir avances en eficiencia operativa, disminución de costos, mayor personalización del servicio y una mejor capacidad de respuesta ante entornos complejos. Para capitalizar los beneficios que ofrece esta evolución tecnológica, es fundamental que las empresas desarrollen e implementen estrategias sólidas de innovación (Li, 2020).

En el contexto peruano, la gestión logística presenta diversas limitaciones estructurales que afectan de forma directa el rendimiento empresarial. Según el MTC (2021), alrededor del 80 % del transporte de carga nacional se realiza a través de la carretera Panamericana, lo cual origina congestión, demoras operativas y altos costos logísticos. Además, un informe del CCL (2022) revela que más del 60 % de las Pymes carecen de una planificación logística formal, lo que se traduce en pérdidas económicas, retrasos en las entregas y baja satisfacción del cliente. Esta problemática resulta especialmente crítica en sectores como el comercio exterior, la distribución y el comercio minorista, donde la eficiencia logística es un pilar fundamental.

En un ámbito empresarial de competencia progresiva, es fundamental que las organizaciones cuenten con procedimientos logísticos eficientes que garanticen la distribución puntual y exacta de bienes y servicios. En el caso de la compañía empresa WF TRADING S.A.C., ubicada en el distrito de Surquillo, Lima, se han detectado diversas deficiencias en su gestión logística, entre las que destacan el desorden en los almacenes, demoras en las entregas, un control inadecuado del inventario y una coordinación deficiente con los proveedores. Las deficiencias operativas afectan directamente la atención al cliente, generando insatisfacción, reclamaciones frecuentes y un descenso en la fidelidad de la clientela.

Pese a contar con recursos y una estructura organizacional definida, la empresa presenta dificultades para coordinar sus procesos logísticos con una estrategia de servicio al cliente que atienda de manera eficaz las exigencias y expectativas del mercado actual

Esta situación pone de manifiesto la relevancia de analizar el vínculo entre la gestión logística y la calidad del servicio, con el propósito de identificar cómo los procesos internos inciden en la experiencia del cliente y de proponer acciones de mejora que fortalezcan la competitividad y la sostenibilidad empresarial

Finalmente, en base a la investigación podemos plantear la siguiente pregunta: ¿De qué manera la gestión logística se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2025?

#### **En relación con los antecedentes Internacionales:**

Lin et al. (2023) realizaron un estudio en China con la finalidad de analizar la influencia de la calidad de los servicios logísticos sobre la conformidad del usuario. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, con un esquema no experimental y correlacional, y se llevó a cabo con la intervención de 810 clientes, quienes completaron un cuestionario estructurado basado en cinco dimensiones del servicio logístico: calidad operativa, recursos, información, contacto humano y personalización. La evaluación de los datos se realizó mediante el modelo de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM). Los hallazgos mostraron que la satisfacción del cliente funciona como un mediador esencial en la predisposición a regresar a utilizar el servicio, con un coeficiente beta de 0.601 ( $p < 0.01$ ). Además, se determinó que todas las dimensiones del nivel de servicio logístico presentaron correlaciones positivas y estadísticamente significativas con la conformidad del usuario. En síntesis, el estudio demostró que una administración logística productiva repercute de forma directa en la lealtad del cliente.

Uvet (2020), en un estudio realizado en la Universidad del Norte de Texas titulado *La calidad en los servicios de logística para la satisfacción del consumidor: un análisis basado en datos* examinó el vínculo entre los servicios logísticos y la conformidad del cliente. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, con un esquema no experimental y correlacional, empleando un instrumento estructurado de 18 ítems a un subconjunto de 302 estudiantes universitarios. El instrumento evaluó cinco dimensiones del servicio logístico: contacto con el personal, puntualidad, estado de los pedidos, gestión de discrepancias e intercambio de información operativa. El análisis se efectuó mediante validación factorial confirmatoria (AFC) y un modelo confirmatorio de factores (SEM) utilizando el programa AMOS. Los hallazgos indicaron que el modelo explicaba el 62 % de la satisfacción del cliente ( $R^2 = 0.62$ ).

Aunque la gestión de discrepancias no presentó una influencia significativa, sí se evidenciaron relaciones positivas y estadísticamente significativas ( $p < 0.05$ ) entre la satisfacción y el contacto personal, la puntualidad, la condición de los requerimientos y la transferencia de datos operativa. En conclusión, estos factores contribuyen de forma positiva a la percepción de calidad logística del cliente.

Flores (2021) llevó a cabo el estudio *Integración logística y nivel de satisfacción del cliente de servicios logísticos en Guayaquil*, con la finalidad de analizar el vínculo entre la logística integral y la conformidad del usuario en compañías proveedoras de servicios logísticos de dicha ciudad. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un esquema correlacional, no experimental y de corte transversal. La muestra quedó conformada por 384 usuarios seleccionados aleatoriamente de diez empresas logísticas, quienes respondieron un cuestionario tipo Likert de 22 ítems, obteniendo un coeficiente alfa de Cronbach de 0.808, indicador de una fiabilidad interna adecuada. El tratamiento estadístico contempló las pruebas de Chi-cuadrado, tau-b de Kendall y rho de Spearman.

Este último mostró un coeficiente de 0.324 con un nivel de significación de  $p = 0.000$ , lo que confirma la existencia de una relación positiva entre la logística integrada y la conformidad del cliente. Adicionalmente, se identificaron correlaciones estadísticamente significativas, de magnitud baja a moderada, en las dimensiones de producción, transporte y distribución, almacenamiento y servicio al cliente, siendo la dimensión de producción la de mayor impacto. El estudio concluye que una integración logística adecuada influye positivamente en la satisfacción del cliente.

López et al. (2021) desarrollaron el estudio *Procesos logísticos en la empresa de sal del departamento de La Guajira, Colombia*, con el propósito de valorar el grado de implementación de la administración logística en compañías mineras orientadas a la extracción y procesamiento de sal en dicha zona. El estudio se efectuó bajo un enfoque cuantitativo, con un esquema transversal, no experimental y de carácter descriptivo. La muestra censal quedó integrada por 39 ingenieros de 16 empresas salineras, quienes respondieron un cuestionario de 38 ítems distribuidos en cinco dimensiones: logística interna, logística externa, procesos logísticos, estructura organizativa y estrategias logísticas. El instrumento obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach de 0.93, lo que evidencia una elevada fiabilidad interna. Los hallazgos indicaron que, de manera general, la gestión logística se encuentra ampliamente aplicada en el sector. Sin embargo, la dimensión de logística externa evidenció mayores debilidades, particularmente en los indicadores relacionados con transporte y flujo logístico. En contraste, las estrategias logísticas mostraron un nivel de implementación satisfactorio. Aunque no se aplicaron análisis de correlación, se identificaron limitaciones estructurales, organizativas y técnicas que afectan el rendimiento logístico. El estudio concluye que es fundamental fortalecer aspectos como la capacitación del personal, la planificación del transporte, el control de inventarios y la selección de proveedores para mejorar la competitividad del sector.

Rashid y Rasheed (2024) desarrollaron el estudio *Desempeño del servicio logístico y satisfacción del consumidor con el producto en el mercado electrónico en Pakistán*, con el propósito de analizar el impacto de los elementos de la calidad del servicio logístico en la conformidad del cliente del sector de e-commerce en Karachi. La investigación se enmarcó en una metodología cuantitativa de carácter aplicado, con un diseño causal y un enfoque explicativo. La muestra estuvo conformada por 197 compradores en línea, seleccionados a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. La información se obtuvo mediante un instrumento estructurado con escala de valoración de cinco puntos, que midió seis dimensiones: disponibilidad, tiempo de entrega, costo de envío, calidad y estado del producto, calidad de la información y satisfacción con el producto. El procesamiento de los datos se realizó con el software SmartPLS, aplicando un modelo de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM). Los hallazgos indicaron que la disponibilidad, el plazo de entrega y el gasto de envío no ejercieron influencia significativa sobre la satisfacción del producto. En contraste, la calidad de la información ( $\beta = 0.269$ ) y la calidad y estado del producto ( $\beta = 0.458$ ) tuvieron efectos positivos y estadísticamente significativos ( $p < 0.01$ ). En conclusión, la investigación evidenció que, en el comercio electrónico, la satisfacción del consumidor depende directamente de su percepción sobre la calidad del producto y la información disponible, lo que subraya la relevancia de una gestión logística precisa y eficiente.

#### **De acuerdo con los antecedentes nacionales:**

Rodríguez (2020) desarrolló el estudio *Operaciones Logísticas y Calidad del Servicio de Limpieza de la Vía Pública de la Municipalidad Provincial del Santa, 2020*, con el propósito de analizar el vínculo entre la administración logística y el nivel de servicio de limpieza pública en dicha entidad. La investigación fue de tipo descriptiva, con enfoque cuantitativo y esquema correlacional, no experimental.

La población comprendió a 180 000 habitantes del distrito de Chimbote y a 67 colaboradores del área logística; sin embargo, la muestra definitiva quedó constituida por 67 personas, entre ciudadanos y trabajadores, quienes contestaron instrumentos estandarizados para ambas variables. El procesamiento de la información se efectuó mediante la prueba de Chi-cuadrado a fin de establecer el grado de asociación. Los hallazgos indicaron que la percepción de la calidad del servicio de limpieza fue considerada como media, mientras que la gestión logística se calificó como ineficaz. El valor  $p$  obtenido (0.09) indicó una asociación positiva débil entre las variables, lo que respalda la hipótesis planteada. En conclusión, se identificó que optimizar la administración logística podría potenciar la prestación del servicio de limpieza pública, aunque su impacto directo sobre la calidad percibida es limitado.

Sotomayor (2022), en el estudio *Sistema logístico y nivel de calidad de servicio en Factoría Alvarado SAC, Chimbote, 2021*, examinó la relación entre la gestión logística y la calidad del servicio en el marco posterior a la crisis sanitaria de la COVID-19. El estudio se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo, con un esquema no experimental y de carácter descriptivo-correlacional. Se aplicaron dos instrumentos validados mediante juicio de expertos: uno de 15 ítems sobre gestión logística y otro de 16 ítems sobre calidad del servicio, aplicados a un subconjunto de 15 empleados. La confiabilidad de los instrumentos se midió mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo 0.787 para administración logística y 0.928 para nivel de servicio, valores que indican una alta consistencia interna. Los hallazgos mostraron que la mayoría de los colaboradores evaluó la administración logística como regular, mientras que un 33 % la consideró baja. Asimismo, el 34 % señaló que esta gestión tenía un desempeño regular en relación con la calidad del servicio. El análisis estadístico evidenció una asociación significativa entre ambas variables, resaltando la influencia de las áreas de almacén, compras, distribución e inventario. En síntesis, el estudio confirma que una administración logística eficiente impacta de manera positiva en la percepción del nivel de servicio.

Cárdenas (2021), en el estudio *Procesos logísticos y calidad del servicio en el área logística de la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, 2021*, analizó el vínculo entre la administración logística y el nivel de servicio en una entidad pública municipal. La investigación se llevó a cabo bajo un esquema no experimental, con enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y nivel correlacional. La población estuvo integrada por 70 participantes de las unidades logísticas, a quienes se les aplicó un instrumento de 42 ítems para medir ambas variables. La validez del cuestionario fue ratificada mediante juicio de expertos y la confiabilidad, estimada con el coeficiente alfa de Cronbach, alcanzó valores de 0.949 para administración logística y 0.947 para nivel de servicio, evidenciando una alta consistencia interna. El análisis con el coeficiente de correlación de Pearson reportó un valor de 0.834 ( $p = 0.000$ ), lo que demuestra una asociación positiva muy fuerte y estadísticamente significativa entre las variables. En conclusión, el estudio confirma que una administración logística eficaz influye de manera directa y significativa en la percepción del nivel de los servicios municipales por parte de los usuarios.

Vela (2022), en el estudio *Organización logística y nivel de calidad del servicio en la corporación Editorial María Trinidad S.A.C., Lima 2021*, examinó el vínculo entre la administración logística y la excelencia del servicio en una compañía del ámbito editorial. El estudio asumió un diseño transversal, con orientación cuantitativa, alcance correlacional y carácter no experimental. La muestra censal estuvo conformada por 71 colaboradores del área logística, quienes respondieron dos cuestionarios estructurados: uno con 22 ítems para evaluar la calidad del servicio y otro con 21 ítems para medir la gestión logística, ambos validados mediante criterio de especialistas. La fiabilidad de los instrumentos, establecida a través del coeficiente alfa de Cronbach, fue de 0.919 para calidad del servicio y de 0.829 para gestión logística, lo que evidencia una elevada coherencia interna.

El examen estadístico, mediante la correlación de Spearman, mostró un nexo positivo moderado y estadísticamente significativo entre las dos variables ( $\rho = 0.450$ ;  $p = 0.000$ ). En síntesis, el estudio concluyó que la implementación adecuada de procesos logísticos favorece el incremento de la calidad de los servicios, y que la eficacia logística repercute de manera directa en la apreciación de los clientes respecto al servicio recibido.

