

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE **ADMINISTRACIÓN**

“LOGÍSTICA EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN  
CON LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN UNA  
EMPRESA DE CONSUMO MASIVO, LIMA 2023”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciado en Administración**

**Autor:**

Jimmy Manuel Vasquez Lopez

**Asesor:**

Mg. Augusto Edward Paz Campana

<https://orcid.org/0000-0001-9751-1365>

Lima - Perú

2024

## JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Pedro Alfonso Velasquez Tapullima
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	Olga Paola Aguirre Pérez
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	<b>Augusto Edward Paz Campaña</b>
	Nombre y Apellidos

## INFORME DE SIMILITUD






Página 2 of 70 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega: 12891624556

### 18% Similitud general

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

#### Fuentes principales

- 19%  Fuentes de Internet
- 0%  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.



Página 2 of 70 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega: 12891624556

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mi esposa  
María Angelica Zambrano y a mis hijos Carlos  
Alfonso, Jimmy Andree, Cantanella Valentina y  
Joaquín Manuel quienes son la fuente de inspiración  
para seguir adelante con mis proyectos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecimiento a mi Profesor Augusto  
Paz Campana por su ardua tarea en sus  
enseñanzas y dedicación en su labor de docente.

**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	25
CAPÍTULO III: RESULTADOS	33
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	42
REFERENCIAS	50
ANEXOS	60

**Índice de tablas**

<b>Tabla 1</b>	<i>Alfa de Cronbach variable Logística Empresarial</i> .....	<b>29</b>
<b>Tabla 2</b>	<i>Alfa de Cronbach variable Satisfacción del Cliente</i> .....	<b>30</b>
<b>Tabla 3</b>	<i>Prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov</i> .....	<b>33</b>
<b>Tabla 4</b>	<i>Correlación entre gestión logística empresarial y la satisfacción al cliente.</i>	<b>34</b>
<b>Tabla 5</b>	<i>Correlación entre gestión de almacén y servicio al cliente</i> .....	<b>34</b>
<b>Tabla 6</b>	<i>Correlación entre gestión de almacén y calidad del producto</i> .....	<b>35</b>
<b>Tabla 7</b>	<i>Correlación entre gestión de transporte y servicio al cliente</i> .....	<b>36</b>
<b>Tabla 8</b>	<i>Correlación entre gestión de transporte y calidad del producto</i> .....	<b>37</b>
<b>Tabla 9</b>	<i>Gestión Logística Empresarial</i> .....	<b>38</b>
<b>Tabla 10</b>	<i>Dimensión 1: Gestión de almacén</i> .....	<b>39</b>
<b>Tabla 11</b>	<i>Dimensión 2: Gestión de transporte</i> .....	<b>39</b>
<b>Tabla 12</b>	<i>Satisfacción del cliente</i> .....	<b>40</b>
<b>Tabla 13</b>	<i>Servicio al cliente</i> .....	<b>40</b>
<b>Tabla 14</b>	<i>Calidad del producto</i> .....	<b>41</b>
<b>Tabla 15</b>	<i>Matriz De Operacionalización</i> .....	<b>60</b>
<b>Tabla 16</b>	<i>Matriz de consistencia</i> .....	<b>61</b>
<b>Tabla 17</b>	<i>Instrumento</i> .....	<b>63</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	<i>Variable 1: Gestión Logística Empresarial</i> .....	<b>33</b>
<b>Figura 2</b>	<i>Gestión de almacén</i> .....	<b>34</b>
<b>Figura 3</b>	<i>Gestión de transporte</i> .....	<b>35</b>
<b>Figura 4</b>	<i>Satisfacción del cliente</i> .....	<b>36</b>
<b>Figura 5</b>	<i>Servicio al cliente</i> .....	<b>36</b>
<b>Figura 6</b>	<i>Calidad del producto</i> .....	<b>37</b>

## RESUMEN

Unos de roles más difíciles de la gestión logística es satisfacer al cliente, por lo mismo, se necesita una constante capacitación y supervisión al personal que tiene relación directa con el cliente para que se cumplan los plazos de entrega y se les fidelice. De esta manera el objetivo de la presente investigación determinar la relación entre la gestión logística empresarial y la satisfacción al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023. Con una metodología de tipo aplicada, diseño no experimental, enfoque cuantitativo, nivel transversal, alcance correlacional, población 80 personas, muestra censal, técnica encuesta y con el instrumento cuestionario. De los principales resultados se obtuvo un  $p=0,001$ , por lo tanto, al ser  $<0,05$  se acepta la  $H_a$  y se rechaza la  $H_0$ , además, se determina que existe una relación significativa entre la logística empresarial y la satisfacción del cliente por lo que, esta relación también es directa porque a mejor gestión logística empresarial mayor será la satisfacción del cliente, siendo así, su correlación positiva moderada con  $r$  de 0,670. Se concluye que, en la gestión logística empresarial y la satisfacción al cliente, la empresa no cumple con la implementación de enfoques de gestión centrados en el cliente, por lo mismo, debe resolver los cronogramas de entrega y garantizar una gestión eficaz para poder disminuir la rotación y aumentar tasas de retención y asegurar perspectivas comerciales en medianos plazos.

**PALABRAS CLAVES:** Gestión, logística, empresarial, satisfacción cliente.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### Realidad problemática

Unos de roles más difíciles de la gestión logística es satisfacer al cliente, ya que se necesita una constante capacitación y supervisión al personal de estiba para que cumpla con los pasos de la entrega, con esto se busca fidelizar al cliente y convertirse en el primer proveedor de la categoría. Zelada (2022), afirma que, ante situaciones de competitividad, las empresas deben elevar sus procesos de distribución y atención al cliente, ya que, el mercado exige que se adapte a las distintas necesidades que todo sector presenta sin descuidar en optimizar la calidad y aportar, en cada servicio, un valor añadido que lo diferencie de las demás empresas del sector de forma sostenida, con eficacia y efectividad.

Villareal (2022) considera en su investigación que la logística empresarial debe ser administradas por profesionales con experiencia, ya que, son sus procesos como compras, almacén, inventarios, transporte y servicios al cliente, quienes definen y empoderan la marca ante empresas de la competencia. Por lo tanto, los gerentes deben involucrarse en los procesos sobre todo en la fabricación y distribución de los productos, porque al encontrarse falencias estas van a repercutir negativamente en complacer las carencias de sus clientes.

En el contexto sudamericano, Macías et al. (2022) señalan que todos los clientes buscan satisfacer sus necesidades con una decisión centrada en la mejor atención y un buen producto, por lo que, las empresas deben asegurar que todo cliente quede no solo satisfecho con la atención y el producto, sino, que los mismos repitan y recomienden la empresa porque le garantizan siempre calidad y buen servicio. Asimismo, en materia de posicionamiento empresarial, el área de entregas viene desarrollando acciones que facilitan la distribución de productos mejorando constantemente sus procesos para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Cabe resaltar que otro aspecto importante en la distribución de productos son las diversas situaciones a las que se debe adaptar la empresa, tal como una pandemia, caso COVID-19. Según la información compartida por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) COVID-19 señala que en los años 1990 y 2007 el comercio de bienes aumento su volumen y se expandió creciendo enormemente un 6,2% tasa anual y entre los años 2012 y 2019 solo fue un 2,3%, por lo que, las inversiones en la exportación de bienes y servicios relacionados al PBI alcanzó su pico más alto llegando a un 31% tan solo en el año 2008.

Por otro lado, el personal de entregas y el personal de primera línea de las empresas dedicadas al rubro de carga y descarga de mercaderías mostrar predisposición y adaptación ante la situación de pandemia, ya que, al estar con los implementos de seguridad en cada punto de ventas (bodegas y mercado) contribuían al posicionamiento y recordación de marca.

En un contexto peruano, se evidencian aspectos relacionados al rápido crecimiento de la población urbana que, en ausencia de una política de carga y descarga de mercaderías han ocasionado que los espacios públicos y privados no sean los suficientes. Balanzategui et al. (2022) plantean que las empresas deben estar siempre cubriendo la demanda de productos de sus clientes, ya que, un factor estratégico que genera fidelización es que la misma demuestre eficiencia, economía y eficacia, además, que desde su logística genere valor y ganancias en menor tiempo y con la mayor atención hacia el cliente final.

Asimismo, los distribuidores de mercaderías tienen claro los protocolos COVID-19 implementados por el gobierno, y sobre todo, se ejecutan en las unidades de reparto con los elementos básicos, basándose siempre en la capacitación y ejecución de los protocolos de bioseguridad por parte del personal que desempeña esta labor, ya que, ellos son el contacto

directo con los diferentes clientes y pueden convertirse potenciales transmisores del virus ya sea a los clientes como también al centro de labores y hogares.

En cuanto a la realidad local, la empresa detecto que el nivel de servicio al cliente viene cayendo según la encuesta local realizada en el año 2022, un 30% de clientes se encuentran insatisfechos por el servicio brindado debido a la alta rotación de personal de reparto y a la ruptura de stock de algunos productos, con respecto a la gestión logística se ha detectado problemas con la producción de algunos productos debido a problemas con las líneas de producción y almacenaje esto se debe a que los almacenes no cuentan con la capacidad adecuada para almacenar días piso según la demanda del mercado.

Por lo tanto, de acuerdo con esta problemática, en la presente investigación se formula la pregunta de investigación ¿Cómo se relaciona la logística empresarial y la satisfacción al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?

### **Antecedentes**

Flores et al. (2021) en su tesis Logística integral y satisfacción al cliente en una empresa y logística de Guayaquil, su objetivo principal fue determinar el lazo entre la cadena de abastecimiento y la eficiencia en el despacho de sus mercancías al consumidor. Su metodología fue cuantitativa, no experimental, correlacional, transaccional y aplicada, aplicando la encuesta a 384 clientes y 10 empresas para consolidar toda la información obteniendo como resultado 0.808 de confiabilidad. Se finaliza que se encontró una conexión significativa en ambas variables, además en esta presente búsqueda se evidencio que la mayor satisfacción que se genera para los clientes es cuando los colaboradores resuelven cualquier problema rápidamente con cordialidad y respeto.

Fontalvo et al. (2019) en su investigación procesos logísticos y administrativos en la cadena de suministro, propuso como objetivo analizar sistemáticamente las estructuras y

procedimiento logísticos que se usan en la administración gerencial. Su metodología fue cuantitativa, correlacional y transversal donde la perspectiva que se presenta estratégicamente permita reflexionar desde lo racional, analítico, holístico y sistémico de las variables. De sus resultados, se estructuró la unidad de conocimientos donde se ejecutaban sus procesos demostrando que el 85.4% de los colaboradores pueden, desde sus funciones, generar impactos positivos y económicos en la operación. Se concluye, que la empresa al considerar operar con el modelo SCOR les va a permitir medir todos sus procesos, subprocesos, elementos y actividades de apoyo, en los cuales está sustentada la estructura del negocio.

