



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE
SERVICIO EN UNA EMPRESA EDITORIAL, LIMA
2023”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración

Autores:

Maria Virginia Gutierrez Quispe

Maria Zoraida Valdez Caceres

Asesor:

Mg. Lic. Víctor Hugo Cerna Medina

Código ORCID 0000-0002-7647-6908

Lima - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Juan Elias Carreño Martinez	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Maria Del Carmen D Angelo Panizo	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Guillermo Juniors Morales Benavides	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD



turnitin Página 2 of 102 - Descripción general de integridad Identificación de la entrega (versión 5.8.002.140/194)

13% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para el:

Filtrado desde el informe

- + Bibliografía
- + Texto citado
- + Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- + N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

12%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
9%	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 revisión siempre analizan un documento en profundidad para detectar coincidencias, que pueden ser digitales de otro estudiante o bien, si detectamos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que puedas revisarla.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de plagio, sin embargo, recomendamos que puedas revisar y lo necesites.

turnitin Página 2 of 102 - Descripción general de integridad Identificación de la entrega (versión 5.8.002.140/194)

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto de tesis a Dios y a nuestras familias. A Dios porque ha estado con nosotras en cada paso que damos, guiándonos y dándonos fortaleza para continuar, a nuestros padres y familia, quienes al largo de nuestras vidas han venido velando por nuestro apoyo en todo momento.

AGRADECIMIENTO

Dios porque sin él nada de esto hubiera sido posible. Gracias a nuestros padres, por su comprensión, motivación y apoyo que nos han brindado para lograr todas y cada una de nuestras metas. A nuestros docentes que con la enseñanza inculcada nos brindaron las herramientas para poder ejecutarlo en el trabajo presentado.

Tabla de contenido

Jurado calificador	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	24
CAPÍTULO III: RESULTADOS	31
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	41
REFERENCIAS	49
ANEXOS	53

Índice de tablas

Tabla 1 Personal de la empresa	24
Tabla 2: Expertos que validaron los instrumentos	26
Tabla 3: Estadística de fiabilidad de los cuestionarios de gestión logística.....	36
Tabla 4: Estadística de fiabilidad de los cuestionarios de calidad de servicio	37
Tabla 5: Pruebas de normalidad de las variables	37
Tabla 6: Correlación de Spearman de gestión logística y la calidad de servicio	38
Tabla 7: Correlación de Spearman de gestión de compras y la calidad de servicio	39
Tabla 8: Correlación de Spearman de gestión de distribución y la calidad de servicio	40
Tabla 9: Correlación de Spearman de gestión de transporte y la calidad de servicio	41

Índice de figuras

Figura 1: Diseño Correlacional	24
Figura 2: Niveles de la variable gestión logística	29
Figura 3: Niveles de la Dimensión gestión de compras	30
Figura 4: Niveles de la Dimensión gestión de distribución	31
Figura 5: Niveles de la Dimensión gestión de transporte.....	31
Figura 6: Niveles de la variable calidad de servicio.....	32
Figura 7: Niveles de la Dimensión elementos tangibles	33
Figura 8: Niveles de la Dimensión fiabilidad.....	34
Figura 9: Niveles de la Dimensión capacidad de respuesta	34
Figura 10: Niveles de la Dimensión seguridad	35
Figura 11: Niveles de la Dimensión empatía	36

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar gestión logística y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023, ya que se presentó la problemática de un bajo nivel de calidad percibida por parte de los trabajadores de la empresa. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance correlacional. La población fue de 80 trabajadores y la muestra también fue de 80 trabajadores de la empresa. La técnica utilizada fue la encuesta y los instrumentos utilizados fueron dos cuestionarios validados. Se aplicó una prueba normalidad de Kolmogórov-Smirnov y se obtuvo que los datos no tienen una distribución normal. Los resultados obtenidos sobre la gestión logística y la calidad de servicio encontrando una alta relación con un indicador $\rho = 0.924$, asimismo, la gestión de compras (0.863), la gestión de distribución (0.754) y la gestión de transporte (0.894) obtuvieron una relación fuerte con la calidad del servicio. Esto implica que la gestión logística de la empresa debe asegurar que los productos lleguen en condiciones óptimas, ya que esto es esencial para brindar una experiencia de cliente de alta calidad al garantizar la disponibilidad, la eficiencia y la calidad del producto.