Dávila (2023), en el estudio *El sistema logístico y su relación con la calidad en la prestación de servicios en una empresa de transporte, Trujillo 2023*, tuvo como objetivo evaluar la repercusión de la gestión logística en la excelencia del servicio. El estudio se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con diseño no experimental, nivel correlacional y carácter descriptivo. La muestra estuvo conformada por 21 integrantes directamente vinculados a las operaciones logísticas de la empresa. El instrumento empleado fue un cuestionario, validado por tres especialistas, y administrado mediante la técnica de encuesta. El análisis estadístico, efectuado con la correlación de Spearman, arrojó un coeficiente de 0.676 y un nivel de  $p = 0.001$ , lo que señala un vínculo positivo fuerte y estadísticamente significativo entre la administración logística y la calidad del servicio. Los resultados evidencian que una gestión eficaz en áreas como distribución, transporte y control de almacenes impacta directamente en la percepción del cliente, reafirmando el rol esencial de la logística en la provisión de servicios dentro del ámbito de transporte.

## **Bases Teóricas**

### **Teoría Relacionada a la Variable Gestión Logística:**

La teoría universal de sistemas plantea que estos permiten comprender y gestionar de manera más eficiente situaciones complejas, facilitando así la adopción de decisiones administrativas apropiadas en el interior de las entidades (Kast y Rosenzweig, 1985, citado en Martínez et al., 2020).

De forma complementaria, disciplinas como la economía y la ciencia de la gestión exploran cómo las personas pueden estructurar su trabajo enfocándose en la asignación lógica de los recursos (Miller y Drexler, 1988). En esta línea, la teoría de la coordinación aporta un conjunto de principios orientados a organizar de manera efectiva las distintas actividades dentro de un sistema (Hewitt, 1988).

### **Definición de Gestión Logística**

De acuerdo con Martínez (2022), la gestión logística supone un grupo de labores orientadas a cubrir los requerimientos de la organización y de sus clientes. Entre sus componentes fundamentales se incluyen la distribución, la producción y el control de inventarios, los cuales abarcan áreas estratégicas como la administración de almacenes, la gestión de la producción y la organización de la distribución. Esta perspectiva es respaldada por Cano et al. (2015).

Gómez (2014) indica que la gestión logística abarca la organización y ejecución de las acciones necesarias para materializar un proyecto. En el contexto empresarial, se concibe como el conjunto de estructuras y mecanismos que las organizaciones utilizan para abastecerse de insumos, desarrollar la producción y distribuir los productos terminados.

Cano et al. (2015) sostienen que la gestión logística cumple un rol esencial en las organizaciones, ya que garantiza un funcionamiento eficiente y un flujo operativo adecuado. Esta se estructura en cinco procesos centrales: planificación, aprovisionamiento, producción, distribución y devoluciones. Asimismo, identifican 16 competencias clave que abarcan desde el rendimiento organizacional hasta la percepción del cliente, con la finalidad de ofrecer un servicio de excelencia y minimizar las reclamaciones.

Entre las actividades logísticas más destacadas se incluyen la operación táctica, la gestión de la demanda, las compras y el abastecimiento, el procesamiento eficiente de pedidos, el control de almacenes e inventarios, el transporte, la logística inversa, la seguridad en las entregas, los procesos aduaneros, la sostenibilidad financiera, la responsabilidad ambiental, la administración de sistemas de información y datos al igual que la administración y fortalecimiento del capital humano (p. 186).

Minetti et al. (2022) definen la gestión logística como el proceso de organizar y articular labores, incorporando tecnologías como la inteligencia artificial, con el fin de optimizar las redes de distribución y potenciar la eficacia operativa de las organizaciones.

### **Dimensión - Gestión de Almacén**

La gestión logística abarca un conjunto de actividades esenciales para el adecuado funcionamiento de la red de abastecimiento. Según Calzado (2020), en la gestión de almacenes sobresalen factores como el almacenamiento, el registro, la organización y la optimización del espacio, los cuales repercuten de forma directa en el desempeño logístico. En este contexto, los indicadores más representativos de la dimensión de gestión de almacén son: almacenamiento, registro, espacio y organización.

### **Almacenamiento**

Escudero (2019) señala que la gestión de almacenes incluye la recepción y manipulación de mercancías dentro del espacio disponible, así como su ubicación estratégica para facilitar el acceso y control. Esta actividad también puede entenderse como una gestión temporal orientada a preservar los productos en condiciones óptimas dentro de un área determinada, con el propósito de evitar su deterioro y minimizar el desperdicio.

## **Registro**

Según Álvarez et al. (2020), esta actividad implica un control riguroso del flujo de mercancías que ingresan y egresan de un almacén o centro logístico, lo cual permite conocer con precisión la cantidad disponible de cada artículo y asegurar que los productos recibidos correspondan con los pedidos solicitados.

## **Espacio**

Escudero (2019) indica que este aspecto hace referencia a la organización y distribución de las instalaciones destinadas al almacenamiento, las cuales deben ser optimizadas para aprovechar al máximo su capacidad, garantizar la protección de los productos y facilitar su manejo durante las fases de ingreso y salida en la cadena de suministro.

## **Organización**

Leal (2018) afirma que una administración eficaz de los recursos y del entorno físico laboral es fundamental para respaldar de manera efectiva las operaciones logísticas, financieras, comerciales y productivas. Además, una organización eficiente favorece la precisión en el procesamiento de pedidos, lo que permite a la empresa reducir costos y optimizar el uso del tiempo.

## **Dimensión - Gestión de Producción**

La gestión de la producción comprende un conjunto de tareas orientadas a garantizar el abastecimiento de los productos y servicios que la organización demanda para su funcionamiento. Según Méndez Matovelle et al. (2020), esta dimensión se estructura en torno a cuatro indicadores fundamentales: planificación, aprovisionamiento, tiempo y seguimiento.

## **Planificación**

Bonilla et al. (2020) explican que este proceso consiste en identificar qué requiere la organización, en qué cantidad y en qué momento. Además, implica seleccionar posibles proveedores para cada adquisición, así como evaluar criterios clave como la calidad, el tiempo de entrega y el costo, entre otros aspectos esenciales para una gestión de aprovisionamiento eficiente.

## **Aprovisionamiento**

Parra et al. (2022) señalan que el abastecimiento es una función clave dentro de las empresas, ya que permite anticiparse a las necesidades del consumidor, establecer relaciones estratégicas con los proveedores, monitorear las variaciones de precios, garantizar el cumplimiento del ciclo de entrega al cliente y seleccionar fuentes de suministro confiables.

## **Tiempo**

Henríquez et al. (2018) señalan que este concepto alude al lapso comprendido entre la generación de una orden de compra y la recepción del producto en el almacén. Una administración deficiente de este intervalo puede ocasionar diversos errores que posteriormente afectan el control del inventario.

## **Seguimiento**

Según Ruiz y Delgado (2020), el seguimiento consiste en una observación sistemática del proceso de compras con el fin de garantizar su cumplimiento, detectar etapas ineficientes dentro de los procedimientos, incrementar la eficiencia en la aplicación de los recursos y favorecer el cumplimiento de las metas institucionales.

## **Dimensión Gestión de Distribución**

Zapata et al. (2020) describen la gestión de la distribución como el grupo de actividades vinculadas al traslado de bienes desde la planta de producción hasta su entrega al cliente final. Además, señalan que la distribución y el control del inventario son indicadores clave dentro de esta dimensión de la gestión logística.

### **Distribución**

Arrieta y Guerrero (2013, citado en Fontalvo et al., 2019) señalan que la distribución es el proceso que vincula la producción con el mercado, configurando las operaciones logísticas en función de las exigencias del entorno. Para lograr una gestión efectiva de la distribución, es fundamental que los directivos comprendan en profundidad los sistemas de administración de almacenes e inventarios dentro de la organización.

### **Stock**

Fernández (2020) define el stock como el conjunto de bienes que una empresa mantiene almacenados hasta que son utilizados o comercializados. Además, el stock refleja la cantidad de materia prima o productos terminados que la organización requiere para atender su demanda operativa o comercial.

### **Teoría Relacionada a la Variable Calidad de Servicio**

La teoría de la calidad total se fundamenta en principios derivados de modelos de gestión que demostraron su eficacia mediante procesos de reingeniería aplicados inicialmente en empresas japonesas. Los buenos resultados obtenidos motivaron a que directivos de países occidentales incorporaran estas prácticas con el propósito de incrementar el rendimiento organizacional (Deming, 2009, citado en Contreras, 2019).

Asimismo, la teoría de la trilogía de Joseph Juran plantea un ciclo continuo de mejora enfocado en disminuir los costos asociados a la mala calidad, a través de la planificación, el control y la optimización de la calidad en productos y procesos (Juran, 1988, citado en Argudo et al., 2021).

### **Definición de Calidad de Servicio**

Paredes et al. (2021) indican que la calidad del servicio hace referencia al nivel en que los colaboradores de una organización cumplen con los estándares mínimos establecidos internamente. La percepción que cada colaborador tiene sobre el servicio que ofrece es determinante para comprender cómo su desempeño incide en el funcionamiento general de la organización, dado que la calidad del servicio representa un factor esencial para reforzar la reputación de los productos. De manera complementaria, Mathong et al. (2020) indican que la calidad del servicio se compone de cinco dimensiones principales: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, garantía y empatía.

### **Dimensión Tangibilidad**

El término "tangible" se refiere a aquello que puede ser percibido de forma clara mediante el tacto u otros sentidos. En el contexto de la calidad del servicio, Sotomayor (2022) indica que esta dimensión abarca elementos visibles como el equipamiento, la presentación del personal y las instalaciones físicas. Los principales indicadores asociados a esta dimensión son: equipamiento, apariencia del personal y facilidades físicas.

### **Equipamiento**

Contar con el equipamiento adecuado es esencial para que el personal desempeñe sus funciones de forma eficiente. Al respecto, Morelos (2020) afirma que las organizaciones deben fortalecer la dotación de equipos destinados a sus colaboradores, ya que esto contribuye significativamente al cumplimiento efectivo de sus responsabilidades.

## **Apariencia del Personal**

Jemaiyo et al. (2019) afirman que, en el ámbito laboral, resulta fundamental que los trabajadores demuestren responsabilidad y profesionalismo, lo cual implica mantener un equilibrio entre la cordialidad, el respeto, la empatía y una actitud positiva. Estos factores contribuyen a generar un ambiente de trabajo favorable que potencia el rendimiento organizacional. Asimismo, la apariencia del personal abarca elementos como la vestimenta y la higiene personal, los cuales también influyen en la percepción del servicio.

## **Facilidades físicas**

Coll (2020) indica que, en el ámbito laboral, las facilidades físicas hacen referencia a las condiciones fisiológicas que permiten al trabajador responder adecuadamente a las exigencias del entorno en el que desempeña sus funciones. La mejora de estas condiciones contribuye a que el personal sea más resistente, se adapte con mayor facilidad a sus tareas y mantenga posturas adecuadas durante largos periodos, lo que favorece su bienestar y desempeño.

## **Dimensión Fiabilidad**

La dimensión de fiabilidad constituye un pilar fundamental en la provisión de un servicio de calidad y se considera una estrategia clave para garantizar un desempeño eficiente. Esta hace referencia a la habilidad de la organización para satisfacer los servicios ofrecidos de manera exacta y con responsabilidad (Narváez et al., 2020; Carrera et al., 2021).

Entre los indicadores que conforman esta dimensión se encuentran: la formalidad, la disponibilidad, el tiempo promedio entre fallas y el tiempo promedio para la reparación.

## **Formalidad**

El Ministerio de Trabajo de Colombia (2023) señala que una empresa es considerada formal cuando cumple con la totalidad de los requisitos legales establecidos. Este proceso implica su incorporación a la economía formal, lo cual incluye el cumplimiento de obligaciones como el pago de salarios justos y la garantía de protección laboral para los trabajadores y sus familias.

## **Disponibilidad**

Obregón et al. (2021) definen la disponibilidad como el grado en que un sistema o equipo se encuentra en condiciones de operar en el momento en que se le necesita. En términos generales, hace referencia a la capacidad de ejecutar una función determinada justo cuando se requiere, lo cual resulta determinante para sostener la continuidad y el rendimiento del servicio

## **Tiempo Promedio Para Fallar**

Gasca et al. (2017) explican que un producto puede presentar fallas debido a diversos factores, como defectos de fabricación, errores de diseño o deficiencias en su uso y mantenimiento. En este contexto, el indicador conocido como tiempo medio hasta el fallo permite medir el tiempo promedio durante el cual un equipo funciona de manera continua y eficiente, sin interrupciones, dentro del periodo de operación estimado.

## **Tiempo Promedio Para Reparar**

Gasca et al. (2017) señalan que el tiempo promedio de reparación es un indicador que permite evaluar el lapso promedio que requiere un equipo o sistema para ser restaurado a condiciones óptimas de funcionamiento tras una falla.

Este parámetro refleja la eficacia del proceso de reparación dentro de un periodo específico y resulta fundamental para mantener la continuidad operativa.

### **Dimensión Capacidad de Respuesta**

Según Otálora (2021), esta dimensión refleja la agilidad y efectividad con la que una organización atiende las necesidades de sus clientes. Esta dimensión se compone de dos indicadores clave: la disposición para atender y la prestación oportuna del servicio.