Arteaga et al. (2020) en su investigación el valor del proceso logístico y el servicio al cliente en empresas floricultoras de Cundinamarca. Como meta del estudio, busca encontrar la conexión que une las variables. Con una metodología correlacional, no experimental y transversal, se recolectó la data aplicando el cuestionario a clientes y trabajadores del departamento de logística. Se obtuvo una confiabilidad en los clientes de 0.797 y en los trabajadores logísticos una confiabilidad de 0.877 donde el resultado indicó que los factores más resaltantes en el proceso logístico tienen una relación positiva. Se concluye, la empresa debe realizar una gestión logística más controlada para evitar que sus procesos de atención al cliente pierdan valor cuando se quiera dar un buen servicio a los clientes para mantenerlos fidelizados.

Galindo (2021) en su investigación sobre la estimación de las mejoras a la calidad del servicio en una compañía de distribución logística con relación al comportamiento de sus clientes, tuvo como objetivo estimar la sensibilización de sus clientes con la calidad de servicio determinada por aspectos como la puntualidad en las entregas y el tiempo que se demoran en solicitar un pedido. Su metodología se centra en la aplicación de los Modelo

Logit, Inferencia Bayesiana, Simulación con Markov Chain Monte Carlo, Métricas de evaluación, Error absoluto promedio, Raíz del error cuadrático promedio, Error porcentual absoluto promedio, Verosimilitud marginal, Modelos de Aprendizaje en Marketing y el Modelo de aprendizaje Bayesiano, su muestra fue de 677 clientes aplicando un cuestionario. De los principales resultados, se determinó una representativa influencia en las variables y que el comportamiento en la compra de los clientes generado por los modelos empleados en el monitoreo los cuales presenta diferencias en el pronóstico de tiempo de entrega. Se concluye que de los modelos aplicados para generar los datos que han permitido conocer a la muestra, se deben reorganizar, es decir, que el 80% de los clientes representa una ruta de información que al utilizarse ayudarán a renovar las condiciones del servicio esto con la finalidad de hacer la trazabilidad y cumplir con los requerimientos de los consumidores periodo a periodo.

Zelada (2021) en su publicación dirección logística y satisfacción del cliente en una empresa del rubro industrial, buscó determinar cuál es la relación entre ambas variables. Aplicó metodología descriptiva correlacional, no experimental, transversal y con enfoque cuantitativo; su población fue de 400 colaboradores y con una muestra finita de 197 personas, la técnica aplicada fue la pesquisa y la herramienta un cuestionario. Como principal resultado se halló que hay una relación significativa entre las dos variables. Finalizando, ante la relación, a mejor gestión logística las condiciones en la atención al cliente aumentan.

Ramírez y Ramírez (2023) en su tesis, La dirección logística y su pronunciación en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C., sede Piura - 2023 , tuvo como objetivo de detectar la conexión entre ambas variantes de estudio de dirección logística y satisfacción al cliente en la cual se obtiene un coeficiente de correlación

Spearman de 0,321 y un nivel de significancia bilateral de 0,00 ( $p < 0.05$ ) concluyendo al analizar los resultados se evidencia una interrelación positiva baja y una relación importante entre ambas variables.

Ulhua y Ascona (2021) en su búsqueda, cadena de suministros y solución del cliente, se acentuó como finalidad determinar el vínculo en las 2 variables en una empresa de rubro ferretero en Espinar, Cusco. Su metodología fue cuantitativa, correlacional, no experimental, con 8 trabajadores y 144 clientes a quienes les presentó un cuestionario obteniendo previamente una valoración de expertos del 95%. Evidenciando como resultado que un 15% de los encuestados refirió que la cadena de suministros se desarrolla en una gestión eficiente, pero el 85% de clientes comentaron que la percepción de la satisfacción es muy débil. Se concluye que existe una relación regular porque en el proceso de planificación la empresa obtuvo un porcentaje negativo donde la satisfacción del cliente no es la preocupación primordial de la empresa sino mantener una correcta relación con los operadores logísticos ya que sin ellos no podrían realizar la entrega del 80% de su mercadería.

Tello (2020) en su búsqueda sistema de dirección logística y la satisfacción del cliente con el propósito de evidenciar la relación entre las variables en la empresa Tello Trading Corporation E.I.R.L, 2020. Su metodología fue cuantitativa, diseño no experimental, transversal, análisis descriptivo y de correlación, una población de 210 clientes, muestreo de población finita quedándose con 120 clientes. De los principales resultados, se encuentran que los factores determinantes de la logística influyen y se conecta con la satisfacción del cliente, además, ante la disponibilidad de productos, respuesta a solicitudes, aumento de valoraciones, orden en el almacén se planteó un modelo logístico que permitió mejorar el sistema logístico y de esta manera satisfacer a los clientes. Se concluye que el vínculo entre la dirección logística y la satisfacción del usuario es

directamente proporcional a la administración gerencial, por lo que, de mejorar las operaciones en la dirección logística aumentará la satisfacción de sus clientes.

Fernández y Sánchez (2021) en su escrito sobre la dirección logística y solución en los clientes, se puso como meta encontrar si existe conexión en las variables de empresa importadora ubicada en Los Olivos, Lima. Con una metodología básica, no experimental, transversal presentando así una muestra 309 clientes a los cuales se les hizo una pesquisa aprobada por juicio de expertos se pudo obtener un 0,952 de confiabilidad. Los resultados más importantes se reflejaron en la gestión logística porque el 53% de los clientes determino que la gestión no impacta positivamente en mejorar sus procesos administrativos y restándole importancia a sus procesos logísticos. Se concluye que para aumentar los niveles de satisfacción y de gestión deben aumentar la inversión presupuestal procurando que sus colaboradores se capaciten más y así se evidencie de manera satisfactoria su relación con los nuevos clientes.

De La Cruz (2022) en su trabajo dirección logístico y complacencia del cliente, buscó validar la conexión que existe en ambas variables en la empresa Daryza Ica. La metodología fue cuantitativa, no experimental, correlacional, con una toma de 40 clientes, empleando los instrumentos como el cuestionario. De los principales resultados hallados se determina que la conexión entre las variables obtuvo una rho de 0.344 con un  $p < 0.05$ . Se concluye que la correlación es directamente proporcional por lo que, si aumentan la condición en su servicio la satisfacción del cliente será cada vez mayor.

Pérez y Salazar (2021) en su teoría gestión logística y complacencia de los clientes, tuvo propósito determinar en qué medida se relacionan ambas variables en compañía proveedoras de frutas de estación en el mercado de mayoreo de La Victoria, Lima 2021. Su metodología fue con un diseño no experimental, alcance correlacional, con una muestra a 80

comerciantes, utilizando como instrumento el cuestionario. De su resultado se obtuvo que ambas variables se relacionan significativamente y que su gestión debe aumentar para satisfacer no solo las necesidades del cliente sino también la empresarial. Se concluye que la satisfacción del 85% de sus clientes depende de las estrategias logísticas que la administración general implemente y que, las empresas del rubro de frutas deben conformar una sociedad que proyecte un objetivo similar para así unificar esfuerzos que no solo facilite la distribución de sus productos sino también el que las familias de otros segmentos las altos se conviertan en clientes.

Rojas y Llamoga (2021) en su estudio la dirección logística y la solución del cliente, se fijó como meta general encontrar la unión entre ambas variables en una empresa de sector agrícola en Cañete. Su metodología fue no experimental, aplicada, transversal y correlacional, 40 colaboradores, pesquisa y temario con escala Likert. Su principal resultado fue que existe un vínculo positivo alto, en la relación de estas variables. Se finaliza que existe una conexión entre las variables evidenciando un rango altamente positivo y significativo con un p de 0,723, por lo que, la complacencia del cliente interno debe promover que la dirección de compras aumente su valor emocional para que la relación sea cada vez más positiva y, sobre todo, trabajen para mejorar procesos en la gestión de inventario, transporte y almacén.

Noriega (2023) en su publicación dirección logística y su conexión con la satisfacción del cliente, propuso como propósito buscar la conexión que existe en las variables en una empresa agroexportadora, Lima, 2023. El método propuesto fue, cuantitativa, con un método hipotético-deductivo, no experimental y con corte transversal, su población fue de 50 clientes obtenida por un muestreo censal. De los principales resultados en relación con las certificaciones que el cliente requiere se encontraron solo el

10% estuvo totalmente de acuerdo, un 24% estuvo de acuerdo, 32% se mantuvo neutral, 22% muy en desacuerdo y, tan solo el 12% sostuvo que se encuentra en completo desacuerdo. Se finaliza la investigación encontrando una relación directa es alta entre la dirección logística y satisfacción del cliente, por lo que, el Chi-cuadrado fue de 28.721 con significancia asintótica de  $<0.001$  evidenciando ser menor a 0.05, en por lo tanto, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_a$ .

## **Marco teórico**

### **Variable 1. Gestión logística empresarial**

Según Carro et al. (2019) señalan que la logística empresarial se define como una serie de operaciones de transporte y almacenamiento que garanticen los resultados en la entrega de mercancías, por lo que, los ejecutivos a cargo debe planificar, implementar y controlar todas las operaciones no solo en los aspectos antes mencionados si no también buscar siempre disminuir los costos de producción para elevar con eficiencia la gestión y sobre todo, mejorar sus servicio y productos para la satisfacción de sus clientes.

### **Dimensión 1. Gestión Almacén**

Cuaspu et al. (2022) señala que la dirección de almacenes es un desarrollo logístico donde su principal función es la de recibir, almacenar, conservar y distribuir los materiales y productos terminados hasta los consumidores finales de manera eficiente y segura.

### **Indicador 1. Gestión Inventarios**

La gestión de inventarios implica controlar las producciones desde su elaboración y almacenaje y de los almacenes al punto de venta, por lo que, el inventario consiste en que los materiales que una empresa sean ordenados para planear su comercialización y así obtener beneficios. (Romero et al., 2021).

## **Indicador 2. Ambientes de almacenamiento**

Madrigal et al. (2023) refiere que es el del lugar donde se consignan las mercancías y es una de las zonas más complicadas de la bodega. Es importante conocer la posición y rotación de los productos. Un área de almacenamiento es un lugar donde Content Platform Engine almacena contenido. Se da soporte a las diferentes áreas de almacenaje, Áreas de almacenamiento bases de datos y archivos. Áreas de almacenamiento fijas.

## **Indicador 3. Picking**

Duque et al. (2020) comenta que el picking es el parte de preparación de los pedidos que implica la selección y combinación de productos individuales para hacérselo llegar a un cliente, por lo que, recolectar productos sacándolo como unidad o conjuntos de empaquetados permite sostener una viabilidad de toda una gestión de empaque.

## **Dimensión 2. Gestión de Transporte**

Cordoñez et al. (2022) afirman que la gestión de transporte es una herramienta de la logística tecnológica que permite facilitar a las empresas la planificación, ejecución y mejora de la movilización de mercancías y flotas, tanto en la entrada como en la salida, garantizando el cumplimiento de normativas, requisitos y documentación necesaria.