PALABRAS CLAVES: gestión logística, calidad de servicio, editorial.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

A nivel mundial, las empresas editoriales enfrentan desafíos significativos relacionados con la calidad de sus servicios, derivados de deficiencias en la gestión de sus procesos logísticos (Qureshi, 2022). Estas empresas, especialmente aquellas que distribuyen libros y textos escolares a instituciones educativas privadas, suelen experimentar problemas como retrasos en las entregas, falta de sincronización entre el manejo de inventarios y la demanda de los clientes, y errores en la distribución de productos. Estas fallas afectan no solo la eficiencia operativa, sino también la percepción del cliente sobre la confiabilidad del servicio. La presión por cumplir con calendarios escolares y temporadas académicas intensifica la necesidad de procesos logísticos ágiles y bien planificados (Dabees et al., 2023). Sin embargo, en muchos casos, la falta de tecnología adecuada, una planificación insuficiente de rutas de distribución y una coordinación débil entre áreas operativas generan cuellos de botella que comprometen la satisfacción del cliente y la competitividad de la empresa en el mercado educativo (Yanguinlar y Gül, 2022).

Bahamdain et al., (2022) afirmaron que la calidad de servicio se alcanza cuando el cliente experimenta satisfacción, la cual surge como una reacción de agrado o descontento al comparar sus expectativas iniciales con el desempeño o resultado percibido del producto o servicio recibido. Asimismo, Echeverría et al., (2022) observaron que las empresas que desarrollaron buenas prácticas logísticas pudieron lograr una alta calidad en sus servicios y una satisfacción superior en sus clientes a través de ellas. Sin embargo, es importante comprender algunos de los problemas y limitaciones del énfasis en la calidad de servicio de las operaciones logísticas.

Cheung et al., (2021) reportan tres limitaciones: la interpretación de la satisfacción; el hecho de que los clientes satisfechos no son necesariamente clientes leales; y el problema de que lo que satisface a un cliente puede no satisfacer a otro (totalmente o en absoluto). En este sentido, Pei-Ju et al., (2022) sugieren a los empresarios conocer a detalle las necesidades de los clientes a través de estudios de mercado para comprender los servicios que diferencian a los clientes. Asegurar un alto nivel de servicio puede requerir que la empresa reinvente la forma en que se fabrica, distribuye u ofrece a la venta el producto; es decir, reinventar sus procesos logísticos u optimizarlos en un alto grado. Una forma de enfrentar los desafíos de la calidad de servicio es desarrollar servicios de valor agregado (Joven, 2021).

Las capacidades logísticas constituyen las fortalezas de una empresa que le permiten utilizar plenamente sus recursos (Gupta et al., 2022). Las operaciones logísticas optimizadas son las principales fuentes de rentabilidad de la empresa y la ventaja competitiva. Las capacidades, de forma aislada, no permiten que una empresa diseñe e implemente sus estrategias, pero le permiten reunir otros recursos para crear e implementar tales estrategias (Knop, 2019).

Al explotar todo el potencial de las operaciones logísticas, una empresa puede lograr altos niveles de calidad de servicio (Su et al., 2022). Kadłubek et al., (2022) identificaron cinco capacidades logísticas orientadas a lograr un servicio de alta calidad que demuestre la capacidad de una empresa: atención al cliente de preventa; servicio posventa al cliente; agilidad en las entregas; confiabilidad de tiempo de entrega y capacidad de respuesta en la interacción con el cliente. El estudio desarrollado por Sułkowski et al., (2022) demuestra que las operaciones logísticas que combinan la velocidad de entrega y la confiabilidad junto con la flexibilidad son componentes clave en la búsqueda de calidad de servicio.

En Latinoamérica, las empresas enfrentan numerosos desafíos logísticos que impactan directamente en la calidad de sus servicios. Entre los problemas más comunes se encuentran, la limitada adopción de tecnologías avanzadas de gestión de inventarios y la fragmentación de las cadenas de suministro. Estas deficiencias suelen traducirse en entregas tardías, errores en los pedidos y una incapacidad para adaptarse a los picos de demanda asociados con el inicio del año escolar (Michalski et al., 2022). También se tiene en cuenta que la creciente adopción de la automatización y las tecnologías de la información (TI) en las empresas les permite lograr un mayor éxito en sus operaciones para proporcionar, recibir e integrar información con sus clientes para ofrecer un servicio logístico diferenciado (Ercan y Çelik, 2022). Esta ventaja competitiva se puede lograr a través de la diferenciación de los servicios logísticos que se brindan, los cuales, a su vez, influyen en la calidad de (Xuan y Deng, 2023).}