### **Voluntad**

Sánchez et al. (2020) indican que la voluntad es una capacidad humana vinculada a la motivación y la conciencia. En el entorno laboral, mantener una actitud de buena voluntad implica asumir con compromiso las tareas diarias y desarrollar la habilidad de sostener el esfuerzo de manera constante, sin afectar los aspectos fundamentales que garantizan una adecuada salud ocupacional.

### **Servicio Oportuno**

Daza et al. (2017) afirman que brindar un servicio ágil en la atención al cliente se ha vuelto un aspecto fundamental para las empresas. En la actualidad, los consumidores no solo consideran importantes la excelencia y el precio del bien o prestación, sino que también esperan ser atendidos de manera personalizada, en un entorno cordial, agradable y confortable.

### **Dimensión Garantía**

Coronel et al. (2019) señalan que la garantía abarca un conjunto de labores planificadas y organizadas dentro del sistema de aseguramiento de la calidad, cuya finalidad es asegurar que un producto cumpla con los estándares previamente establecidos. Esta dimensión incluye indicadores como el conocimiento, la cortesía, la amabilidad y la confianza, los cuales refuerzan la percepción de seguridad por parte del cliente.

## **Conocimiento**

Gemechu (2019) señala que el conocimiento se refiere a la habilidad del personal para entender en profundidad los servicios que brinda la organización en la que trabaja, así como las funciones que le competen. Esta competencia se ha consolidado como uno de los recursos más valiosos dentro de las instituciones, al influir directamente en la calidad del servicio prestado.

## **Cortesía**

Gemechu (2019) explica que la cortesía consiste en la observancia de reglas que norman la convivencia dentro de una comunidad. En el contexto laboral, este valor se refleja en el comportamiento respetuoso y cordial del personal, lo cual resulta fundamental para promover un ambiente organizacional armónico y productivo, tanto en las relaciones entre compañeros como con los superiores.

## **Amabilidad**

Chacón et al. (2021) definen la amabilidad como un valor social esencial que se sustenta en la empatía, el respeto y el buen trato hacia los demás. Esta actitud implica mostrar consideración tanto hacia uno mismo como hacia las personas con las que se interactúa, evidenciando atención y cortesía en los vínculos personales y en el ámbito laboral.

## **Confianza**

Acosta et al. (2019) indican que, en el contexto organizacional, la confianza del cliente hacia una marca representa su percepción de seguridad al adquirir productos o servicios, dado que estos satisfacen sus necesidades e incluso, en numerosos casos, superan sus expectativas.

## **Dimensión Empatía**

Midor y Kučera (2018), junto con Gil (2020), sostienen que la empatía es una habilidad interpersonal que permite comprender las emociones, intenciones y estados afectivos de otras personas, facilitando así la adopción de su perspectiva. En el ámbito del servicio, esta dimensión se traduce en indicadores clave como la atención personalizada, el entendimiento de los requerimientos del cliente y la disponibilidad de horarios flexibles.

### **Atención personalizada**

Zendesk (2023) señala que el servicio personalizado se enfoca en identificar y comprender las características particulares de cada cliente, considerando aspectos como sus preferencias, hábitos de compra y otros rasgos distintivos, con el fin de brindar experiencias únicas y adaptadas a sus necesidades.

### **Comprensión de necesidades**

Lalaleo et al. (2021) afirman que comprender lo que las personas necesitan y desean aporta beneficios significativos, entre ellos: (i) identificar de manera precisa las demandas individuales y (ii) alcanzar estos objetivos, lo cual puede generar una sensación de satisfacción y realización entre los miembros del grupo.

### **Horarios flexibles**

Dessler (2020) señala que los horarios flexibles constituyen una modalidad de trabajo que brinda a los empleados la posibilidad de determinar el momento de inicio y conclusión de su jornada, siempre dentro de los límites establecidos por la entidad. Este esquema propicia un mejor balance entre la vida profesional y la personal.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema General:**

¿De qué manera la gestión logística se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024?

### **1.2.2. Problemas Específicos:**

¿De qué manera la gestión de almacén se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024?

¿De qué manera la gestión de producción se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024?

¿De qué manera la gestión de distribución se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo General:**

Determinar de qué manera la gestión logística se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024.

### **1.3.2. Objetivos Específicos:**

Determinar de qué manera la gestión de almacén se relacionan con la calidad servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024.

Determinar de qué manera la gestión de producción se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024.

Determinar de qué manera la gestión de distribución se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024.

## **1.4 Hipótesis**

### **1.4.1. Hipótesis General:**

La gestión logística se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024.

### **1.4.2. Hipótesis Específicas:**

La gestión de almacén se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024.

La gestión de producción se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024.

La gestión de distribución se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING SAC, en el distrito de Surquillo, Lima 2024.

## **Justificación**

### **Justificación Teórica:**

El fundamento teórico de este estudio resalta la relevancia de la administración logística y la excelencia del servicio como elementos determinantes en la percepción y satisfacción del cliente. En diversas organizaciones, los factores logísticos que inciden en la experiencia del usuario no reciben la atención necesaria. La integración eficiente de procesos como la distribución, el almacenamiento y el transporte no solo permite optimizar los recursos, sino que también refuerza la fidelización y eleva la calidad del servicio ofrecido. Del mismo modo, este estudio pretende aportar evidencia empírica que contribuya al desarrollo del conocimiento en los campos de la logística y la gestión de la calidad, validando estos enfoques teóricos en el contexto de una empresa comercial peruana.

Bernal (2010) sostiene que la justificación teórica tiene como propósito promover la reflexión académica y crítica en torno al cuerpo de conocimientos existente, permitiendo cuestionar teorías, contrastar hallazgos previos o desarrollar una comprensión epistemológica más profunda sobre el tema de estudio.

### **Justificación Práctica:**

Este estudio facilitará una evaluación objetiva del impacto que la gestión logística actual tiene respecto a la excelencia de los servicios ofrecidos a los clientes. Desde el análisis de procesos logísticos como el control de inventarios, la organización del almacén, la puntualidad en las entregas y la coordinación con proveedores será posible identificar los factores críticos que generan insatisfacción, reclamos frecuentes y reducción en la fidelización de la clientela.

Bernal (2010) señala que la justificación práctica se presenta cuando el desarrollo de un proyecto genera información que puede fundamentar decisiones orientadas a mejorar la industria o, al menos, proveer estrategias susceptibles de implementarse para solucionar problemáticas existentes.

Los resultados de esta investigación brindarán a la empresa recursos valiosos para la adopción de decisiones estratégicas orientadas a optimizar sus procesos logísticos. De igual forma, permitirán la aplicación de acciones correctivas que mejoren la calidad del servicio al cliente, lo que podría traducirse en un aumento de la competitividad, una mayor eficiencia operativa y una sostenibilidad comercial a largo plazo. En este sentido, el estudio aportará de forma directa al fortalecimiento del desempeño organizacional ante las exigencias del mercado, generando valor tanto para la organización como para sus clientes.

### **Justificación Metodológica:**

La presente investigación examina el efecto de la gestión logística sobre la excelencia del servicio desde la visión de los usuarios de la organización, bajo un enfoque cuantitativo. A través de encuestas estructuradas, se obtendrán datos objetivos que permitirán identificar los aspectos logísticos con mayor incidencia en la percepción del servicio. Este enfoque posibilita la realización de análisis estadísticos precisos y aporta evidencia sólida para sustentar propuestas orientadas a incrementar la satisfacción del usuario y perfeccionar los procesos operativos.

Según Bernal (2010), la justificación metodológica se fundamenta en proyectos que incorporan enfoques innovadores o planes novedosos para generar conocimientos fiables y exactos; por ello, se emplearán herramientas específicas de recolección de datos, complementadas con información externa.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### Tipo de Investigación

El estudio corresponde al tipo aplicada, dado que busca dar solución a un problema concreto en una organización real, más allá de la producción de conocimiento teórico. Su propósito consiste en examinar el vínculo entre la administración logística y la calidad del servicio en la organización, con el fin de detectar fallas operativas y proponer estrategias de mejora orientadas a optimizar la atención al cliente. Del mismo modo, se adopta un diseño descriptivo-correlacional, pues se analiza la relación y la influencia que la variable independiente “gestión logística” tiene sobre la variable dependiente “calidad del servicio”.

### Enfoque

La investigación emplea un enfoque cuantitativo, cuya finalidad es medir, mediante cuestionarios dirigidos a los usuarios de la compañía, la relación existente entre la gestión logística y la calidad del servicio. Este enfoque permite recopilar y analizar datos numéricos, los cuales serán procesados estadísticamente con la finalidad de determinar el grado de asociación entre ambas variables.

El enfoque cuantitativo se fundamenta en la medición precisa de variables y en el uso de procedimientos estadísticos para la recolección y el procesamiento de información numérica, con el propósito de verificar hipótesis o responder a interrogantes de investigación. Su propósito es emplear información objetiva y verificable para describir fenómenos (Sampieri et al., 2022).

### Nivel

El nivel de este estudio correlacional se caracteriza por centrarse en el vínculo que existe entre dos o más variables que, al ser medidas con técnicas estadísticas, permiten establecer el grado de asociación entre ellas.

Esta clase de investigación se centra en examinar la relación entre variables con el propósito de interpretar su comportamiento conjunto y generar resultados respaldados. Su finalidad principal es comprender cómo una variable se vincula con otra. En este marco, la presente investigación se ubica en el nivel correlacional, dado que busca identificar el vínculo entre la administración logística y la calidad del servicio. Es importante señalar que este nivel de investigación no determina una relación causal entre las variables analizadas (Sampieri et al., 2022).

### **Diseño y Corte**

De acuerdo con Arias y Covinos (2021), la metodología de investigación no experimental se distingue porque las variables no son intervenidas, sino evaluadas en su contexto natural. Según la temporalidad y duración del estudio, este diseño puede clasificarse en transversal o longitudinal. En el caso del diseño transversal no experimental, su característica principal es que las mediciones se realizan en un único momento, sin dar seguimiento a lo largo del tiempo.

Dado que la finalidad de esta investigación fue examinar el vínculo entre los factores de gestión logística y la calidad del servicio sin manipular el comportamiento de las variables, se eligió un método no experimental. Del mismo modo, al buscar describir y determinar el vínculo entre distintas variables dentro de la organización, se adoptó un diseño transversal.

### **Población y Muestra**

#### **Población de estudio**

La población se define como el conjunto completo de elementos o individuos que coinciden una o más características similares y que representan el foco principal del investigador en un estudio específico (Sampieri et al., 2022). En esta investigación, la población es finita y está constituida por los clientes.

## **Criterios de inclusión y exclusión**

Según Hernández et al. (2014), los parámetros de inclusión hacen referencia a las condiciones o características específicas que deben cumplir los participantes para formar parte de la muestra, con el propósito de garantizar la uniformidad en el análisis y delimitar de manera adecuada la población objetivo. En contraste, los parámetros de exclusión se refieren a aquellos aspectos que limitan la participación de determinados sujetos en la investigación, aun cuando cumplan parcialmente con los criterios de inclusión, con el fin de prevenir sesgos o distorsiones en la interpretación de los resultados.

En este estudio, los parámetros de inclusión consideraron a los clientes mayores de 18 años, por contar con la capacidad legal para emitir opiniones válidas sobre los servicios recibidos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). También se incluyó a quienes realizaron adquisiciones de bienes o servicios durante el último semestre, con el fin de garantizar que sus experiencias fueran recientes y pertinentes para el análisis (Malhotra, 2008). Asimismo, solo participaron quienes otorgaron su consentimiento voluntario, en concordancia con los principios éticos de la investigación (Sampieri, Collado y Lucio, 2014).

Respecto a los criterios de exclusión, se eliminó a las personas que no mantuvieron contacto con la empresa en el último semestre, ya que sus opiniones podrían no representar la situación actual (Malhotra, 2008).

Asimismo, se descartó a los encuestados que no completaron el cuestionario en su totalidad, debido a que las respuestas parciales comprometen la validez de los resultados (Babbie, 2010), así como a los clientes que fueran o hubieran sido trabajadores de la organización, a fin de prevenir sesgos derivados de su conocimiento interno (Flick, 2012).

## **Muestra**

La muestra se entiende como un subconjunto representativo de la población total (Arias y Covinos, 2021). Dado que la población en este estudio es reducida, se aplicó un muestreo censal, empleando un tipo de muestra no probabilística intencional, en la que los sujetos fueron seleccionados en función de su accesibilidad y proximidad. En este caso, la investigación contó con una muestra de 60 clientes.

## **Técnica**

Según Medina et al. (2023), una técnica de investigación se entiende como el procedimiento que permite recolectar y analizar de manera sistemática información relevante para dar respuesta a una pregunta o problema de investigación. Asimismo, destacan que existen diferentes métodos de recolección de datos, como encuestas, entrevistas y experimentos, cuya elección está determinada por los objetivos específicos del estudio, con el fin de obtener resultados lo más exactos posible.