## **Indicador 1. Mantenimiento preventivo correctivo**

Ríos et al. (2022) señalan que el mantenimiento preventivo-correctivo se lleva a cabo para minimizar el impacto en la producción, por lo que, se entiendo como una actividad programada para prevenir problemas y reducir la posibilidad de fallos en los equipos.

## **Indicador 2. Disponibilidad de flota**

Morí et al. (2021) señalan que la disponibilidad de la flota se determina mediante la suma de la disponibilidad unitaria que al ser dividida por el número total de unidades permite

tomar decisiones porque para que el cálculo de la disponibilidad de gestione, este debe ser programado desde inactividad procurando un mantenimiento preventivo y considerando únicamente imprevistos o averías técnicas.

### **Indicador 3. Huella de carbono**

Castañeda (2022) señala que la huella de carbono del transporte representa la suma de gases de efecto invernadero liberados durante los desplazamientos operativos por lo que, para evitar tal situación se debe buscar implementar acciones que promuevan una logística más sostenible, como la optimización de rutas y vehículos ecológicos para el transporte controlando así consumo de energía y de combustibles.

### **Variable 2. Satisfacción al cliente**

Zágarra et al. (2018) la refiere como el nivel del estado de ánimo de un sujeto como resultante al comparar la calidad y el rendimiento que ha percibido por la adquisición de un producto o servicio.

### **Dimensión 1. Servicio al cliente**

Baque et al. (2022) señalan que en toda gestión del servicio y más aún relacionada a la atención del cliente se deben trabajar con propuestas de asistencia personalizada, asesoramiento inmediato y capacitación constante, ya que, cuando una empresa oferta productos o servicios son los clientes quienes deciden qué y cómo comprar al recibir una buena o mala atención.

### **Indicador 1. Mala atención**

Ochoa (2018) refiere a la consideración de contar con un trabajo de aplicación al cliente eficiente, establece obligaciones en las empresas de resolver reclamaciones y atender

pedidos de manera efectiva evitando así insatisfacción, quejas y solicitudes por los malos servicios ofrecidos en la cadena de ventas.

### **Indicador 2. Gestión de pedidos**

Sanchis y Polis (2018) describen que la gestión de pedidos implica la formulación de estrategias clave para cumplir con los pedidos, considerando las particularidades de cada fase del proceso, permitiéndole así, identificar la naturaleza de un pedido, sus componentes esenciales, las etapas del proceso en función de la estrategia empleada por la empresa.

### **Indicador 3. Bioseguridad**

Márquez (2021) afirma que la bioseguridad es el conjunto normas, principios y protocolos que se implementan con el propósito de impedir peligros en la salud y el medio ambiente.

### **Dimensión 2. Calidad del producto**

Illesca y Bohorquez (2021) nos dicen que el incremento a la clase del producto es fundamental para la satisfacción del cliente, por este motivo las empresas actualmente se dedican a perfeccionar sus productos, aunque, en ocasiones, la falta de decisiones acertadas en cuanto a mejora y controlar la calidad de los productos puede afectar la viabilidad y la satisfacción del cliente.

### **Indicador 1. Empaque**

Contreras (2018) comenta que, en el contorno de las operaciones logística y el transporte, el término embalaje y empaque hace referencia a diversos envoltorios que aseguran la adecuada preservación y traslado de los productos.

### **Indicador 2. Fecha de vencimiento**

Eliza goyen (2019) argumenta que la duración sensorial de productos alimenticios se ve afectada por la fecha de caducidad, la cual está vinculada al almacenamiento en casa, la naturaleza del producto, las preferencias del consumidor y el contexto de evaluación.

### **Indicador 3. Manipulación del producto**

Peláez y Sánchez (2020) refieren que la manipulación de todo producto debe ser efectuado con la idea de que la misma le llegará a un cliente y que, si la empresa quiere generar fidelización, es importante darle importancia del producto, sobre todo, cuando este se encuentra en situaciones donde su distribución es excesivamente delicada y que es el área de logística quien debe supervisar el desplazamiento de sus mercancías o cargas a sus puntos de venta.

### **Justificación**

En cuanto a la justificación económica, se considera esta justificación porque la propuesta de investigación propone que la empresa reconsidere planificar sus presupuestos e invertir sobre todo en áreas de almacenajes y estructuras que permitan aumentar su capacidad hacia arriba como lo vienen haciendo empresas que gestionan grandes volúmenes de productos. En cuanto a la justificación práctica y social, se considera que en el ejercicio práctico del desarrollo y de la aplicación de programas de responsabilidad social, la dirección logística empresarial y la solución al cliente tienen siempre se relacionan y encaminan los propósitos no solo gananciales de la empresa sino también, la preocupación por saber que la población a sus alrededores también pueden ser parte de una rentabilidad que promueva la interacción y el desarrollo de las comunidades. En cuanto a la justificación metodológica la investigación presenta un instrumento que ha permitido recoger información relevante de los actores principales tales como clientes y colaboradores, esto con el propósito de

identificar cuáles son las situaciones donde el desarrollo de ambas variables viene siendo observadas y hasta cierto punto poco valoradas por la gestión administrativa actual.

## **Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Cuál es la relación entre la gestión logística empresarial y la satisfacción al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?

### **Problemas específicos**

¿Cuál es la relación entre gestión de almacén y el servicio al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?

¿Cuál es la relación entre gestión de almacén y calidad del producto en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?

¿Cuál es la relación entre gestión de transporte y el servicio al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?

¿Cuál es la relación entre gestión de transporte y la calidad del producto en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?

### **Objetivo general**

Determinar la relación entre la gestión logística empresarial y la satisfacción al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023

### **Objetivos específicos**

Acordar cual es la conexión entre la gestión calidad del producto en una empresa de consumo masivo, Lima 2023

Determinar la relación entre gestión de transporte y el servicio al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023

Determinar la relación entre gestión de transporte y la calidad del producto en una empresa de consumo masivo, Lima 2023

### **Hipótesis General**

Existe una relación directa entre la gestión logística empresarial y la satisfacción al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023

### **Hipótesis específica**

Existe una relación directa entre gestión de almacén y el servicio al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023

Existe una relación directa entre gestión de almacén y calidad del producto en una empresa de consumo masivo, Lima 2023

Existe una relación directa entre la gestión de transporte y el servicio al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023

Existe una relación directa entre gestión de transporte y la calidad del producto en una empresa de consumo masivo, Lima 2023

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### **TIPO:** Aplicada

Es de tipo aplicada, que es señalada como práctica o empírica porque una de sus características es adaptar la aplicación y/o la utilización de los datos obtenidos para establecer lineamientos de mejora desde la información que se nos proporciona en la aplicación de los instrumentos (Muntané, 2010). En tal sentido, este tipo de investigación se presenta para establecer desde las teorías situaciones que permitan conocer y mejorar las condiciones de trabajo, pero, sobre todo, las actividades que se vienen desarrollando como en la dirección logística en beneficio de la satisfacción del cliente.

### **DISEÑO:** No experimental

Hernández et al. (2014), su investigación es diseño no experimental porque no van a manipular las variables y lo fundamenta con el estudio de fenómenos, es decir, se analizan las situaciones desde su propio su contexto. Por lo mismo, la investigación recogerá los datos desde las condiciones naturales de los sujetos de la muestra para proceder con su análisis.

### **ENFOQUE:** Cuantitativo

Hernández et al. (2014) comenta que el planteamiento cuantitativo recoge y analiza los datos de las variables para probar determinar o comprobar el planteamiento de la hipótesis basado en un análisis numérico y estadístico. En tanto, la investigación se guiará según el contexto, las situaciones que se presenten, los recursos a disposición y todo con relación a los objetivos y problemas de estudio.

### **Alcance Temporal Transversal**

Yucra (2015) señala que el nivel transversal solo mide una o más características de las variables en un solo momento. Por lo tanto, la investigación recogerá los datos en un periodo determinado de tiempo y a disposición de la muestra son recopilados para el estudio con el propósito de conocer de forma objetiva la conexión que existen en las variables de esta investigación.

### **Nivel descriptivo**

Mide y calcula múltiples elementos, tales como, elementos del acontecimiento o fenómenos a indagar para profundizar en los análisis del cómo y por qué se están relacionando las variables y dimensiones. Asimismo, se va a especificar las propiedades y particularidades más importantes de las variables y de sus comportamientos en los colaboradores y clientes.

### **POBLACIÓN:** 80 personas

Según Hernández et al. (2014) la comunidad es todo grupo de individuos o elementos con característica homogéneas que participan con interés en una investigación que permita obtener datos a razón de un experimento o preguntas.

Por lo tanto, la población correspondiente a 80 colaboradores a las cuales se les pregunta acerca de la variable Gestión Logística está dirigidas a los 40 colaboradores del área de bodega de la compañía Distribuidora de consumo masivo de Huachipa que radican en la ciudad Lima. Por otra parte, la variable Satisfacción del Cliente tiene un grupo de 40 trabajadores del área de despacho que se encuentran segmentados en la zona de Chaparral, distrito de Comas, quienes cumplen con las normas de inserción que se mencionan a

continuación, considerando así, que esta investigación no presenta criterios de exclusión porque se toma en total de la población.

**Criterios de inclusión:**

- Colaboradores entre hombres y mujeres con contratos estables y en planilla.
- Colaboradores con cargo y funciones dentro del área de logística.
- Clientes seleccionados como top por márgenes de ganancias superiores a la meta
- Clientes con mayor demanda de productos y dueños de bodegas.

**Criterios de exclusión:**

- Colaboradores entre hombres y mujeres con contratos temporales
- Colaboradores de apoyo temporal en el área logística
- Clientes seleccionados como no compradores
- Clientes con compras mínimas y de baja rotación

**MUESTRA:** Muestreo Censal 80 personas

Serna (2019) establece que la muestra censal es la que considera a todas los sujetos u objetos como unidades de investigación en la muestra a de finir, por lo que, la unidad a ser estudiada se encuentra bajo contrato y vínculo laboral. Asimismo, se considera que el total de la población es censal porque representan una cantidad aceptada e incluida bajo los lineamientos establecidos por la empresa donde se está realizando el estudio cabe resaltar que para esta investigación se trabajó con el total de la muestra.

## TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

Hernández, et al. (2017) señalan que la técnica y el instrumento se utilizan para recoger datos que luego serán analizados según las características del estudio. Por tanto, se usará la técnica de la pesquisa y como instrumento, el temario.

### **TECNICA:** Encuesta

Casas, et al. (2003) señalan que la pesquisa es un escrito que levanta de forma organizada la información de las variables involucradas en el objetivo de aplicar una serie de pregunta preestablecidas y con criterio para obtener una data.

### **INTRUMENTO:** Cuestionario

Cisneros et al. (2022) afirman que la aplicación del cuestionario permite al investigador recoger de manera eficaz y ordenada las respuestas que las personas a quienes se les está aplicando el instrumento darán cuenta de las situaciones que van a identificar los problemas que se están prestando en un determinado contexto. Por ello, el instrumento a elegir es el cuestionario y se aplicará tanto a los colaboradores como a los clientes para identificar aspectos del estudio que se van a contrastar con las teorías de la investigación.

Importante señalar que, el cuestionario tendrá una valoración de tipo Escala de Likert y presentará 12 preguntas por variable. La escala propuesta se representa de la siguiente manera:

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

## **Validez**

Terán et al. (2020) señalan que todo instrumento es válido siempre y cuando permita medir e identificar aspectos que complementen a la investigación con datos que son proporcionados por la muestra a razón de las correctas preguntas que se formulan para el resultado de las metas. Por lo tanto, la herramienta que se ha seleccionado para el reciente estudio será validado por criterio de expertos quienes, al mismo tiempo, revisaran que los ítem's propuestos tengan relación con las dimensiones y variables del estudio.

En tal sentido, los expertos revisaran el contenido del instrumento para dar la conformidad de que las preguntas están correctamente elaboradas y que le permitirá recoger la información que complemente su investigación desde las variables, dimensiones e indicadores. (Véase anexo)

## **Confiabilidad**

García (2018) señalan que un instrumento representa confiabilidad en el momento que es consistente para su aplicación, por lo mismo, esta se verifica con el alfa de Cronbach permitiendo así que la misma se pueda aplicar a toda la muestra para verificar sus coeficientes según las escalas preestablecidas.

Por consiguiente, se presentan los siguientes datos de confiabilidad según Alfa de Cronbach por variable.

### **Tabla 1**

*Alfa de Cronbach variable Logística Empresarial*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,759	12

*Nota.* Elaboración propia en SPSS

## Tabla 2

*Alfa de Cronbach variable Satisfacción del Cliente*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,739	12

*Nota.* Elaboración propia en SPSS

### Procedimientos de recojo de datos:

Para el estudio de la información, se codificaron cada una de las preguntas del cuestionario y se ordenó lo recogido en un cuadro de Excel. Seguidamente, se procedió a la medición de la Confiabilidad por Alfa de Cronbach.

Arévalo y Padilla (2016) señalan que el Alfa de Cronbach, mide la fiabilidad de pruebas en investigaciones con enfoque cuantitativo, por lo que, se ha evaluado la fiabilidad para comprobar las hipótesis mediante la estadística inferencial en el IBM SPSS.

Por lo mismo, se elaboró una pesquisa con la finalidad de recabar la información de colaboradores y clientes a quienes se les entregan alimentos y bebidas que deberán ofertar en sus bodegas del distrito de Comas. En cuanto al envío del cuestionario fue entregado según una base de datos con que la empresa cuenta. Para ello, lo recibieron de manera digital

utilizando principalmente el WhatsApp. Los clientes al terminar de desarrollar el cuestionario registran su participación en el formulario del office 360 que permitía la descarga en tiempo real para posteriormente analizarla.

### **Análisis de datos/Análisis estadístico**

La presente investigación desarrollará dos métodos de análisis de datos descriptivos e inferenciales:

Ibañez et al. (2023) señalan que el análisis estadístico descriptivo se encuentra representado por una estructura ordenada que permite el resumen y análisis de la información mediante técnicas y métodos hasta la obtención de resultados propios.

Ramírez y Polac (2020) señalan que el análisis estadístico inferencial condiciona su uso a procedimientos que prueban hipótesis y acercamientos de confiabilidad y análisis de regresión para hacer inferencias de posición sobre la población a partir de la muestra, permitiendo así que las conclusiones se obtengan desde una muestra seleccionada de la población.

Asimismo, para el tratamiento de los datos se va a utilizar el paquete estadístico IBM SPSS Statistics 25 donde primero, se tiene que obtener la data en Excel para que desde una plantilla se pueda exportar el software y, por último, este nos pueda facilitar las tablas y los gráficos que se tendrán que analizar de manera manual.

### **Aspectos éticos**

En el presente estudio se ha considerado aspectos éticos establecidos por normativas que se establecen en el código de ética de la facultad de Administración de la Universidad Privada del Norte, como la veracidad de los datos, la honestidad del investigador para obtener la información y de esta manera, tomar decisiones que cumplan con las acciones que respeten la identidad de los resultados. Asimismo, la empresa autoriza y permite la aplicación del instrumento al grupo de personas que se determine en la investigación. Sin embargo, solicita que sus datos sean tratados con discreción, esto con el propósito de salvaguardar su reputación.

Al mismo tiempo, el investigador se ha alineado a la normativa impuesta por la universidad y la facultad de negocios con relación al reglamento interno del alumno, líneas y formatos de investigación en la Resolución Rectoral N° 026-2023-UPN, entendiéndose este punto, con el estilo APA7 donde se cita y referencia a los autores que se han seleccionado para la redacción del escrito.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS

### Análisis Estadístico Descriptivo

En este análisis estadístico se ha realizado un proceso de baremación para agrupar las respuestas en 3 categorías bajo, medio y alto desde la medición y análisis de resultados a razón del instrumento aplicado en escala de likert. Según la data obtenida, se realizó la tabulación a las variables y dimensiones con los niveles bajo, medio y alto.

**Tabla 3**

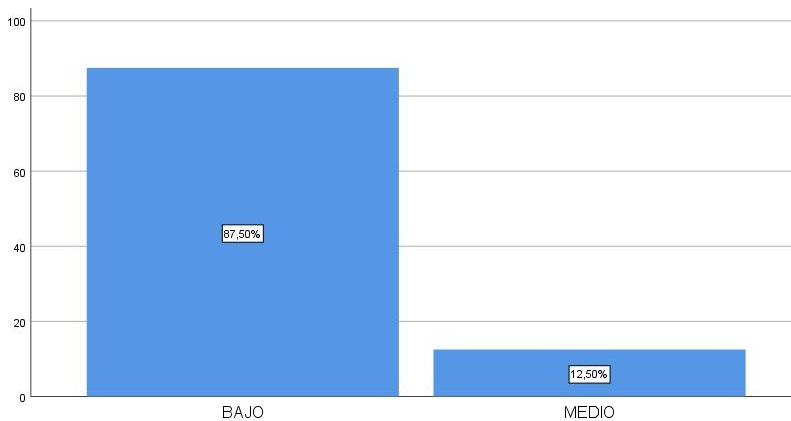
*Gestión Logística Empresarial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	35	87,5	87,5	87,5
	MEDIO	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Figura 1**

*Variable 1: Gestión Logística Empresarial*



**Interpretación:** Se determina que 35 colaboradores, 87.5% del total, consideran que el nivel de la gestión logística empresarial es bajo y solo 5 colaboradores que son el 12.5%, afirman que su nivel de gestión es intermedio.

**Tabla 4**

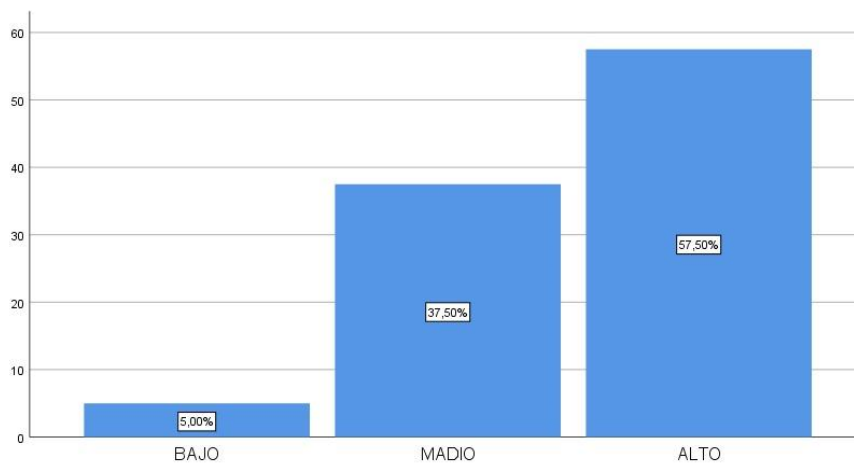
*Dimensión 1: Gestión de almacén*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	5,0	5,0	5,0
	MADIO	15	37,5	37,5	42,5
	ALTO	23	57,5	57,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Figura 2**

*Gestión de almacén*



*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** Se determina que 23 colaboradores, 57.5% del total, consideran que el nivel de la gestión de almacén es bajo, por otro lado, 15 colaboradores, 37.5%, afirman que el nivel de gestión de almacén es medio y tan solo 2 colaboradores, 5.0%, señalan que es bajo.

**Tabla 5**

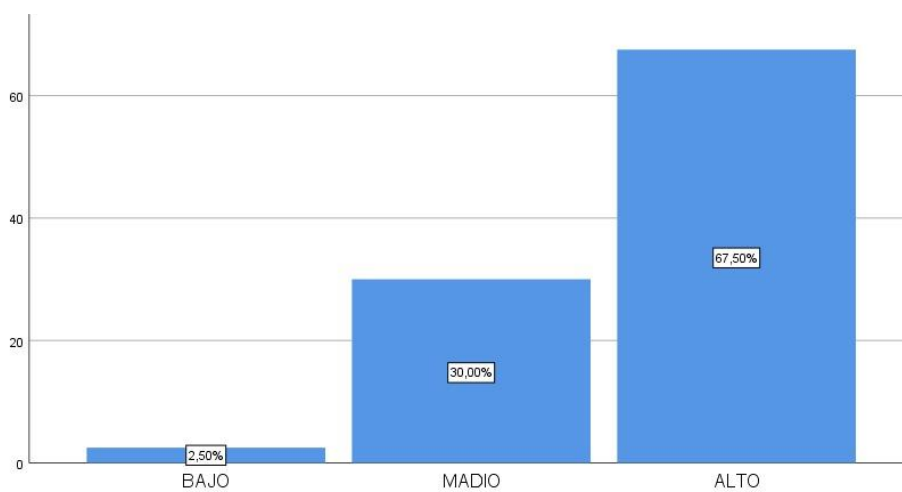
*Dimensión 2: Gestión de transporte*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	2,5	2,5	2,5
	MADIO	12	30,0	30,0	32,5
	ALTO	27	67,5	67,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Figura 3**

*Gestión de transporte*



*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** Se determina que 27 colaboradores, 67.5% del total, consideran que el nivel de la gestión del transporte es alto, por otro lado, 12 colaboradores, 30.0%, afirman que su nivel es medio y tan solo 1 colaborador, 2.5%, señala que es bajo.