En este trabajo se utilizó la técnica de la encuesta, dado que conforme señalan diversos autores, este método resulta adecuado para recopilar información relevante acerca de actitudes, conductas u opiniones en un grupo amplio de individuos. Su elección se justifica porque brinda al investigador la posibilidad de obtener datos de la población objetivo en un periodo reducido y con un costo relativamente bajo.

Para aplicar la encuesta, se elaboró un cuestionario compuesto por 21 ítems, utilizando una escala tipo Likert de tipo ordinal cinco puntos, en la que 1 representa “Totalmente en desacuerdo”, 2 “En Desacuerdo”, 3 “Indeciso”, 4 “De acuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”. Todas las preguntas fueron formuladas de forma cerrada. Matas (2018) la escala de Likert constituye un instrumento psicométrico que permite a los encuestados manifestar el nivel de acuerdo o desacuerdo respecto a una afirmación determinada.

## Instrumento

Sánchez (2021) señala que el formulario es un recurso muy versátil, puesto que facilita recopilar y registrar datos a través de diversos formatos de preguntas relacionadas con los aspectos relevantes del estudio.

En este estudio utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como medio de recolección de información.

Según Arias y Covinos (2021), la encuesta se entiende como un conjunto organizado de preguntas aplicado a un número considerable de personas, constituyendo un medio eficaz para recopilar información acerca de comportamientos, percepciones u opiniones de los encuestados.

De acuerdo con Arias y Covinos (2021), el cuestionario representa una herramienta ampliamente usada en estudios científicos para la obtención de datos. Es fundamental que las preguntas estén formuladas con claridad y sencillez, a fin de garantizar que los participantes las comprendan de manera adecuada.

El cuestionario aplicado para evaluar la variable *Gestión Logística* estuvo conformado por 10 ítems y fue elaborado por Cano et al. (2015). Dicho instrumento considera tres dimensiones principales: gestión de almacenes, gestión de la producción y gestión de la distribución.

Si bien el cuestionario ya había sido validado en investigaciones previas, en este estudio no se realizó un nuevo proceso de validación. En cuanto a la variable *Calidad de Servicio*, se utilizó un formulario compuesto por 16 ítems que midió cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, garantía y empatía.

## Validación del instrumento

**Tabla 1**

### Validaciones del Instrumento

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXPERTO	EXPERTO	EXPERTO	TOTAL
		1	2	3	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	5	5	5	15
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	5	5	5	15
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	5	5	5	15
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	5	5	5	15
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	5	5	5	15
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	5	5	5	15
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	5	5	5	15
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	5	5	5	15
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	5	5	5	15
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	5	5	5	15
TOTAL - PARCIAL		50	50	50	150

Nota. Elaboración propia en base a los datos obtenidos de la matriz de validación de instrumentos.

## Confiabilidad

Maese et al. (2016) señalan que la fiabilidad de un instrumento puede determinarse mediante coeficientes como el coeficiente alfa de Cronbach, el cual evalúa la consistencia interna o coherencia entre los ítems que lo componen. De acuerdo con estos autores, un valor mínimo aceptable de este coeficiente es 0.70, lo que asegura su pertinencia en investigaciones de carácter social y educativo. En este estudio se utilizó el alfa de Cronbach con el propósito de estimar la confiabilidad de las variables obteniéndose un coeficiente de 0.732 para *Gestión Logística* y de 0.761 para *Calidad de Servicio*, tal como se muestra en la Tabla 4. Conforme a los niveles de confiabilidad establecidos en la Tabla 2, estos resultados califican al instrumento como altamente confiable para la recolección de datos.

**Tabla 2**

Clasificación de los Niveles de Fiabilidad según el Alfa de Cronbach

Índice	Nivel de fiabilidad	Valor de Alfa de Cronbach
1	Excelente	0.9 - 1
2	Muy bueno	0.7 - 0.9
3	Bueno	0.5 - 0.7
4	Medio	0.3 - 0.5
5	Deficiente	0 - 0.3

Nota. Adaptado de “Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en docentes universitarios” (p.41), por J. Tuapanta,, M. Duque & A. Mena (2017). Revista mktDescubre - ESPOCH FADE, (10).

**Tabla 3**

Resumen de Procesamiento de Casos

		N	%
Cliente	Válido	60	10000.0%
	Excluido	0	0.00%
Total		60	10000.0%

Nota. La eliminación basada en listas depende de cada variable del proceso. Fuente:

Elaboración propia con el software IBM SPSSv29.

**Tabla 4**

Estadísticas de Fiabilidad

**Variable Gestión Logística**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.732	10

Nota. Fuente: Elaborado por las autoras con el software IBM SPSSv29.

En esa línea, según los resultados obtenidos, el instrumento alcanzó un valor de coeficiente alfa de Cronbach de 0.732, lo cual indica que cuenta con un grado de confiabilidad muy bueno, conforme a lo establecido en la tabla 2.

**Variable Calidad de Servicio**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.761	16

Los resultados del análisis evidencian que el instrumento empleado presenta un nivel de fiabilidad adecuado, con un coeficiente alfa de Cronbach de 0.761, como se observa en la Tabla 2.

## **Consideraciones éticas de la investigación**

Este estudio se desarrolló respetando los principios de veracidad en la presentación de los datos, evitando cualquier alteración de los resultados obtenidos. Asimismo, se garantizó la reserva de la información entregada por la muestra, con el propósito de salvaguardar la identidad de los encuestados y salvaguardar la integridad académica, el trabajo fue elaborado conforme a las normas de redacción establecidas en la séptima edición del Manual APA.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS

Se exponen los hallazgos obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario y su análisis posterior mediante el sistema estadístico IBM SPSS versión 29. El objetivo de dicho análisis es contrastar las hipótesis formuladas y comprobar el cumplimiento de las metas planteadas en la investigación.

### Análisis Descriptivo

#### Nivel de las variables

#### *Variable Gestión Logística*

El hallazgo de la encuesta aplicada a 60 usuarios de la compañía indica que, tal y como se observa en la tabla 5 y la figura 1, la variable “Gestión logística” ha sido valorada principalmente en un nivel medio por el 75,00 % del total de participantes, en un nivel alto por el 16,67 % y en un nivel bajo por solo el 8,33 %.

**Tabla 5**

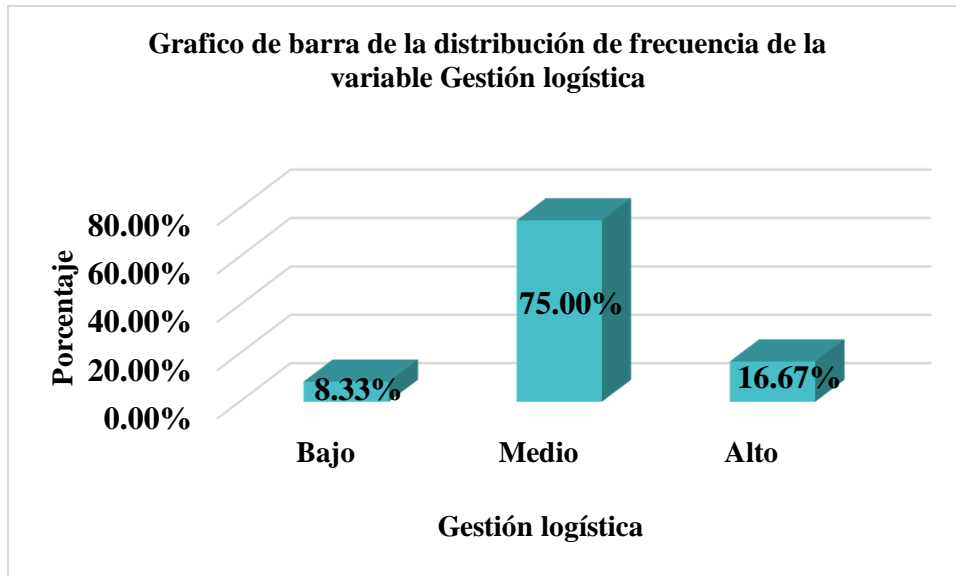
#### *Distribución de Frecuencias de la Variable Gestión Logística*

Gestión logística			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	10 - 23	5	8.33%
Medio	24 - 37	45	75.00%
Alto	38 - 50	10	16.67%
Total		60	100%

Nota. Información obtenida del software IBM SPSSv29.

**Figura 1**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Variable Gestión Logística



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

### **Variable Calidad de Servicio**

De acuerdo con el formulario realizado a 60 clientes de la empresa, el 86.67% de las respuestas correspondientes a la variable Calidad del Servicio se ubica en el grado medio, seguido por un 8.33% en el grado bajo y un 5.00% en el nivel alto. Estos demuestran que, aunque la mayor parte de los usuarios perciben el servicio como aceptable, aún existe un margen considerable de mejora para alcanzar niveles más altos de excelencia. La información respectiva se presenta en la Tabla 6 y la Figura 2.

**Tabla 6**

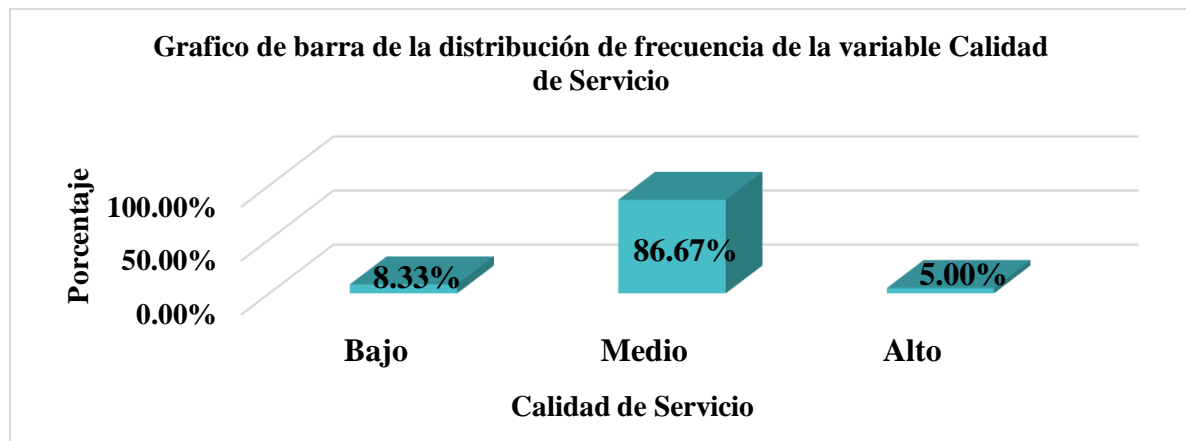
*Distribución de Frecuencias de la Variable Calidad de Servicio*

Calidad de Servicio			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	16 - 37	5	8.33%
Medio	38 - 59	52	86.67%
Alto	60 - 80	3	5.00%
Total		60	100%

Nota. Información obtenida del software IBM SPSSv29.

**Figura 2**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Variable Calidad de Servicio



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

Respecto a la primera dimensión, Gestión de Almacén, los resultados de la encuesta aplicada a 60 clientes muestran que el 68.33% se ubica en un grado medio, seguido por un 20.00% en el grado alto y un 11.67% en el grado bajo. Estos datos reflejan una percepción predominantemente moderada por parte de los encuestados sobre esta dimensión, como se detalla en la Tabla 7 y la Figura 3.

**Tabla 7**

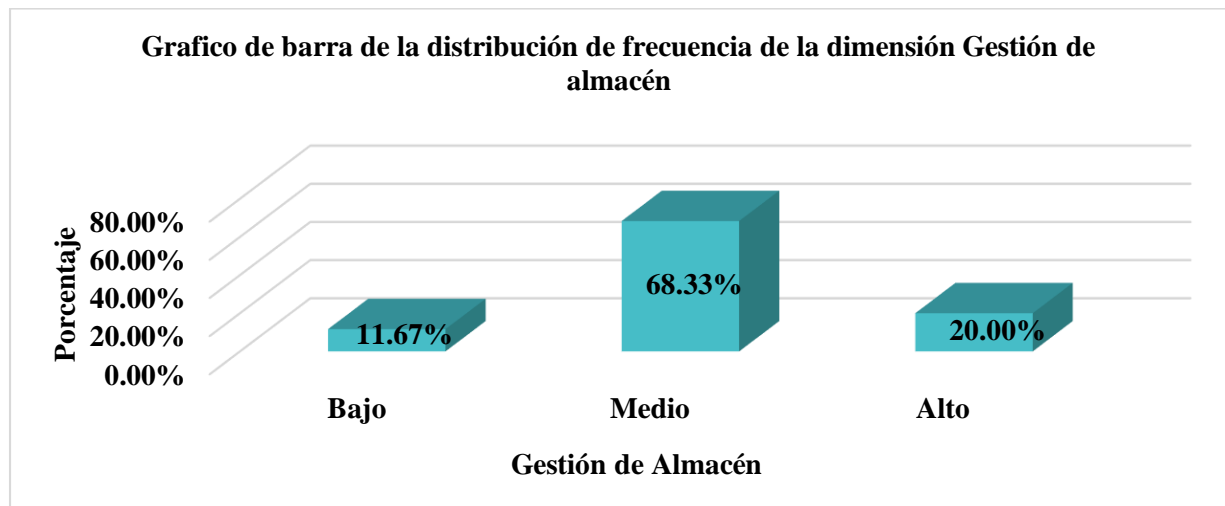
Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de almacén

Gestión de Almacén			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	4 - 9	7	11.67%
Medio	10 - 15	41	68.33%
Alto	16 - 20	12	20.00%
Total		60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Figura 3**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Almacén



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

En cuanto a la segunda dimensión de la variable independiente, *Gestión de Producción*, los hallazgos encontrados en la encuesta aplicada a los 60 clientes muestran que el 70.00% se ubica en el grado medio, seguido por un 16.67% en el grado alto y un 13.33% en el grado bajo.