**Tabla 6**

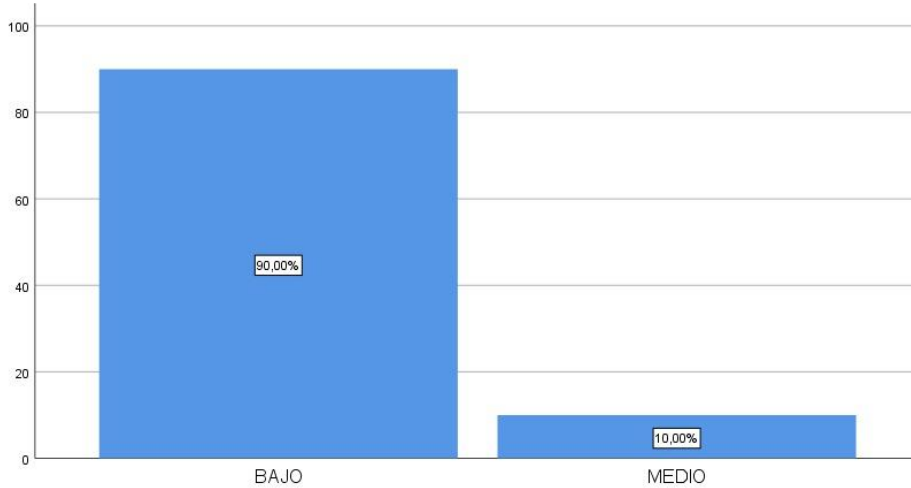
*Satisfacción del cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	36	90,0	90,0	90,0
	MEDIO	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Figura 4**

*Satisfacción del cliente*



*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** Se determina que 36 colaboradores, 90.0% del total, consideran que el grado de la satisfacción del cliente es bajo y solo 4 colaboradores, 10.0%, afirman que su nivel es medio.

**Tabla 7**

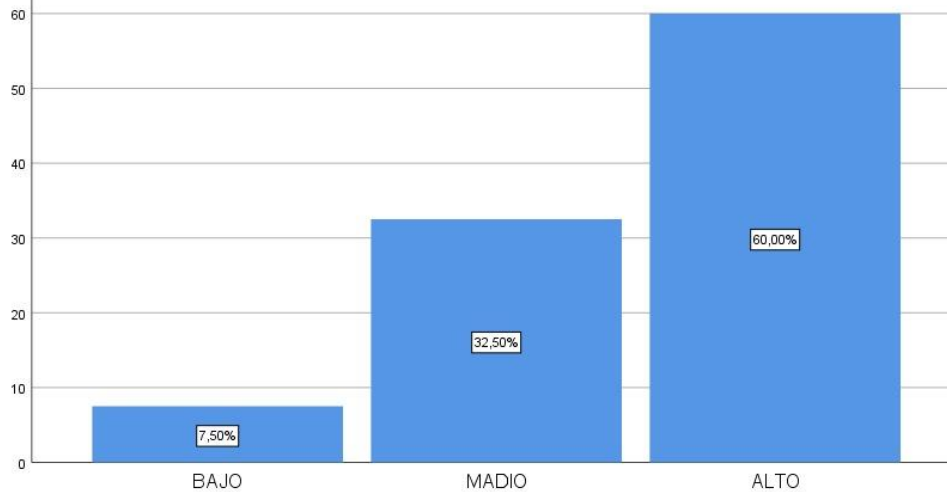
*Servicio al cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	3	7,5	7,5	7,5
	MADIO	13	32,5	32,5	40,0
	ALTO	24	60,0	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Figura 5**

*Servicio al cliente*



*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** Se determina que 24 colaboradores, 60.0% del total, consideran que el nivel del servicio al cliente es alto, por otro lado, 13 colaboradores, 32.5%, afirman que su nivel es medio y tan solo 3 colaboradores, 7.5%, señalan que es bajo.

**Tabla 8**

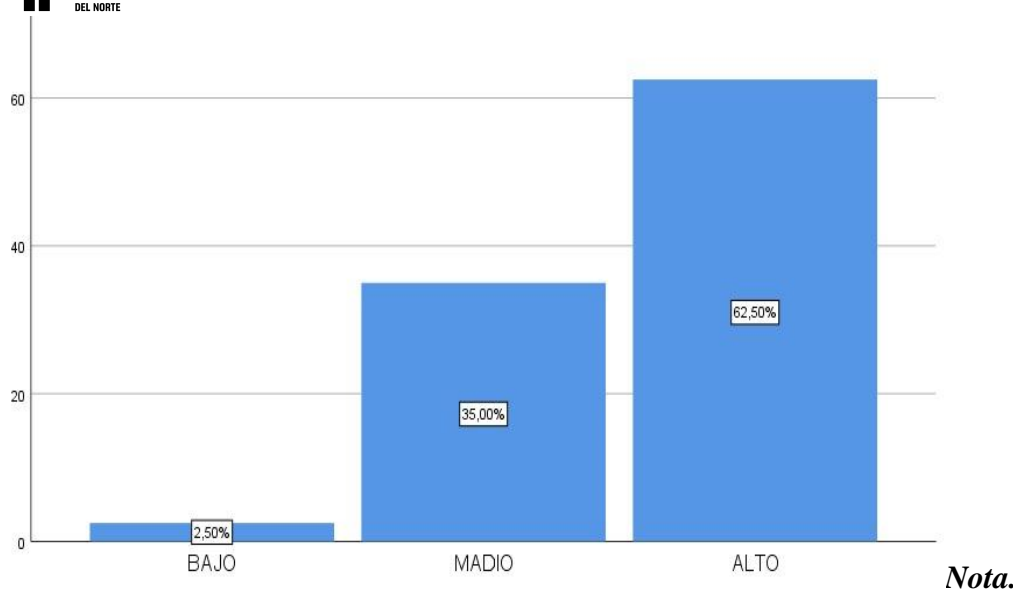
*Calidad del producto*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	2,5	2,5	2,5
	MADIO	14	35,0	35,0	37,5
	ALTO	25	62,5	62,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Figura 6**

*Calidad del producto*



Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** Se determina que 25 colaboradores, 62.5% del total, consideran que el grado de la calidad del producto es alto, por otro lado, 14 colaboradores, 35.0%, afirman que su nivel es medio y tan solo 1 colaborador, 2.5%, señala que es bajo.

**Tabla 9**

*Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup>*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de almacén D1V1	,215	80	,000	,848	80	,000
Gestión de transporte D2V1	,265	80	,000	,851	80	,000
Gestión Logística V1	,254	80	,000	,850	80	,000
Servicio al cliente D1V2	,247	80	,000	,854	80	,000
Calidad del producto D2V2	,265	80	,000	,816	80	,000
Satisfacción al cliente V2	,182	80	,000	,872	80	,000

*Nota.* Elaboración propia en SPSS

**Interpretación:** Al tener una muestra <50 la prueba de normalidad a considerar será

la de Shapiro-Wilk. Por lo tanto, al ser el  $p < 0,05$  expulsamos  $H_0$  y se admite la  $H_a$  validando que la información no tiene una repartición normal aplicando así, estadística no paramétrica.

**Tabla 10**

*Correlación entre gestión logística empresarial y la satisfacción al cliente*

			Gestión logística empresarial	Satisfacción al cliente
Rho de Spearman	Gestión logística empresarial	Coeficiente de correlación	1,000	,670**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	40	40
	Satisfacción al cliente	Coeficiente de correlación	,670**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	40	40

Nota. Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** Como se presenta un  $p=0,001$ , por lo tanto, al ser  $<0,05$  se acepta la  $H_a$  y se rechaza la  $H_0$ . Entonces, llegamos a la deducción que hay una conexión representativa y la logística empresarial y la satisfacción del cliente. Esta relación también es directa porque a mejor dirección logística empresarial aumentara la satisfacción del cliente, además, su correlación es positiva moderada por haber obtenido un  $r$  de 0,670.

**Tabla 11**

*Correlación entre gestión de almacén y servicio al cliente*

			Gestión de almacén	Servicio al cliente
Rho de Spearman	Gestión de almacén	Coeficiente de correlación	1,000	,757**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Servicio al cliente	Coeficiente de correlación	,757**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Nota. Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** Como se presenta un  $p=0,000$ , por lo tanto, al ser  $<0,05$  se acepta la  $H_a$  y se rechaza la  $H_0$ . Entonces, se determina que existe una relación significativa entre la

dirección de almacén y servicio al cliente. Esta relación también es directa porque a mejor dirección de almacén mejora el servicio al cliente, además, su correlación es positiva alta por haber obtenido un r de 0,757.

**Tabla 12**

*Correlación entre gestión de almacén y calidad del producto*

			Gestión de almacén	Calidad del producto
Rho de Spearman	Gestión de almacén	Coeficiente de correlación	1,000	,528**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Calidad del producto	Coeficiente de correlación	,528**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** Se presenta un  $p=0,000$ , por lo tanto, al ser  $<0,05$  se acepta la  $H_a$  y se aparta la  $H_0$ , se determina que hay un vínculo significativo entre la dirección del almacén y calidad del producto. Esta relación también es directa porque a mejor dirección del almacén se conserva mejor la calidad del producto, además, su correlación es positiva moderada por haber obtenido un r de 0,528.

**Tabla 13**

*Correlación entre gestión de transporte y servicio al cliente*

			Gestión de transporte	Servicio al cliente
Rho de Spearman	Gestión de transporte	Coeficiente de correlación	1,000	,381**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	40	40
	Servicio al cliente	Coeficiente de correlación	,381**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	40	40

*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** se expone un  $p=0,002$ , por lo tanto, al ser  $<0,05$  se recibe la  $H_a$  y se aparta la  $H_0$ . Según lo observado, se determina que existe una relación significativa entre la

gestión del transporte y el servicio al cliente. Esta relación también es directa porque a mejor gestión del transporte mejora el servicio al cliente, además, su correlación es positiva baja por haber obtenido un r de 0,381.

**Tabla 14**

*Correlación entre gestión de transporte y calidad del producto*

			Gestión de transporte	Calidad del producto
Rho de Spearman	Gestión de transporte	Coefficiente de correlación	1,000	,224**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Calidad del producto	Coefficiente de correlación	,224**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

*Nota.* Elaboración en IBM SPSS

**Interpretación:** Como se presenta un  $p=0,002$ , por lo tanto, al ser  $<0,05$  se recibe la  $H_a$  y se expulsa la  $H_0$ , se determina que hay una conexión significativa entre la dirección del transporte y la calidad del producto. Esta relación también es directa porque a mejor gestión del transporte mejora la calidad del producto, además, su correlación es positiva baja por haber obtenido un r de 0,224.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### Limitaciones

La investigación identificó situaciones que limitaron el avance continuo y regular dentro del proceso de recolección de datos, esto por la necesidad de adaptar y replantear el instrumento con el propósito de obtener mejor información para ser más consistentes en su análisis sin tener que descartar lo que ya se había obtenido. Asimismo, la empresa nos facilitó una base de colaboradores, pero, la condición para su aplicación fue que las respuestas sean analizadas por la oficina de recursos humanos, lo cual retraso por varios días la aprobación del contenido.

### Discusión

En cuanto al objetivo general, determinar la relación entre la gestión logística empresarial y la satisfacción al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023, se obtuvo como principal resultado un  $p=0,001$ , por lo que, al ser  $<0,05$  se admite la  $H_a$  y se expulsa la  $H_o$ . Asimismo, se confirma la presencia de una conexión significativa en la logística empresarial y la satisfacción del cliente. Esta relación también es directa porque a mejor dirección logística empresarial mayor será la satisfacción del cliente, además, es también positiva moderada por haber obtenido un  $r$  de  $0,670$ . Por otro lado, Flores et al. (2021) en su estudio encuentran que existe una conexión positiva alta encontrándose en el rango de  $0.79$ , por lo que, se evidencia que las variables dirección logística integral y la satisfacción de sus clientes a mayor satisfacción que se genera en los clientes es cuando los colaboradores resuelven cualquier problema rápidamente con cordialidad y respeto. Además, desde el aspecto teórico, Fontalvo et al. (2019) señalan que la logística empresarial es esencial para el cumplimiento de cualquier empresa porque engloba todas las operaciones necesarias para sus procedimientos de producción, conducción, almacenamiento y reparto eficiente de sus productos. Así también, Zágarrá et al. (2018) definen la satisfacción del

cliente como el estado de ánimo de un sujeto resultante al comparar la calidad y el rendimiento que ha percibido por la adquisición de un producto o servicio. Se discute entonces que la empresa no debe subestimar su valor de la logística en la satisfacción del cliente para las empresas, ya que, la logística abarca la supervisión de la cadena de abastecimiento desde la fabricación hasta la llegada al punto de venta y esta a su vez, garantiza que los procesos sean más eficientes tales como la entrega oportuna, comunicación clara, servicios personalizados y sostenibilidad ambiental.

En cuanto al primer objetivo específico, determinar la relación entre gestión de almacén y el servicio al cliente en una empresa de consumo masivo, Lima 2023, se consiguió los siguientes resultados que se presentan a continuación  $p=0,000$ , por lo que, al ser  $<0,05$  se recibe la  $H_a$  y se expulsa la  $H_0$ . Asimismo, se comprueba una conexión significativa en la gestión de almacén y servicio al cliente. Esta relación también es directa porque a mejor dirección de almacén y una mejora el servicio al cliente, además, es también positiva alta por haber obtenido un  $r$  de 0,757. Por otro lado, Noriega (2023) como principales resultados el 10% de clientes estuvo totalmente de acuerdo, un 24% estuvo de acuerdo, 32% se mantuvo neutral, 22% muy en desacuerdo y, tan solo el 12% sostuvo que se encuentra en completo desacuerdo, por lo que, la correlación entre la dirección logística y satisfacción del cliente es positiva baja, con el Chi-cuadrado de 28.721 además, de una significancia asintótica de  $<0.001$  evidenciando ser menor a 0.05, en contexto, se expulsa la  $H_0$  y se recibe la  $H_a$ . Además, desde el aspecto teórico, la gestión almacén en palabras de Cuaspud et al. (2022) señalan que es un proceso logístico donde su principal función es recibir, almacenar, conservar y distribuir los materiales y productos terminados hasta los consumidores finales de manera eficiente y segura. Así también, Baque et al. (2022) definen que el servicio al cliente es la asistencia, asesoramiento y entrenamiento que una empresa entrega a las personas que compran o usan sus productos o servicios. Se discute entonces que el servicio

al cliente desempeña un papel fundamental en la empresa para garantizar la satisfacción y lealtad del cliente dentro de la logística, ya que, el servicio al cliente abarca varios aspectos, como la gestión de inventario, ofrecer una experiencia positiva al consumidor para poder , influenciar directamente en el servicio al cliente al garantizar los stock de producto, la gestión de pedidos, el transporte y las entregas precisas.

Acerca del segundo objetivo específico, determinar la relación entre gestión de almacén y calidad del producto en una empresa de consumo masivo, Lima 2023, se encontró los resultados un  $p=0,000$ , por lo que, al ser  $<0,05$  se la  $H_a$  y se expulsa la  $H_o$ . Asimismo, se determina la existencia de un vínculo significativo entre la gestión de almacén y calidad del producto. Esta relación también es directa porque a mejor dirección de almacén se conserva las condiciones del producto, además, es también positiva moderada por haber obtenido un  $r$  de 0,528. Por otro lado, Tello (2020) en su investigación sistema de gestión logística y la satisfacción del cliente con el propósito de diagnosticar el vinculo entre ambas variables concluye que la relación es directamente proporcional a la administración gerencial, por lo que, de mejorar las operaciones en la gestión logística aumentará la satisfacción de sus clientes. Así también, Huamán y Valera (2021) en su tesis gestión logística y satisfacción de los clientes donde se encuentran resultados de una correlación de Spearman ( $R:0,85$ ) concluyendo que la gestión logística se relaciona considerablemente con la satisfacción a los clientes. Además, desde el aspecto teórico, Cuaspud et al. (2022) señala que la dirección de almacenes es un procedimiento logístico donde su principal función es la de recibir, almacenar, conservar y distribuir los materiales y productos terminados hasta los consumidores finales de manera eficiente y segura. Así también, Illesca y Bohorquez (2021) afirman que la elaboración de productos de calidad es fundamental para la satisfacción del cliente, por tal motivo las empresas actualmente se dedican a perfeccionar sus productos, aunque, en ocasiones, la falta de decisiones acertadas en cuanto a mejorar y

controlar la calidad de los productos puede afectar la viabilidad y la satisfacción del cliente. Se discute entonces que el almacén en la empresa salvaguarda las materias primas, productos terminados y bienes en proceso para satisfacer las necesidades comerciales, como variaciones en los precios y demanda, ya que, implica analizar aspectos como la calidad del inventario, la rotación de mercancías y los gastos de almacenamiento para asegurar operaciones sin contratiempos y respaldar los sistemas de producción.

Acerca del tercer objetivo específico, determinar la relación entre gestión de transporte y el servicio al cliente en una empresa de consumo masivo del distrito de Huachipa Lima 2023, se obtuvo como principal resultado un  $p=0,002$ , por lo que, al ser  $<0,05$  se recibe la  $H_a$  y se expulsa la  $H_o$ . Entonces, se determina que existe una conexión representativa entre la gestión del transporte y el servicio al cliente. Esta relación también es directa porque a mejor gestión del transporte mejora el servicio al cliente, además, su correlación es positiva baja por haber obtenido un  $r$  de 0,381. Por otro lado, Fernandez (2018) en su estudio, calidad de servicio y su vinculación con la satisfacción del usuario desde la gestión logística concluye que existen estrategias para alcanzar una mejor calidad en el servicio, pero la percepción del usuario es poco positiva, ya que, pueden tener la mejor empresa, pero, no han tomado en cuenta las opiniones de satisfacción de sus clientes. Además, desde el aspecto teórico, Cordoñez et al. (2022) afirman que la gestión de transporte es una herramienta de la logística tecnológica que permite facilitar a las empresas la planificación, ejecución y mejora de la movilización de mercancías y flotas garantizando el cumplimiento de normativas, requisitos y documentación necesaria. Así también, Ríos et al. (2022) señalan que el mantenimiento preventivo-correctivo se lleva a cabo para minimizar el impacto en la producción, por lo que, se entiende como una actividad programada para prevenir problemas y reducir la posibilidad de fallos en los equipos. Se discute entonces que, en la empresa, la gestión efectiva del almacén es esencial para la coordinación con la producción y evitar contratiempos, cambios

no planificados, desperdicios y costos extras, ya que, una gestión deficiente de inventario, plazos de entrega o alertas puede resultar en demoras, alteraciones en la planificación y mayores gastos, impactando la eficacia operativa.

En consideración al cuarto objetivo específico, determinar la relación entre gestión de transporte y la calidad del producto en una empresa de consumo masivo del distrito de Huachipa Lima 2023, se halló los siguientes resultados un  $p=0,002$ , por lo que, al ser  $<0,05$  se recibe la  $H_a$  y se expulsa la  $H_o$ . En este sentido, se determina que se encontró conexión significativa entre la gestión del transporte y la calidad del producto. Esta relación también es directa porque a mejor gestión del transporte mejora la calidad del producto, además, su correlación es positiva baja por haber obtenido un  $r$  de 0,224. Por otro lado, Galindo (2021) en su investigación sobre la estimación de las mejoras en el nivel de servicio en una empresa de transportes de distribución logística con relación al comportamiento de sus clientes concluye que el 80% de los clientes representa una ruta de información que al utilizarse ayudarán a mejorar la calidad de servicio esto con el propósito de actualizar las necesidades de los clientes periodo a periodo. Además, desde el aspecto teórico, Ochoa (2018) refiere la interés de contar con un trabajo de atención al cliente eficiente radica en la necesidad actual de las empresas de resolver reclamaciones y atender pedidos de manera efectiva evitando así insatisfacción, quejas y solicitudes por los malos servicios ofrecidos en la cadena de ventas. Así también, Sanchis y Polis (2018) describen que la gestión de pedidos implica la formulación de estrategias clave para cumplir con los pedidos, considerando las particularidades de cada fase del proceso, permitiéndole así, identificar la naturaleza, de un pedido sus componentes esenciales, las etapas del proceso en función de la estrategia empleada por la empresa. Se analizó la importancia que debe tener la gestión de calidad en el sector empresarial del transporte se resalta la inversión en calidad, formación, sostenibilidad y tecnología para mejorar con eficiencia, reducir los gastos y elevar el nivel

de servicio para la satisfacción del cliente.

### **Implicancias**

De las implicancias, en el aspecto teórico, la investigación analiza distintas teorías que han sido de utilidad para determinar los problemas y objetivos desde una mirada más analítica, por lo que, si la empresa no considera replantear nuevos lineamientos dentro de un protocolo de seguridad para situaciones de pandemia, los colaboradores que aún permanecen tendrán esa percepción de despreocupación o desinterés por la ausencia de lineamientos que solo se apliquen para despedirlos más no para retenerlos. Desde el aspecto práctico, la investigación propone que, si la empresa no reconsidera que los implementos de protección usados en situaciones de pandemia deban cubrir las necesidades físicas del personal, solo les habrá quedado la experiencia de no haber gestionado una mejor estrategia de prevención en tiempos de crisis. Para el aspecto metodológico, los datos obtenidos con la aplicación del instrumento coadyuvaron a reconocer las suposiciones de una gestión poco eficiente ante una situación de pandemia que retrasaba las funciones de los colaboradores de campo al momento de entregar los productos por la falta y retraso de la reposición de mascarilla.

### **Conclusiones**

**Primera.** En conclusión al objetivo general, se concluye la relación entre la gestión logística empresarial y la satisfacción al cliente nos encontramos con un  $p=0,001 < 0,05$  aceptando la  $H_a$  y rechazando la  $H_0$ , además, de una conexión positiva moderada ante un  $r$  de 0,670, concluyendo así que, no cumple con el objetivo, por lo que, debe implementar enfoques de gestión centrados en el cliente, también, debe resolver la optimización de los cronogramas de entrega y garantizar una gestión eficaz, garantizando el buen servicio al cliente el cual dentro de la logística es vital para disminuir la rotación, aumentar tasas de

retención y asegurar perspectivas comerciales en medianos plazos.