Estos datos permiten concluir que la percepción de los encuestados se inclina mayoritariamente hacia una evaluación moderada de esta dimensión, como se muestra en la Tabla 8 y la Figura 4.

**Tabla 8**

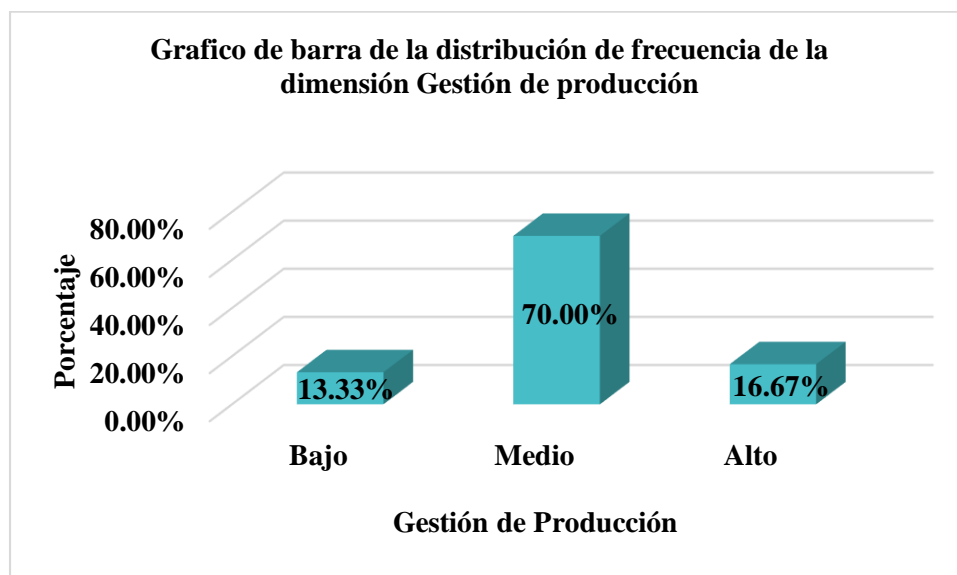
Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Producción

Gestión de Producción			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	4 - 9	8	13.33%
Medio	10 - 15	42	70.00%
Alto	16 - 20	10	16.67%
Total		60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Figura 4**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Producción



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

Finalmente, respecto a la tercera dimensión de la variable independiente, “Gestión de Distribución”, los resultados del formulario realizado a 60 clientes evidencian una mayor concentración en el grado medio, con un 36.66% de las respuestas. A su vez, tanto el nivel alto como el nivel bajo registran un 31.67% cada uno, lo que indica una percepción equilibrada entre los tres grados de valoración. Esta información se presenta en la Tabla 9 y la Figura 5.

**Tabla 9**

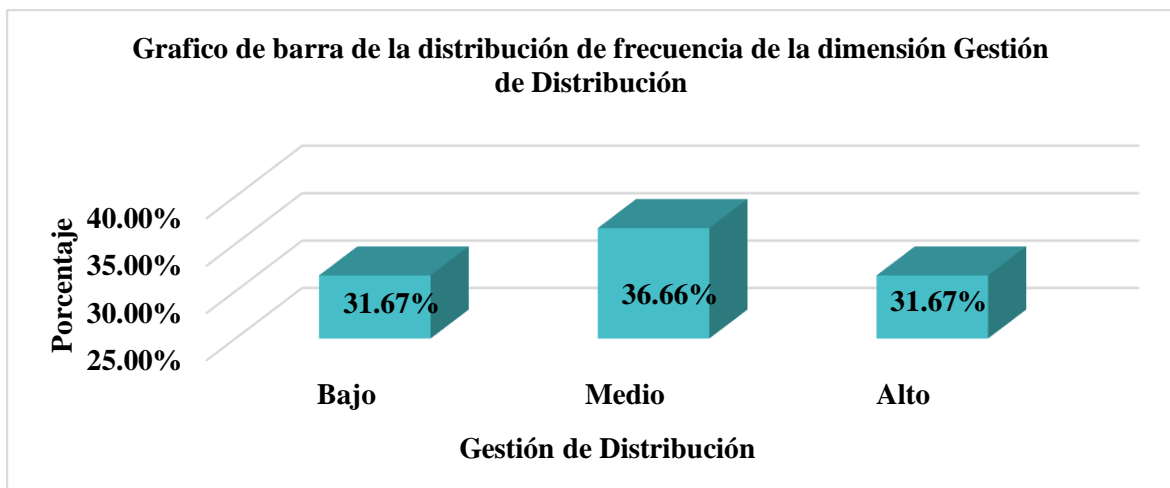
Distribución de Frecuencias de la Dimensión de Distribución

Gestión de Distribución			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	2 - 5	19	31.67%
Medio	6 - 7	22	36.66%
Alto	8 - 10	19	31.67%
Total		60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Figura 5**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Gestión de Distribución



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

## Variable Calidad de Servicio

De acuerdo con los resultados, la dimensión Tangibilidad registra una mayor concentración en el nivel medio, con un 63.33% de las respuestas. Asimismo, el 21.67% la percibe en un grado nivel bajo y el 15.00% en un grado alto. Estos hallazgos se observan que, aunque la percepción sobre esta dimensión es aceptable, aún se identifican oportunidades de mejora para alcanzar valoraciones más elevadas. Esto se encuentra en la Tabla 10 y la Figura 6.

**Tabla 10**

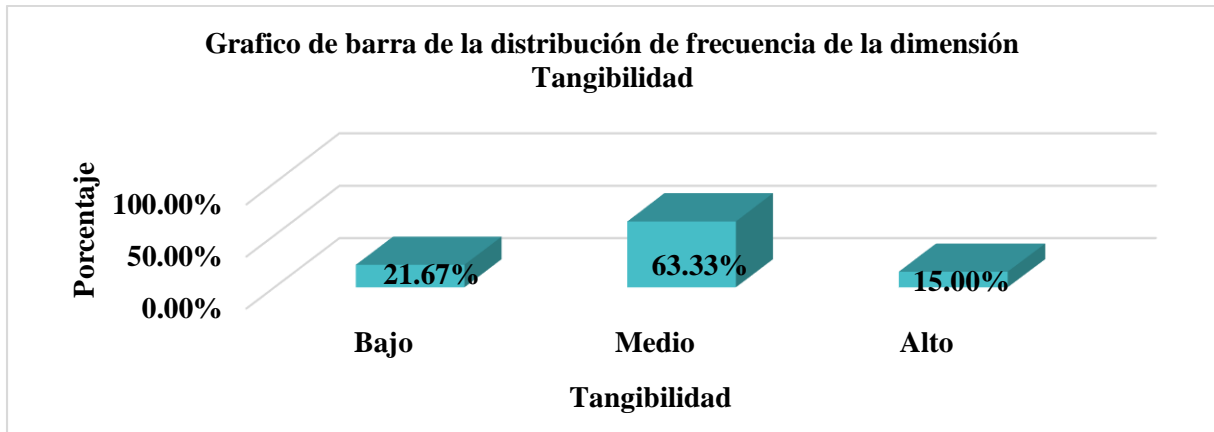
Distribución de Frecuencias de la Dimensión de Tangibilidad

Tangibilidad			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	3 - 7	13	21.67%
Medio	8 - 11	38	63.33%
Alto	12 - 15	9	15.00%
Total		60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Figura 6**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Tangibilidad



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

En relación con la segunda dimensión, Fiabilidad, los resultados del formulario aplicado a los clientes de la empresa muestran que el 75.00% la percibe en un grado medio. Por su parte, el 13.33% la sitúa en un grado bajo y el 11.67% en un grado alto. Estos resultados reflejan un predominio de percepción intermedia de vínculo con esta dimensión, tal como se muestra en la Tabla 11 y la Figura 7.

**Tabla 11**

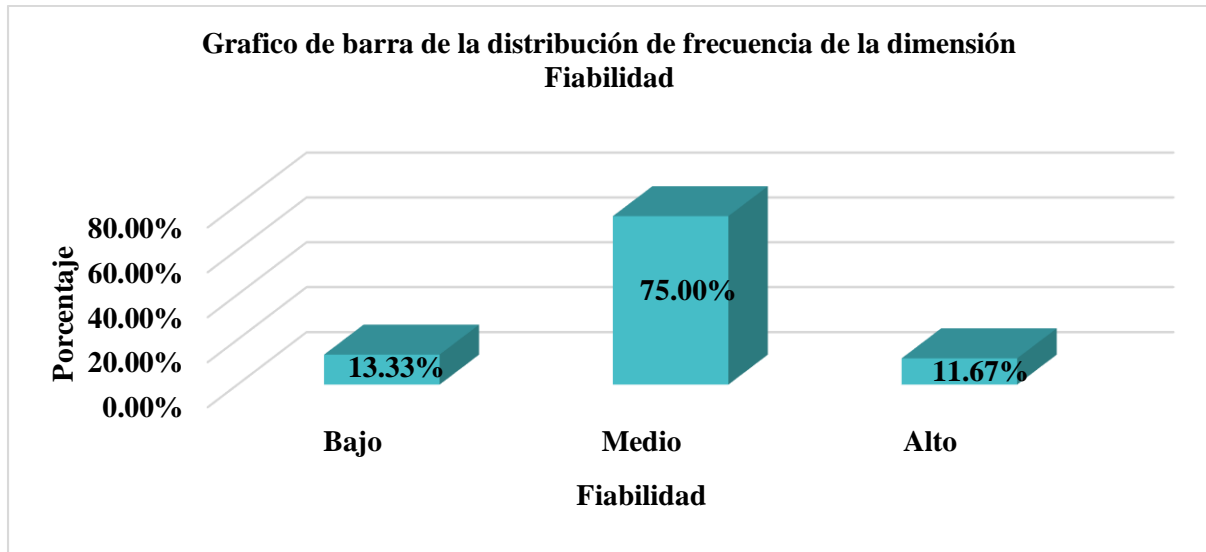
Distribución de Frecuencias de la Dimensión de Fiabilidad

Fiabilidad			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	4 - 9	8	13.33%
Medio	10 - 15	45	75.00%
Alto	16 - 20	7	11.67%
Total		60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Figura 7**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión de Fiabilidad



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

En relación con la dimensión de Capacidad de Respuesta, los resultados evidenciaron que la mayor proporción de clientes se ubicó en el grado bajo (36.67 %), seguido por el grado medio (35.00 %) y el grado alto (28.33 %). Estos hallazgos indican que la percepción sobre la capacidad operativa de la empresa aún se encuentra en proceso de consolidación.

**Tabla 12**

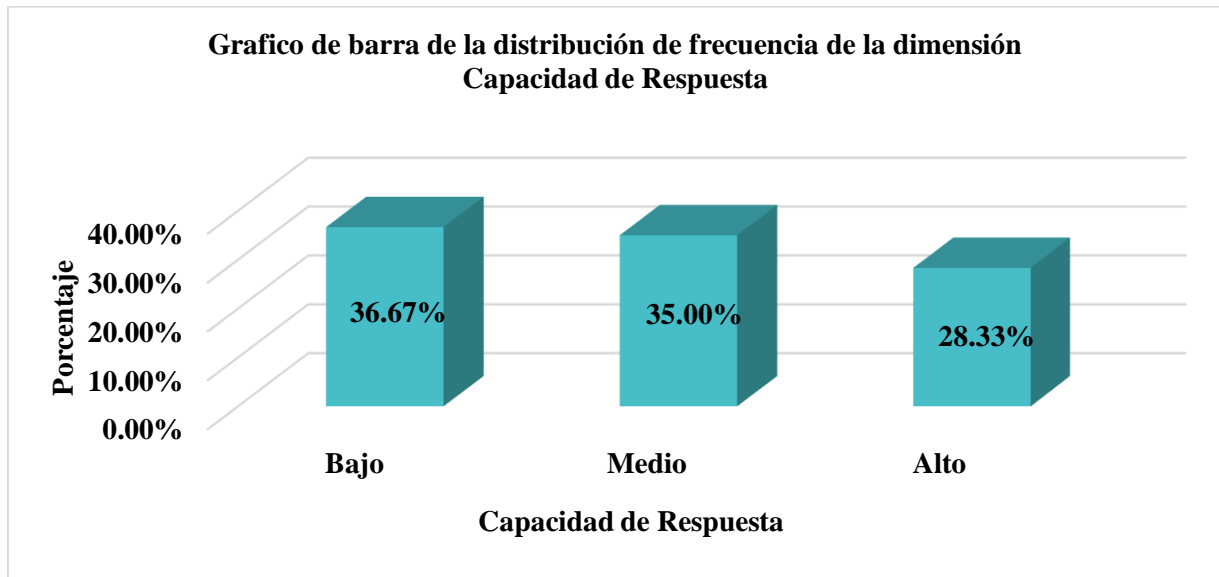
Distribución de Frecuencias de la Dimensión de Capacidad de Respuesta

Capacidad de Respuesta			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	2 - 5	22	36.67%
Medio	6 - 7	21	35.00%
Alto	8 - 10	17	28.33%
Total		60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Figura 8**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión de Capacidad de Respuesta



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

En relación con la cuarta dimensión, *Garantía*, los datos obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa muestran que el 73.33 % la valora en un grado intermedio, mientras que el 15.00 % la ubica en un grado bajo y el 11.67 % en un grado alto. Estos hallazgos indican que, si bien la mayor parte de los participantes percibe esta dimensión como aceptable, todavía existe una proporción considerable que la califica de manera negativa, lo que revela un aspecto susceptible de mejora. La información correspondiente se presenta en la Tabla 13 y la Figura 9.

**Tabla 13**

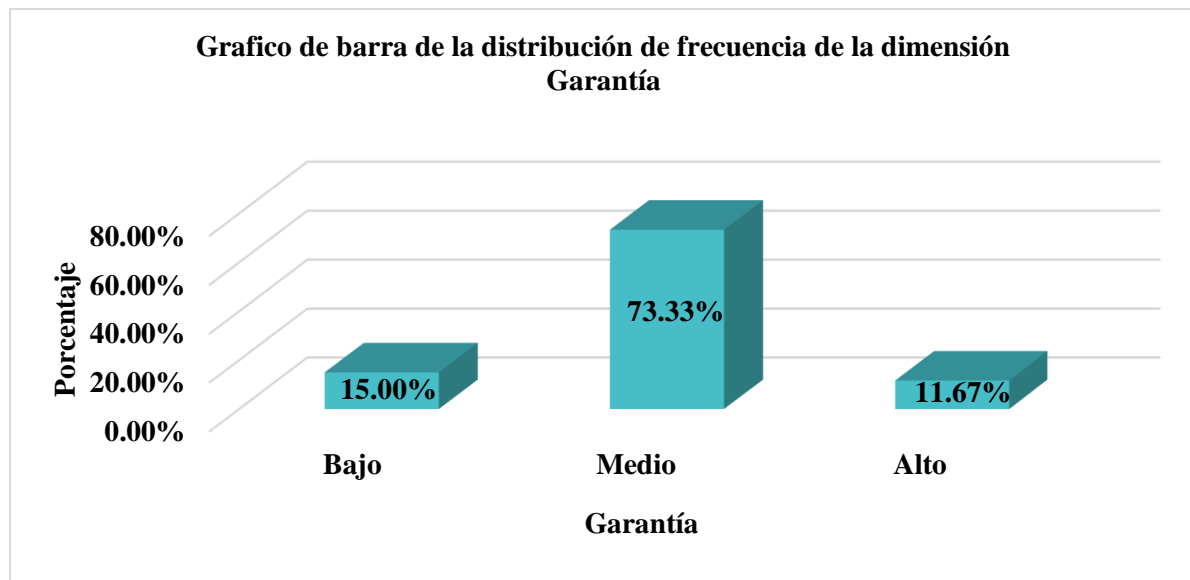
Distribución de Frecuencias de la Dimensión Garantía

Garantía			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	4 - 9	9	15.00%
Medio	10 - 15	44	73.33%
Alto	16 - 20	7	11.67%
Total		60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Figura 9**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Garantía



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

En lo que respecta a la quinta dimensión, *Empatía*, los resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa señalan que el 58.33 % la ubica en un nivel intermedio, seguido por un 21.67 % en un grado alto y un 20.00 % en un grado bajo.

Estos hallazgos evidencian que, aunque la mayor parte de los clientes percibe un nivel aceptable de empatía en el servicio, aún se observa una proporción significativa que lo evalúa de manera baja, lo que constituye una oportunidad para reforzar la atención personalizada y la capacidad de comprensión hacia el cliente. La información correspondiente se presenta en la Tabla 14 y la Figura 10.

**Tabla 13**

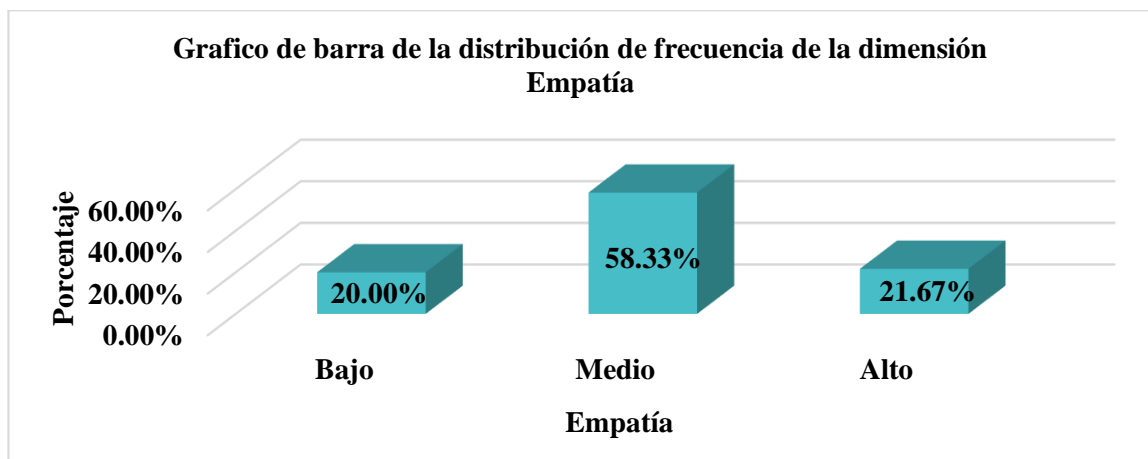
Distribución de Frecuencias de la Dimensión Empatía

Empatía			
Nivel	Rango de Calificación	N	%
Bajo	3 - 7	12	20.00%
Medio	8 - 11	35	58.33%
Alto	12 - 15	13	21.67%
Total		60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Figura 10**

Gráfico de barras de la Distribución de Frecuencias de la Dimensión Empatía



Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Tabla 14**
*Nivel de la Variable Gestión Logística y sus Dimensiones*

NIVEL	V1		D1		D2		D3	
	Gestión logística		Gestión de almacén		Gestión de producción		Gestión de distribución	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	5	8.33%	7	11.67%	8	13.33%	19	31.67%
Medio	45	75.00%	41	68.33%	42	70.00%	22	36.66%
Alto	10	16.67%	12	20.00%	10	16.67%	19	31.67%
Total	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

**Tabla 15**
*Nivel de la Variable Calidad de Servicio y sus Dimensiones*

NIVEL	V2		D4		D5		D6		D7		D8	
	Calidad de Servicio		Tangibilidad		Fiabilidad		Capacidad		Garantía		Empatía	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	5	8.33%	13	21.67%	8	13.33%	22	36.67%	9	15.00%	12	20.00%
Medio	52	86.67%	38	63.33%	45	75.00%	21	35.00%	44	73.33%	35	58.33%
Alto	3	5.00%	9	15.00%	7	11.67%	17	28.33%	7	11.67%	13	21.67%
Total	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

## Análisis Inferencial

### Prueba de normalidad

Con la finalidad de identificar la distribución de los datos recogidos, se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov a la muestra de 60 clientes de la empresa. Esta prueba permite contrastar la función empírica de los datos con una distribución teórica esperada, verificando si la muestra sigue un comportamiento normal (Flores & Flores, 2021).

Los resultados obtenidos indican que la variable *calidad del servicio* presentó un valor de  $p = 0.200$  y la variable *gestión logística* obtuvo un valor de  $p = 0.183$ . En ambos casos, los niveles de significancia superan el límite de 0.05, lo que significa que no se rechaza la hipótesis nula de normalidad.

Por lo tanto, se infiere que los datos de ambas variables se distribuyen de manera normal, lo que valida el uso de pruebas paramétricas en los análisis estadísticos posteriores.

### Tabla 16

#### *Prueba de Normalidad mediante Kolmogórov-Smirnov*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión logística	0.103	60	0.183
Calidad de Servicio	0.099	60	,200*

Nota. Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

## Prueba de Correlación de Hipótesis

Field (2018) afirma que la prueba de correlación de Pearson es un método estadístico utilizado para establecer la intensidad y la dirección de una relación lineal entre dos variables numéricas. Este coeficiente, también conocido como  $r$  de Pearson, toma valores entre  $-1$  y  $+1$ , donde los extremos representan una correlación perfecta negativa o positiva, respectivamente, y un valor cercano a  $0$  indica ausencia de relación lineal. En la misma línea, Salkind (2017) señala que este análisis es apropiado cuando las variables son continuas y normalmente distribuidas, y su propósito es identificar el grado en que una variable varía en función de otra. Por su parte, Gravetter y Wallnau (2017) destacan que el coeficiente de Pearson no solo evalúa la existencia de una relación, sino también su significancia estadística, lo cual permite inferir si la asociación observada en la muestra puede generalizarse a la población.

**Tabla 17**

Rango del coeficiente ( $r$ )	Nivel de correlación
0.00 a $\pm 0.10$	Nula o despreciable
$\pm 0.11$ a $\pm 0.30$	Baja o débil
$\pm 0.31$ a $\pm 0.50$	Moderada
$\pm 0.51$ a $\pm 0.70$	Alta o considerable
$\pm 0.71$ a $\pm 0.90$	Muy alta o fuerte
$\pm 0.91$ a $\pm 1.00$	Perfecta o casi perfecta

Nota. Adaptado de *Metodología de la investigación* (6ª ed.), por R.

Hernández, C. Fernández y P. Baptista, 2014, McGraw-Hill Education

## Prueba de hipótesis

Tabla 18

### Prueba de Hipótesis General

		Gestión logística	Calidad de Servicio
Gestión logística	Correlación de Pearson	1	,480**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	60	60
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	,480**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	60	60

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

Considerando que los datos se ajustaron a una distribución normal y la muestra estuvo conformada por 60 usuarios de la empresa, se procedió a emplear la correlación de Pearson con el propósito de analizar el vínculo entre la Gestión Logística y la Calidad del Servicio.

El análisis arrojó un coeficiente de correlación de  $r = 0.480$  y un nivel de significancia de  $p = 0.000$ , valores inferiores al umbral de 0.05, tal como se aprecia en la tabla respectiva. Estos hallazgos evidencian una asociación positiva de magnitud moderada y estadísticamente relevante, lo que implica que un fortalecimiento en la gestión logística se vincula con una mejor apreciación de la calidad del servicio por parte de los clientes.

**Tabla 19**

## Prueba de Hipótesis Específica 1

		Gestión de almacén	Calidad de Servicio
Gestión de almacén	Correlación de Pearson	1	,343 **
	Sig. (bilateral)		0.007
	N	60	60
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	,343 **	1
	Sig. (bilateral)	0.007	
	N	60	60

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

Considerando que los datos evidenciaron una distribución normal y la muestra estuvo integrada por 60 usuarios, se aplicó la prueba de correlación de Pearson con el propósito de analizar la relación entre la administración de almacenes y la calidad del servicio. El análisis arrojó un coeficiente de correlación de  $r = 0.343$  y un nivel de significancia de  $p = 0.007$ , valor inferior al límite de 0.05. Estos hallazgos evidencian una asociación positiva, de magnitud baja pero estadísticamente relevante, entre ambas variables. Por lo tanto, se infiere que una optimización en la administración de almacenes se relaciona con un aumento en la percepción de calidad del servicio por parte de los clientes.

**Tabla 20**

## Prueba de Hipótesis Específica 2

		Gestión de producción	Calidad de Servicio
Gestión de producción	Correlación de Pearson	1	,341**
	Sig. (bilateral)		0.008
	N	60	60
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	,341**	1
	Sig. (bilateral)	0.008	
	N	60	60

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

Con una muestra conformada por 60 clientes, se aplicó la prueba de correlación de Pearson para analizar la relación entre la administración de la producción y la calidad del servicio. El análisis indicó un coeficiente de correlación de  $r = 0.341$  y un nivel de significancia de  $p = 0.008$ , ambos menores al umbral de 0.05. Estos resultados reflejan una asociación positiva baja pero estadísticamente significativa entre las variables.

En consecuencia, se deduce que una optimización en la gestión de la producción se vincula con una mayor valoración de la calidad del servicio por parte de los clientes.

**Tabla 21**

## Prueba de Hipótesis Específica 3

		Gestión de distribución	Calidad de Servicio
Gestión de distribución	Correlación de Pearson	1	,461**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	60	60
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	,461**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	60	60

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Elaboración propia mediante el software IBM SPSSv29.