**Segunda.** Referente al primer objetivo específico, resuelve la conexión entre la gestión de almacén y el servicio al cliente nos encontramos con un  $p=0,001 < 0,05$  aceptando la  $H_a$  y rechazando la  $H_0$ , además, de una conexión positiva alta ante un  $r$  de 0,757, concluyendo así que, la empresa no cumple con el objetivo, por lo que, debe establecer un sistema logístico bien administrado para contribuir a la retención no solo de clientes sino también de colaboradores, esto con el propósito de aumentar su ventaja competitiva y las ventas.

**Tercera.** Respecto al segundo objetivo específico, se concluye la conexión entre la gestión de almacén y calidad del producto nos encontramos con un  $p=0,000 < 0,05$  aceptando la  $H_a$  y rechazando la  $H_0$ , además, de una correlación positiva moderada ante  $r$  de 0,528, concluyendo así que, la empresa no cumple con el objetivo, por lo que, debe capacitar al personal para brindar una gestión logística y atención al cliente de calidad, también, se debe ajustarse la planificación administrativa para prevenir problemas y reclamos con productos caducados y entregas inadecuadas e ir disminuyendo la insatisfacción del cliente.

**Cuarta.** En consideración al tercer objetivo específico, se concluye la conexión entre la gestión de transporte y el servicio al cliente nos encontramos con un  $p=0,002 < 0,05$  aceptando la  $H_a$  y rechazando la  $H_0$ , además, de una conexión positiva baja ante un  $r$  de 0,381, concluyendo así que la empresa no cumple con el objetivo, por lo que, debe mejorar su gestión de transportes y, sobre todo, supervisar aspectos claves tales como la automatización de las tareas, medir los resultados y replantear mejoras en los inventarios buscando la mejora continua en el nivel de servicio al cliente.

**Quinta.** Respecto al cuarto objetivo específico, se resuelve encontrando una conexión entre la gestión de transporte y la calidad del producto nos encontramos con un

$p=0,002 < 0,05$  aceptando la  $H_a$  y rechazando la  $H_0$ , además, de una correlación positiva baja ante un  $r$  de 0,224, concluyendo así que la empresa no cumple con el objetivo, por lo que, debe equilibrar ambos procesos porque es esencial para garantizar la puntualidad y satisfacción del cliente con medidas que planifiquen la integración tecnológica y la optimización de los tiempos aumentando así su rentabilidad, operaciones y la sostenibilidad comercial.

## Referencias

- Andrade, B. y Escalante, M. (2015). Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa bultrims s. a. ubicada en la ciudad de guayaquil en el año 2014. [Tesis de Titulación, Universidad De Guayaquil, Ecuador].  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11343/1/AN%C3%81LISIS%20DEL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20PARA%20MEJORAR%20EL%20PROCESO%20DE%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20LA%20EMPRESA%20BULTRI.pdf>
- Arteaga, W., González, A. y Rodríguez, J. (2020). Generadores de valor del proceso logístico de las empresas floricultoras de Cundinamarca. *Económicas*, 41(2). 29-48.  
<https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/2721>
- Balanzategui, R., Vega, J. y López, A. (2022). Cadena de Suministro de Bienes y Servicios en las Empresas Industriales. *Polo del conocimiento*, 7(1), pp. 978-997. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8331453.pdf>
- Bendeck, H. (2020). La gestión logística en las pequeñas y mediana empresas (pymes). [Licenciatura, Universidad Cooperativa de Colombia]. UCC.  
[https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18491/1/2020\\_modelo\\_s\\_gestion\\_logistica.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18491/1/2020_modelo_s_gestion_logistica.pdf)
- Camero, C. y Esteban, E. (2016) La inteligencia organizacional en el desarrollo de los recursos humanos y su incidencia en la toma de decisiones y gestión logística empresarial de la empresa de transportes de carga, san juan – 2016.  
<http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/1964>
- Cárdenas, M., Cáceres, J. y Mejía, C. (2020). Factores de riesgo y causas de lesión

en los accidentes laborales de ocho provincias peruanas. *Revista Cubana Invest Bioméd*, 39(3).

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-03002020000300019](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002020000300019)

Castañeda, D. (2022). La nube contaminante. Un análisis socioambiental de la huella de carbono digital. *Rev. tecnol. soc.* 12(22),  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-36072022000100007](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-36072022000100007)

Castillón, R. (2019). *Rotación de personal y la calidad del servicio logístico en la empresa de tercerización SLI SAC*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú].  
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/10408>

Castro, J. (2020). La logística, vital en los tiempos de crisis. *Revista Hojas de El bosque* Vol 7 N° 11 Recuperado:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7827413>

Cisneros, A., Guevara, A., Urdánigo, J. y Garces, J. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Dom. Cien.*, 8(1), pp. 1165-1185.  
<https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/8383508.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística.  
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45877-efectos-covid-19-comercio-internacional-la-logistica>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística.

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45877-efectos-covid-19-comercio-internacional-la-logistica>

Cordoñez, E., Cardenas, R., Garay, V. y Zabala, H. (2022). Desafíos de la gestión de transporte y logística en pandemia. Pol. Con. 7(4), pp. 66-84.

<https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/8399924.pdf>

Cuaspu, D., Damián, H., Oñate, C. y Velásquez, P. (2022). Desarrollo de almacenes inteligentes, una solución para facilitar el trabajo de logística. Pol. Con. 69(7), pp. 3-12.

<https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/8399922.pdf>

De La Cruz, K. (2022). Calidad del servicio logístico y su relación con la satisfacción de los clientes en la empresa Daryza S.A.C., Ica, 2021. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. USIL.

<https://repositorio.usil.edu.pe/bitstreams/1f4e30ad-13fd-447c-817c-926fc8fa60a6/download>

Duque, J., Cuellar, M. y Cogollo, J. (2020). Slotting y picking: una revisión de metodologías y tendencias. Revista chilena de ingeniería, 28(3), pp. 514-527.

[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-33052020000300514&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-33052020000300514&script=sci_abstract)

Fernandez, B. (2018). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, 2018. [Maestría, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. UNSA.

<https://repositorio.unsa.edu.pe/items/4d534092-6536-451f-99c6-745d3de92d85>

Fernandez, R. y Sánchez, A. (2021). Gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT S.A.C. [Licenciatura, Universidad César Vallejo, Perú]. UCV.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/83810>

Flores, L. (2021). Logística integral y satisfacción del cliente de los servicios logísticos en Guayaquil. [Maestría, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador]. UPS.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20194/1/UPS-GT003194.pdf>

Flores, L. y Gonzales, A. (2021). *Logística integral y satisfacción al cliente de los servicios logísticos en Guayaquil* [Tesis de Titulación, Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador].

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20194/1/UPS-GT003194.pdf>

Fontalvo, T., De La Hoz, E. y Mendoza, A. (2019). Los procesos logísticos y la administración de la cadena de suministro. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(2), 102-112. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7445798.pdf>

Galindo A. (2021). *Estimación de las mejoras a la calidad del servicio en una empresa de distribución logística con relación al comportamiento de sus clientes.* [Maestría, Universidad de Chile]. UCH.

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/184021>

González, C. (2014). Sistema para la gestión logística empresarial. *Revista Sotavento M.B.A.*, 23, pp. 32-41. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5137696>

Ibañez, F., Ponce, A., Pedrano, M. y Sánchez, M. (2023). Basic survival manual for descriptive statistical analysis. *Espiral. Cuadernos del Profesorado*, 16(32), 118-125. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8906806.pdf>

Jaramillo, M. y Campos, D. (2019). Contratos laborales en el Perú: dinámica y determinantes. *Revista Grade*, 1, 1-68,

<https://ideas.repec.org/p/gad/doctra/dt98.html>

- Labán, L. y Montoya, G. (2018). Plan estratégico para incrementar las ventas de la Empresa Mi Ángel. [Tesis de Maestría, Universidad de Guayaquil, Ecuador]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28353>
- Macías, T., Martínez, G. y Lino, H. (2022). La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador. Polo del conocimiento, 7(3), pp. 1395-1411. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8399856>
- Madrigal, J., Salas, C. y Macaya, S. (2023). Efecto de temperatura y tiempo de almacenamiento sobre la calidad del huevo de gallinas. Nota técnica, 34(2), pp. 1-16. [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1659-13212023000200025&script=sci\\_abstract&tlng=es](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1659-13212023000200025&script=sci_abstract&tlng=es)
- Manrique, M., Teves, J., Taco, A. y Flores, J. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 24, núm. 88, 1136-1146. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/html/>
- Montenegro, A. y Camacho, O. (2017). Mejora de la gestión de abastecimiento de la tienda mayorista Proveedores de Abarrotes Santa Ana S.R.L. en la ciudad de Chiclayo. [Tesis de Titulación, Universidad de Lima, Perú]. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/6327>
- Montes, F. (2017). Análisis de la satisfacción del cliente y las buenas prácticas de gestión logística de almacén en transporte logístico mary s.c.r.l., distrito de Juliaca, año 2016. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano, Perú]. [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4497/Montes\\_Garcia\\_Fernando\\_Miguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4497/Montes_Garcia_Fernando_Miguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Moran, E. (2017). La calidad del servicio al cliente externo administrativo vinculado al incremento de las ventas en el grupo Santillana. *Revista Multidisciplinaria de Investigación*, 9, 82-105.  
<http://www.revistaespirales.com/index.php/es/article/view/221/168>
- Morí, G., Gardi, V. y Moreno, R. (2021). Análisis de la liquidez en una empresa de transporte de carga terrestre. *Oikos Polis*, 6(2), pp. 1-31.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2415-22502021000200003](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-22502021000200003)
- Noriega, M. (2023). Gestión logística y su relación con la satisfacción del cliente de una empresa agroexportadora en Lima, 2023. [Licenciatura, Universidad Ricardo Palma]. URP.  
<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/6762>
- Paz, A; Harris, J. y García, J. (2015). Toma de decisiones: reto para crear ventajas competitivas en las distribuidoras de alimentos gourmet. *Desarrollo Gerencial*, Barranquilla-Colombia. 7(2). Pp. 100-118.  
<http://dx.doi.org/10.17081/dege.7.2.1183>
- Pelayo, J. y Ortiz, N. (2019). La satisfacción en las empresas de logística internacional en Jalisco. *Investig. Adm*, 48(123), pp. 2448-7678.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100003](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100003)
- Peleaz, A. y Sánchez, E. (2020). Análisis y mejora de la preparación y manipulación de medicamentos peligrosos orales en un Servicio de Farmacia Hospitalaria. *Rev. OFIL·ILAPHAR*, 30(1), pp. 21-24.  
[https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1699-714X2020000100007](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1699-714X2020000100007)