La aplicación de la prueba de correlación de Pearson a una muestra de 60 clientes arrojó un coeficiente de correlación de  $r = 0.461$  y un nivel de significancia de  $p = 0.000$ . Estos valores evidencian una asociación positiva de magnitud moderada y estadísticamente relevante entre la gestión de la distribución y la calidad del servicio, ya que el valor de  $p$  es inferior a 0.05. En este sentido, se concluye que el fortalecimiento de los procesos de distribución repercute directamente de manera favorable en la apreciación de los clientes respecto a la calidad del servicio que ofrece la organización.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El análisis evidenció una correlación positiva moderada ( $r = 0.480$ ) y estadísticamente significativa entre la gestión logística y la calidad del servicio en la empresa WF TRADING S.A.C. (Surquillo, Lima, 2025). Este resultado coincide con estudios previos (Cárdenas, 2021; Sotomayor, 2022), los cuales resaltan que una gestión logística eficiente incide directamente en la satisfacción y fidelización del cliente. Asimismo, se confirma que factores como la distribución y la organización de almacenes son determinantes para garantizar un servicio de calidad (Mathong et al., 2020).

Con respecto a la primera hipótesis específica, los resultados del análisis mostraron un coeficiente de correlación de Pearson de 0.343 con un nivel de significancia de  $p = 0.007$ , lo que permite determinar que existe relación positiva baja entre la gestión de almacén y la calidad de servicio. De manera similar, Flores (2021) obtuvo en Guayaquil un valor de Spearman de 0.324, confirmando que las dimensiones de almacenamiento influyen, aunque de manera limitada, en la satisfacción del cliente. Por otro lado, López et al. (2021) identificaron que los problemas de inventario y organización de almacenes generan debilidades en la percepción de calidad, lo cual coincide con lo encontrado en esta investigación. En relación con la base teórica, Calzado (2020) señala que el registro, la organización y la optimización del espacio son factores críticos de la gestión de almacenes, pero requieren estar integrados a toda la red logística para elevar su impacto en el servicio.

En cuanto a la segunda hipótesis específica, el análisis reveló un coeficiente de correlación de Pearson de 0.341, con un nivel de significancia de  $p = 0.008$ .

Esto demuestra que existe relación positiva baja entre la gestión de producción y la calidad de servicio en la empresa. De manera similar, Sotomayor (2022) identificó que la gestión de producción y compras tiene un efecto intermedio en la satisfacción del cliente, siendo relevante pero no determinante en comparación con otras áreas como la distribución. Asimismo, López et al. (2021) reportaron que los retrasos en la producción afectan la percepción de servicio, aunque su incidencia depende del nivel de integración con inventarios y transporte. En relación con la base teórica, Bonilla et al. (2020) sostienen que una adecuada planificación productiva permite atender con eficiencia las necesidades del cliente, y Parra et al. (2022) remarcan que el abastecimiento es clave para garantizar el cumplimiento de los ciclos de entrega.

Con respecto a la tercera hipótesis específica, los resultados evidenciaron un coeficiente de correlación de Pearson de 0.461, con un nivel de significancia de  $p = 0.000$ . Esto indica que existe relación positiva moderada entre la gestión de distribución y la calidad de servicio. Este hallazgo es consistente con Vela (2022), quien reportó una correlación de 0.450, y con Dávila (2023), quien obtuvo un valor de 0.676, confirmando que la distribución es una de las dimensiones con mayor impacto en la percepción del cliente. De manera complementaria, Arrieta y Guerrero (2013, citados en Fontalvo et al., 2019) sostienen que la distribución es el proceso que conecta la producción con el mercado, siendo un factor clave para la satisfacción del consumidor. En línea con esta base teórica, se confirma que, en la empresa, la gestión de distribución constituye la dimensión logística más influyente sobre la percepción de la calidad de servicio.

## **Limitaciones**

A lo largo de esta investigación se presentaron algunas limitaciones que pudieron afectar el alcance de los resultados obtenidos. En primer lugar, se enfrentaron dificultades durante la recolección de datos, principalmente por la limitada disposición de los clientes para responder las encuestas, lo que provocó una extensión del tiempo inicialmente planificado para esta fase. En segundo lugar, se detectó una restricción en el acceso a literatura académica actualizada relacionada específicamente con estudios de gestión logística en el contexto peruano.

Finalmente, el estudio se desarrolló en el ámbito de una sola empresa del sector comercial, lo que esto restringe la capacidad de extrapolar los resultados a otras organizaciones que presenten características distintas, actividades o niveles de desarrollo diferentes.

## **Implicancias**

Este estudio presenta implicancias importantes en varios niveles. En el ámbito práctico, los resultados permiten a la empresa identificar con precisión las dimensiones logísticas que demandan atención prioritaria para mejorar la calidad del servicio percibida por los clientes.

Desde un enfoque teórico, esta investigación contribuye al acervo de conocimientos sobre la relación entre gestión logística y calidad del servicio, particularmente en empresas del sector comercial localizadas en Lima. En cuanto al aspecto metodológico, los resultados respaldan la aplicación de cuestionarios estructurados y la prueba de correlación de Pearson como herramientas adecuadas y efectivas para analizar las conexiones entre variables operativas y las percepciones de los usuarios o consumidores.

## Conclusiones

Los resultados obtenidos con el programa IBM SPSS V.29 evidenciaron un coeficiente de Pearson de  $r = 0.480$  y un nivel de significancia  $p = 0.000$ , lo que indica que existe una correlación positiva moderada entre la gestión logística y la calidad de servicio. Esto significa que las mejoras implementadas en los procesos logísticos influyen directamente en la percepción favorable del servicio recibido por los clientes. De manera similar, Cárdenas (2021) halló una relación muy fuerte ( $r = 0.834$ ) en una municipalidad, y Vela (2022) reportó una correlación moderada ( $\rho = 0.450$ ) en una empresa editorial, confirmando que la logística es un factor clave en la satisfacción. En el caso de la empresa., se concluye que una logística fortalecida contribuye a la fidelización del cliente y al incremento de la competitividad.

El análisis arrojó un coeficiente de correlación de Pearson de  $r = 0.343$  con un nivel de significancia  $p = 0.007$ , lo que refleja una relación positiva baja entre la gestión de almacén y la calidad de servicio. Se encontró que la mayoría de encuestados (68.33 %) perciben el almacén en un nivel medio, mientras que solo un 20 % lo considera en nivel alto. Esto coincide con lo señalado por Flores (2021), quien también reportó una correlación baja ( $\rho = 0.324$ ) en dimensiones de almacenamiento. En consecuencia, se concluye que la gestión de almacén, aunque relevante, constituye un aspecto que requiere fortalecerse mediante un mejor control de inventarios, organización del espacio y registros, con el fin de elevar su incidencia en la satisfacción del cliente.

Los resultados mostraron un coeficiente de correlación de Pearson de  $r = 0.341$  y un nivel de significancia  $p = 0.008$ , lo que indica una relación positiva baja entre la gestión de producción y la calidad de servicio.

La mayoría de encuestados (70.00 %) perciben esta dimensión en un nivel medio, mientras que un 13.33 % la ubica en nivel bajo. Este hallazgo guarda similitud con el estudio de Sotomayor (2022), quien resaltó que la producción tiene un efecto intermedio sobre la satisfacción del cliente. Se concluye que empresa. debe optimizar la planificación, el aprovisionamiento y el seguimiento de la producción para reducir retrasos y mejorar la percepción de calidad del servicio.

El análisis evidenció un coeficiente de correlación de Pearson de  $r = 0.461$  con un nivel de significancia  $p = 0.000$ , lo que confirma la existencia de una relación positiva moderada entre la gestión de distribución y la calidad de servicio. Los resultados muestran que los clientes se dividen casi de manera equitativa entre niveles bajo (31.67 %), medio (36.66 %) y alto (31.67 %), lo que indica percepciones contrastantes respecto a este proceso. Este hallazgo es coherente con Vela (2022), quien reportó un valor de  $\rho = 0.450$ , y con Dávila (2023), que encontró una correlación fuerte ( $\rho = 0.676$ ) en empresas de transporte, señalando que la distribución es el factor logístico con mayor peso en la satisfacción. Se concluye que la empresa debe priorizar la optimización de la distribución y la puntualidad en las entregas, ya que constituyen los aspectos más visibles para los clientes y determinantes en la calidad percibida.

## Referencias

- Acosta, D., Martínez, M., & García, F. (2019). *Confianza del cliente en servicios organizacionales*. Editorial Académica Española.
- Álvarez, R., Paredes, M., & Vega, L. (2020). *Gestión de inventarios y control logístico*. Editorial UPN.
- Arias, F., & Covinos, M. (2021). *Metodología de la investigación: Guía para el desarrollo de tesis*. Editorial Episteme.
- Argudo, J., Martínez, V., & Ortega, E. (2021). *La trilogía de Juran y su aplicación en servicios públicos*. *Revista Científica de Administración*, 11(2), 45–53.
- Babbie, E. (2010). *Fundamentos de la investigación social* (5.<sup>a</sup> ed.). Cengage Learning.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (3.<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación.
- Bonilla, J., Ramírez, C., & Soto, P. (2020). *Planificación de la producción industrial*. Editorial Alfaomega.
- Calzado, J. (2020). *Optimización del almacenamiento en la cadena logística*. Universidad Politécnica de Madrid.
- Cano, L., Herrera, P., & Suárez, F. (2015). *Gestión logística integral*. Ecoe Ediciones.
- Carrera, L., Castañeda, C., & Narváez, D. (2021). *Sistemas de gestión de calidad y fiabilidad en servicios*. Universidad de Antioquía.
- Chacón, M., Gálvez, J., & Espinoza, P. (2021). *Amabilidad y clima organizacional*. *Revista Científica*, 14(3), 211–225.

- Christopher, M. (2016). *Logística y gestión de la cadena de suministro* (5.<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación.
- Coll, F. (2020). *Condiciones físicas laborales y desempeño humano*. *Revista Ergonomía y Salud*, 8(2), 70–79.
- Contreras, H. (2019). *Calidad total y mejora continua en empresas*. Ediciones UNI.
- Coronel, L., Muñoz, F., & Palacios, R. (2019). *Gestión de garantía en servicios logísticos*. Universidad de Lima.
- Daza, M., Pérez, J., & Solís, C. (2017). *Atención al cliente y servicios oportunos*. *Revista de Administración*, 23(1), 33–40.
- Denkey, S. (2023). *Panorama logístico global: tendencias y proyecciones 2023–2029*. Logistics Today International.
- Dessler, G. (2020). *Administración de recursos humanos* (15.<sup>a</sup> ed.). Pearson.
- Escudero, M. (2019). *Manual de almacenamiento y control logístico*. Alfaomega Grupo Editor.
- Fernández, M. (2020). *Administración de stock e inventarios en pymes*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Fernie, J., & Sparks, L. (2019). *Retail Logistics: Changes and Challenges*. Kogan Page.
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- Flick, U. (2012). *Introducción a la investigación cualitativa*. Morata.

- Flores, M. (2021). *Integración logística y satisfacción del cliente*. Universidad de Guayaquil.
- Fontalvo, T., Arrieta, D., & Guerrero, J. (2019). *Gestión de inventarios y distribución en organizaciones industriales*. *Revista de Ingeniería Industrial*, 10(1), 87–95.
- Gasca, R., Campos, L., & Villar, E. (2017). *Indicadores de fiabilidad de sistemas técnicos*. Universidad Nacional de Colombia.
- Gemechu, T. (2019). *Conocimiento organizacional y desarrollo del talento humano*. *Revista Ciencias Sociales*, 11(4), 55–69.
- Gómez, F. (2014). *Fundamentos de logística empresarial*. Alfaomega Grupo Editor.
- Gravetter, F., & Wallnau, L. (2017). *Estadística para las ciencias del comportamiento* (10.<sup>a</sup> ed.). Cengage Learning.
- Henríquez, J., Ortiz, C., & Castillo, V. (2018). *Gestión del tiempo en logística de aprovisionamiento*. *Revista Chilena de Ingeniería*, 26(3), 311–320.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.
- Hewitt, C. (1988). *Coordinación de actividades logísticas*. MIT Press.
- Ivanov, D. (2020). *Digital Supply Chain and Resilience*. Springer Nature.
- Jemaiyo, D., Kipkoech, B., & Mukhwana, C. (2019). *Appearance and professionalism in customer service*. *African Journal of Business*, 6(2), 23–30.

Kast, F., & Rosenzweig, J. (1985). *Organizaciones modernas: teoría y comportamiento organizacional*. McGraw-Hill.

Lalaleo, J., Moya, F., & Alarcón, J. (2021). *Comprensión de necesidades del consumidor y atención personalizada*. Universidad Técnica de Ambato.

Leal, D. (2018). *Organización del trabajo y productividad logística*. Editorial UPT.

Li, M. (2020). *Innovación tecnológica en logística empresarial*. Journal of Logistics, 15(1), 45–58.

Lin, Y., Zhang, K., & Liu, F. (2023). *Logistics service quality and customer satisfaction in China*. International Journal of Logistics, 28(1), 110–123.

Llanes Font, M. (2023). *Gestión de calidad en la logística moderna*. Revista Cubana de Ingeniería Industrial, 21(2), 57–70.

Maese, J., Pérez, T., & Ramos, C. (2016). *Aplicación del Alfa de Cronbach en investigación educativa*. Revista Mexicana de Investigación Educativa, 21(71), 115–136.

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados* (5.<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación.

Martínez, J. (2022). *Gestión logística aplicada a la cadena de suministro*. Editorial ESAN.

Mathong, K., Trakulmaykee, N., & Sangsuwan, R. (2020). *Service quality in logistics performance*. Asian Journal of Business Research, 10(3), 87–99.

Matas, J. (2018). *Instrumentos de medición en investigación educativa*. Universidad de Granada.

Medina, R., Torres, S., & Guzmán, A. (2023). *Técnicas de recolección de datos en ciencias sociales*. Editorial Continental.

Mentzer, J., Flint, D., & Kent, J. (2001). *Logistics service quality as a segment-customized process*. *Journal of Marketing*, 65(4), 82–104.

Midor, K., & Kučera, M. (2018). *Empathy and customer satisfaction in logistics services*. *Journal of Applied Economic Sciences*, 13(2), 330–339.

Milla, F. (2024). *Expansión de almacenes y redes logísticas en Perú*. *Revista de Logística del Pacífico*, 9(1), 15–22.

Minetti, J., Solano, F., & Carranza, P. (2022). *Inteligencia artificial en logística operativa*. *Revista Latinoamericana de Tecnología*, 18(2), 28–35.

Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2021). *Informe de desempeño logístico nacional*. Gobierno del Perú.

Ministerio de Trabajo de Colombia. (2023). *Guía para la formalización empresarial*. Recuperado de <https://www.mintrabajo.gov.co/>

Morelos, M. (2020). *Dotación de equipamiento para la productividad organizacional*. Universidad Autónoma de Puebla.

Narváez, D., Rojas, L., & Cordero, F. (2020). *Evaluación de fiabilidad en el servicio al cliente*. *Revista Científica de Ingeniería*, 8(1), 77–88.

Obregón, M., Pacheco, A., & Lara, G. (2021). *Disponibilidad y desempeño técnico en organizaciones logísticas*. Revista de Tecnología y Gestión, 13(3), 105–120.

Otálora, F. (2021). *Capacidad de respuesta organizacional frente al cliente*.

Universidad del Valle.

Paredes, J., López, A., & Díaz, M. (2021). *Percepción de la calidad del servicio por parte del trabajador*. Revista Ciencias Humanas, 19(1), 91–99.

Parra, C., Ríos, P., & Peña, E. (2022). *Gestión de abastecimiento y logística de compras*. Universidad Distrital.

Rodríguez, C. (2020). *Operaciones logísticas y calidad del servicio público municipal*.

Universidad del Santa.

Ruiz, R., & Delgado, M. (2020). *Seguimiento logístico en organizaciones públicas*.

Revista de Logística y Administración, 4(2), 66–78.

Salkind, N. J. (2017). *Estadística para principiantes* (6.<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación.

Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, M. (2022). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (7.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill Education.

Sánchez, A., Vargas, C., & Mora, J. (2020). *Voluntad y motivación en el trabajo*.

Revista Psicología Laboral, 22(2), 19–34.

Sánchez, J. (2021). *Diseño de instrumentos en la investigación educativa*. Editorial

UNMSM.

Sotomayor, H. (2022). *Sistema logístico y nivel de calidad del servicio en la corporación Factoría Alvarado SAC*. Universidad Nacional del Santa.

Tuapanta, J., Duque, M., & Mena, A. (2017). Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en docentes universitarios. *Revista mktDescubre - ESPOCH FADE*, (10), 41–45.

Uvet, H. (2020). *The quality of logistics services and consumer satisfaction: An empirical analysis*. University of North Texas.

Vela, R. (2022). *Organización logística y nivel de calidad del servicio en la corporación Editorial María Trinidad S.A.C*. Universidad César Vallejo.

World Bank. (2023). *Logistics Performance Index*. Recuperado de <https://lpi.worldbank.org/>

Zapata, G., Becerra, L., & Ortega, R. (2020). *Gestión de distribución en cadenas de valor logísticas*. Universidad del Norte.

Zendesk. (2023). *Informe de tendencias en atención al cliente*. Recuperado de <https://www.zendesk.com/>

## Anexos

### Anexos 1. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Técnicas e Instrumentos
<p><b>Problema General:</b> ¿De qué manera la gestión logística se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar de qué manera la gestión logística se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024.</p>	<p><b>Hipótesis General:</b> La gestión logística se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024.</p>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo  <b>Nivel y Tipo:</b> Descriptivo Correlacional  <b>Diseño:</b> Transversal-No experimental  <b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario  <b>Tipo de investigación:</b> Aplicada</p>
<p><b>Problema Especifico 1:</b>                      ¿De qué manera la gestión de almacén se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024?</p>	<p><b>Objetivo Especifico 1:</b> Determinar de qué manera la gestión de almacén se relacionan con la calidad servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024.</p>	<p><b>Hipótesis Especifico 1:</b> La gestión de almacén se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024.</p>	
<p><b>Problema Especifico 2:</b>                      ¿De qué manera la gestión de producción se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024?</p>	<p><b>Objetivo Especifico 2:</b> Determinar de qué manera la gestión de producción se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024.</p>	<p><b>Hipótesis Especifico 2:</b> La gestión de producción se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024.</p>	
			<b>Variables</b>
			<p><b>Variable Independiente:</b> Gestión Logística</p>
<p><b>Problema Especifico 3:</b> ¿De qué manera la gestión de distribución se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024?</p>	<p><b>Objetivo Especifico 3:</b> Determinar de qué manera la gestión de distribución se relaciona con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024.</p>	<p><b>Hipótesis Especifico 3:</b> La gestión de distribución se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la empresa WF TRADING S.A.C., en el distrito de Surquillo, Lima 2024.</p>	<p><b>Variable Dependiente:</b> Calidad de servicio</p>

## Anexos 2. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Nominal	Dimensiones	Indicador	
<b>Gestión Logística</b>	De acuerdo con Gómez (2014) indica que la Gestión Logística consiste en organizar y llevar a cabo las tareas necesarias para completar cualquier proyecto. Desde una perspectiva empresarial, la logística describe la estructura que utilizan las organizaciones para abastecerse de materiales, producir bienes y distribuirlos. Se pueden utilizar tres categorías para la logística empresarial.	<b>Gestión de almacén</b>	Almacenamiento	
			Registro	
			Espacio	
			Organización	
		<b>Gestión de producción</b>	Planificación	
			Aprovisionamiento	
			Tiempo	
			Seguimiento	
		<b>Gestión de distribución</b>	Distribución	
			Stock	
			Equipamiento	
			Apariencia personal	
<b>Calidad de servicio</b>	Según Torres y Vásquez (2015) mencionaron que: La calidad del servicio de distribución se aplica para brindar a los clientes una experiencia gratificante al adquirir sus productos o servicios. Es crucial que los consumidores se sientan contentos, de manera que persistan en adquirir los productos y, principalmente, sugieren el producto a otros, ampliando así la base de clientes de la empresa. No obstante, numerosas empresas abandonan esta estrategia y no consideran las necesidades de sus clientes, lo que conlleva a la pérdida de muchos de ellos y, en consecuencia, obligando a ellos a invertir en costosos anuncios publicitarios (p.62).	<b>Tangibilidad</b>	Facilidades físicas	
			<b>Fiabilidad</b>	Formalidad
				Disponibilidad
		Tiempo promedio para fallar		
		Tiempo promedio para reparar		
		<b>Capacidad de respuesta</b>	Voluntad	
			Servicio oportuno	
		<b>Garantía</b>	Conocimiento	
			Cortesía	
			Amabilidad	
			Confianza	
		<b>Empatía</b>	Atención personalizada	
			Comprensión de necesidades	
			Horarios Flexibles	

### Anexos 3. Instrumento de recolección de datos

Escala	Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Valor	1	2	3	4	5

Preguntas	ESCALA				
	1	2	3	4	5
<b>Variable 1: Gestión logística</b>					
<b>Dimensión - Gestión de almacén</b>					
1-Los productos que adquiero están bien almacenados y conservados.					
2-Puedo confiar en que el registro de productos está correctamente gestionado.					
3-La empresa cuenta con un espacio adecuado para el almacenamiento de productos.					
4-Percibo una buena organización en el manejo de sus almacenes.					
<b>Dimensión: Gestión de producción</b>					
5-La empresa produce de acuerdo a mis necesidades y expectativas.					
6-Siempre tienen productos disponibles gracias a un buen aprovisionamiento.					
7-Los tiempos de entrega son adecuados y confiables.					
8-Percibo que hacen un seguimiento eficiente a su producción para garantizar la calidad.					
<b>Dimensión: Gestión de distribución</b>					
9-Los productos llegan a tiempo y en buen estado.					
10-Siempre encuentro stock disponible cuando realizo mis compras.					
Preguntas	ESCALA				
	1	2	3	4	5

<b>Variable 1: Calidad de Servicio</b>					
<b>Dimensión - Tangibilidad</b>					
1-La empresa cuenta con un equipamiento moderno y funcional.					
2-El personal de la empresa tiene una apariencia adecuada y profesional.					
3-Las instalaciones físicas son cómodas y accesibles.					
<b>Dimensión: Fiabilidad</b>					
4-La empresa cumple formalmente con los compromisos adquiridos.					
5-El servicio está disponible cuando lo necesito.					
6-El tiempo entre fallas del servicio es mínimo.					
7-El tiempo de reparación ante problemas es razonable.					
<b>Dimensión: Capacidad</b>					
8-El personal demuestra voluntad para atender mis requerimientos.					
9-Recibo el servicio en el momento que lo necesito.					
<b>Dimensión: Garantía</b>					
10-El personal demuestra tener conocimiento sobre lo que hace.					
11-El trato que recibo por parte del personal es cortés.					
12-El personal es amable durante la atención.					
13-La empresa genera confianza en su servicio.					
<b>Dimensión: Empatía</b>					
14-Recibo una atención personalizada por parte del personal.					
15-La empresa comprende mis necesidades.					
16- La empresa ofrece horarios flexibles.					

## Anexo 4. Validación de Instrumento

### ANEXO 4. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Adrián Colomer Winter
- 1.2. Grado académico y/o título: Magister en Comunicación Social de la Investigación Científica
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente UPN
- 1.4. Título de la investigación: “LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA WF TRADING S.A.C, EN EL DISTRITO DE SURQUILLO, LIMA 2025”
- 1.5. Nombre del instrumento: Cuestionario de LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA WF TRADING S.A.C.
- 1.6. Autor del instrumento: Darly Mishel Mercado Tupac Yupanqui
- 1.7. Para obtener el título de: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENO (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X				
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	X				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	X				
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		50				

#### PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

#### OBSERVACIONES:



**Lic. Adm. Adrián Colomer Winter**  
REG. UNIC. DE COLEG. N° 2493

Lima, 26 de junio del 2025

Firma

## ANEXO 4. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Ponce de Leon Sierra, Mayron Wilbert
- 1.2. Grado académico y/o título: Doctorando MBA. y Licenciado en Adm. de Negocios Int.
- 1.3. Cargo e institución donde labora:
  - Especialista en Comercio Exterior – Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú
  - Docente Universitario – UTP & UPC
  - Gerente Comercial – Consultora Marketing Perú
- 1.4. Título de la investigación: “LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA WF TRADING S.A.C., EN EL DISTRITO DE SURQUILLO, LIMA 2025”
- 1.5. Nombre del instrumento: Cuestionario de LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA WF TRADING S.A.C.
- 1.6. Autor del instrumento: Darly Mishel Mercado Tupac Yupanqui
- 1.7. Para obtener el título de: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

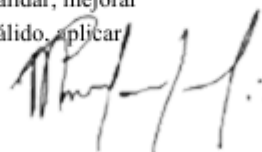
### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENO (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X				
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	X				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	X				
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		50				

### PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES: Listo para ser aplicado.



Lima, 22 de junio del 2025

MAYRON W. PONCE DE LEÓN SIERRA  
DR. EN MBA, LIC. EN ADM. DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES.  
CORLAO LIMA N° 031129

Firma

## ANEXO 4. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Carlos Andrés Gil Jáuregui
- 1.2. Grado académico y/o título: Doctorado en Economía
- 1.3. Cargo e institución donde labora:
  - Docente Universitario en la universidad Privado del Norte-UPN
  - Docente Universitario en la universidad Nacional de San Martín
  - Docente Universitario en la universidad César Vallejo
  - Director de Investigación en la universidad Nacional de Cajamarca
- 1.4. Título de la investigación: “LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA WF TRADING S.A.C, EN EL DISTRITO DE SURQUILLO, LIMA 2025”
- 1.5. Nombre del instrumento: Cuestionario de LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA WF TRADING S.A.C.
- 1.6. Autor del instrumento: Darly Mishel Mercado Tupac Yupanqui
- 1.7. Para obtener el título de: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENO (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X				
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	X				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	X				
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		50				

### PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

### OBSERVACIONES:

Lima, 06 de julio del 2025

  
 DNI: 27081377  
 Firma