- Pico, C., Mancheno, M. y Chaluisa, S. (2020). Pedidos y transporte: Una unidad estratégica de estudio en indicadores logísticos de la nueva era. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 5(9), 468-488.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7437975>
- Pinheiro de Lima, O. et al. (2017). Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(2), pp. 264-276 Recuperado de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-33052017000200264&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-33052017000200264&script=sci_arttext&tlng=en)
- Quintero, A. y Sotomayor, J. (2018). *Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramacoexpress CIA.LTDA del Cantón Durán*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil, Ecuador].  
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28590>
- Ríos, L., Carmona, E. y Ruvalcaba, L. (2022). Factores que influyen en la Gestión de la Innovación en empresas financiadas por el Gobierno Federal. *Trascender contab. gest.* 7(19).  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-63882022000100037](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-63882022000100037)
- Rojas, S. y Llamoga, J. (2021). La gestión logística y la satisfacción del cliente interno en la empresa Sociedad Agrícola Arona S.A. Cañete 2021. [Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Perú]. UCV.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/69821>
- Rojas, S. y Llamoga, J. (2021). La gestión logística y la satisfacción del cliente interno en la empresa Sociedad Agrícola Arona S.A. Cañete 2021. [Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Perú]. UCV.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/69821>

- Romero, S., Sáenz, S. y Pacheco, A. (2021). La Gestión de inventarios en las PYMES del sector de la construcción. *Pol. Con.* 6(9), pp. 1495-1518.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8094509.pdf>
- Salazar, F, Cavazos, J. y Vargas, G. (2014). Logística Humanitaria: Un enfoque del suministro desde las cadenas agroindustriales. *Revista Información Tecnológica* versión on- line ISSN07180764. Recuperado [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-07642014000400007&lang=es](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642014000400007&lang=es)
- Sandoval, R., Hinojosa, J. y Sandoval, M. (2017). Calidad de los servicios logísticos. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 6(11), pp. 54-71. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6059252>
- Serna, M. (2019). ¿Cómo mejorar el muestreo en estudios de porte medio usando diseños con métodos mixtos? Aportes desde el campo de estudios de elites. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 43, pp. 187-210.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6922583.pdf>
- Tello, J. (2020). Sistema de gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Tello Trading Corporation E.I.R.L, 2020. [Título, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. UNHEVAL.  
<https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6241/TIIO0196T35.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Terán, A., Ramírez, C. y Martínez, A. (2020). Confiabilidad y validez de un instrumento de selección de capital humano. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas (REMEF)*, 15(3), p. 435-454.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8788875>

- Ulhua, S. y Ascona, M. (2021). Cadena de suministros y satisfacción del cliente de la empresa Ferretera & Logística Valentino & Valentina SRL de la Provincia de Espinar – 2019. [Licenciatura, Universidad Peruana Unión]. UPU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5312>
- Valencia, G. y Alfonso, M. (2016). El reto de la planificación estratégica en las Pymes. Revista Publicando, 3 (8), 335-344. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833399>
- Vallejos, L. (2019). Sistema de gestión logística, basado en bpmn, para incrementar la eficiencia económica en la estación de servicios vallejos EIRL. [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipan, Chiclayo, Perú]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6134>
- Velarde, M. (2021). *El Convenio Colectivo Tripartito como respuesta al Principio de Continuidad en la Escisión Empresarial*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica San Pablo, Arequipa-Perú]. [http://54.213.100.250/bitstream/20.500.12590/16826/1/VELARDE ROMAN MAL COL.pdf](http://54.213.100.250/bitstream/20.500.12590/16826/1/VELARDE_ROMAN_MALCOL.pdf)
- Villarreal Meza, D.C., Cevallos Vizúete, M.G., Arias Portalanza, D.C. y Moya Palacios, K.A. 2022. (2022). Optimización de los procesos de logística, su mejora y satisfacción al cliente Ecuador *Conciencia Digital*, 5(1), 216-233. DOI: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i1.3.2137>
- Zagarra, L. Molina, V. y Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *Revista RECAI de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 7(18), 46-65, <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268>

Zelada, E. (2022). Gestión logística y atención al cliente en una empresa industrial  
del rubro alimentos, Lima 2021. Economía & Negocios, 4(2), 57-79.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8617507>

## Anexos

**Tabla 15**

*Matriz De Operacionalización*

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>V1</b> Gestión Logística Empresarial	Fontalvo et al. (2019) afirman que la logística empresarial es el área clave de toda compañía en ella recae todas aquellas actividades y procesos que se realizan en una compañía con el objetivo de producir transportar, almacenar y distribuir eficientemente materias primas, materiales y productos terminados de manera que lleguen a su destino en las mejores condiciones.	La variable gestión logística empresarial se va a medir con un cuestionario en escala de Likert replanteando así las preguntas con relación a las dimensiones propuestas para la investigación	D1 Gestión de Almacén	Gestión de inventarios
				Ambientes de almacenamiento
				Picking
			D2 Gestión de transporte	Mantenimiento preventivo correctivo
				Disponibilidad de flota
				Huella de carbono
<b>V2</b> Satisfacción del cliente	Zágarrá et a. (2018) la define como el nivel del estado de ánimo de un sujeto como resultante al comparar la calidad y el rendimiento que ha percibido por la adquisición de un producto o servicio.	La variable satisfacción del cliente se va a medir con un cuestionario en escala de Likert replanteando así las preguntas con relación a las dimensiones propuestas para la investigación	D1 Servicio al cliente	Mala atención
				Gestión de pedidos
				Bioseguridad
			D2 Calidad del producto	Empaque
				Fechas de vencimientos
				Manipulación del producto

**Tabla 16**

*Matriz de consistencia*

TÍTULO: Logística empresarial y su relación con la satisfacción al cliente en una empresa de consumo masivo del distrito de Huachipa Lima 2023						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>¿Cuál es la relación entre la <b>gestión logística empresarial</b> y la <b>satisfacción al cliente</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?</p> <p><b>PROBLEMAS GENERALES</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre <b>gestión de almacén</b> y el <b>servicio al cliente</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?</p> <p>¿Cuál es la relación entre <b>gestión de almacén</b> y <b>calidad del producto</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?</p> <p>¿Cuál es la relación entre <b>gestión de transporte</b> y el <b>servicio al cliente</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023?</p> <p>¿Cuál es la relación entre <b>gestión de transporte</b> y la <b>calidad del producto</b> en una</p>	<p>Determinar la relación entre la <b>gestión logística empresarial</b> y la <b>satisfacción al cliente</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p> <p><b>OBJETIVOS GENERALES</b></p> <p>Determinar la relación entre <b>gestión de almacén</b> y el <b>servicio al cliente</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p> <p>Determinar la relación entre <b>gestión de almacén</b> y <b>calidad del producto</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p> <p>Determinar la relación entre <b>gestión de transporte</b> y el <b>servicio al cliente</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p> <p>Determinar la relación entre <b>gestión de transporte</b> y la <b>calidad del producto</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p>	<p>Existe una relación directa entre la <b>gestión logística empresarial</b> y la <b>satisfacción al cliente</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p> <p><b>HIPOTESIS GENERALES</b></p> <p>Existe una relación directa entre <b>gestión de almacén</b> y el <b>servicio al cliente</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p> <p>Existe una relación directa entre <b>gestión de almacén</b> y <b>calidad del producto</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p> <p>Existe una relación directa entre la <b>gestión de transporte</b> y el <b>servicio al cliente</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p> <p>Existe una relación directa entre <b>gestión de transporte</b> y la <b>calidad del producto</b> en una empresa de consumo masivo, Lima 2023</p>	<p><b>V1</b></p> <p>Gestión Logística Empresarial</p>	<p>D1</p> <p>Gestión Almacén</p>	I1. Inventarios	<p><b>TIPO:</b> Aplicado</p> <p><b>DISEÑO:</b> No experimental</p> <p><b>ENFOQUE:</b> Cuantitativo</p> <p><b>NIVEL:</b> Transversal</p> <p><b>ALCANCE:</b> Correlacional</p> <p><b>POBLACIÓN:</b> 80 personas</p> <p><b>MUESTRA:</b> Muestreo Censal 80 personas</p> <p><b>TECNICA:</b> Encuesta</p> <p><b>INTRUMENTO:</b></p>
					I2. Ambientes de almacenamiento	
					I3. Picking	
			<p><b>V2</b></p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>D2</p> <p>Gestión Transporte</p>	I1. Mantenimiento preventivo correctivo	
					I2. Disponibilidad de flota	
					I3 Huella de carbono	
<p>D1</p> <p>Servicio al cliente</p>	<p>D2</p> <p>Calidad del producto</p>	I1. Mala atención				
		I2. Gestión de pedidos				
		I3. Bioseguridad				
<p>I1. Empaque</p> <p>I2. Fechas de vencimientos</p> <p>I3. Manipulación del producto</p>						

empresa de consumo masivo, Lima 2023?						Questionario
--	--	--	--	--	--	--------------

**Tabla 17**

*Instrumento*

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

N°	<b>PREGUNTAS DE CUESTIONARIO</b>
	<b>VARIABLE 1: Gestión logística empresarial</b>
	<b>DIMENSIÓN 1: Gestión Almacén</b>
I1	P1. ¿Percibe usted que los inventarios se realizan en la frecuencia correcta?
	P2. ¿Cree usted que los inventarios físicos coinciden con los inventarios del sistema?
I2	P3. ¿Cree usted que los ambientes de almacenamiento son los adecuados?
	P4. ¿Considera que la temperatura es la adecuada dentro de los almacenes?
I3	P5. ¿Considera que los espacios para el picking son los adecuados?
	P6. ¿Cree usted que el personal de picking cuenta con los entrenamientos adecuados para realizar su función?
	<b>DIMENSIÓN 2: Gestión Transporte</b>

I1	P7. ¿Cree usted que los mantenimientos preventivos son los adecuados?
	P8. ¿Considera usted que los mantenimientos preventivos ayudan a realizar su labor?
I2	P9. ¿Considera usted que la cantidad de flota es la adecuada para la operación?
	P10. ¿Cree usted que la flota se encuentra acta para realizar sus labores?
I3	P11. ¿Considera usted que los recorridos de la flota son los adecuados?
	P12. ¿Cree usted que el peso de carga es el adecuado?
<b>VARIABLE 2: Satisfacción al cliente</b>	
<b>DIMENSIÓN 1: Servicio al cliente</b>	
I1	P1. ¿Considera usted que la presentación del colaborador representa la imagen de la empresa?
	P2. ¿Considera usted que los auxiliares de entregan se presentan con respeto y atención?
I2	P3. ¿Considera usted que sus pedidos son entregados conforme a lo solicitado?
	P4. ¿Cree usted los productos que recibe llegan en óptimas condiciones?

I3	P5. ¿Considera usted que el personal de entregas cumple con los protocolos de bioseguridad?
	P6. ¿Considera usted que los auxiliares de reparto usan los implementos adecuados para la entrega de los productos?
<b>DIMENSIÓN 2:</b> Calidad del producto	
I1	P7. ¿Considera usted que los empaques son los adecuados para cada tipo de producto y sientes que su pedido está protegido?
	P8. ¿Cree usted que los productos llegan en una temperatura adecuada?
I2	P9. ¿Cree usted que las fechas de vencimiento están visibles a la vista de los consumidores?
	P10. ¿Considera que los productos que recibe cumplen con la fecha de vencimiento establecida para el consumo?
I3	P11. ¿Considera usted que los productos son manipulados correctamente por el personal de reparto?
	P12. ¿Cree usted que los productos mal manipulados sufren averías y deterioro?