A nivel Perú, según ESAN (2021), los procesos logísticos luego de la pandemia tuvieron que activarse rápidamente, ya que los requerimientos de las empresas por seguir operando son enormes y esto impacta también en la recuperación económica y en la atención a sus clientes. A nivel nacional, los requerimientos de insumos, alimentos y otros materiales hacen que la logística no pueda parar por mucho tiempo; para ello se requiere, hoy más que nunca, que la coordinación previa sea efectiva y el uso del transporte y herramientas logísticas de eficiente y efectiva para poder contrarrestar todo el tiempo perdido por los efectos de la pandemia. Asimismo, el Diario El Peruano (2022), también señala la importancia de mantener eficientes los flujos de materiales, insumo y demás; para que las empresas produzcan tanto bienes o servicios y puedan ser trasladados a los puntos acordados con los clientes, manteniendo así una alta satisfacción y ello permite que los consumidores sigan comprando o consumiendo los productos en el mercado.

Según la entrevista con el señor Roy Moreno, Coordinador Comercial de Lima Norte de la empresa editorial (ver imagen en Anexo), la empresa en estudio es una editorial reconocida a nivel nacional e internacional, que desde su fundación en 1960 en España, la editorial ha experimentado una notable expansión internacional, estableciendo una sólida presencia en Perú, donde viene operando hace más de 46 años y cuenta con 200 colaboradores entre el área comercial y operativa. En Lima, la empresa es responsable de la distribución de textos escolares al 95% de las instituciones educativas privadas de nivel inicial, primaria y secundaria, lo que la posiciona como un actor clave en el sector educativo del país. Sin embargo, a pesar de su trayectoria y prestigio, las actividades logísticas de la empresa enfrentan serios desafíos que están afectando negativamente la calidad del servicio que perciben los clientes (instituciones educativas) y el personal operativo del departamento de logística de la editorial.

Uno de los principales factores que está contribuyendo a esta situación problemática es la ineficiencia en la gestión de la empresa logística externa, responsable de la distribución de los textos escolares desde el almacén de la editorial hacia los centros educativos. Este proveedor externo no está cumpliendo con los cronogramas de entrega estipulados, presentando retrasos en las fechas y horarios acordados con los clientes. La dependencia de un tercero para una actividad clave, como es el transporte de productos a los colegios, ha generado una falta de control directo sobre las operaciones logísticas, lo cual limita la capacidad de la editorial para reaccionar de manera rápida y eficiente ante imprevistos o problemas en el proceso de entrega. El principal problema que enfrenta la empresa es una deficiente gestión logística, caracterizada por la incapacidad del proveedor externo para cumplir con los tiempos de entrega pactados. Esta situación genera no solo un impacto negativo en la imagen de la editorial frente a sus clientes, sino que también afecta internamente al personal operativo del área logística, quienes indicaron una falta de

eficiencia en la distribución. Como resultado de esta deficiente gestión logística, se ha generado un bajo nivel de percepción de la calidad del servicio tanto por parte de los centros educativos, que son los principales clientes de la editorial, como por el propio personal operativo de la empresa. Los retrasos en la entrega de los textos escolares están ocasionando insatisfacción entre los colegios, lo que pone en riesgo la relación comercial y la fidelidad de estos clientes clave. Además, esta situación afecta la eficiencia del personal operativo de la editorial, que ve comprometido su trabajo al depender de un proveedor que no cumple con los estándares exigidos.

1.2 Antecedentes

Este apartado aborda estudios previos que exploran la relación entre la gestión logística y la calidad del servicio en diferentes sectores, con un enfoque particular en el sector editorial. Dado que estos estudios examinan variables similares a las de esta investigación, sus hallazgos permiten contextualizar la relevancia y el impacto de una gestión logística eficiente en el nivel de servicio al cliente, así como en la competitividad empresarial. La revisión de estos estudios también permitirá contrastar los resultados de esta investigación con datos cuantitativos previamente documentados, enriqueciendo así la discusión y fortaleciendo las conclusiones del presente trabajo.

Turpo y Valencia (2024), plantearon evaluar la gestión logística y la calidad de servicio en una empresa industrial. La tesis fue cuantitativa y correlacional. Se identificaron a 30 clientes de la empresa. Los instrumentos fueron aceptados por los expertos y luego de la aplicación se obtuvieron como resultados que el 42% de clientes tienen una percepción de nivel medio sobre la eficiencia de la gestión logística y un 55% considera que la calidad de servicio que brindan es regular. Los estadísticos inferenciales mostraron un indicador 0.779, que evidenció una alta relación entre los constructos analizados. Ello implica tomar acción rápida para mejorar la gestión de compras y almacenamiento de los productos en la empresa.

Caldas (2023) en su tesis analizaron las actividades logísticas y servicio de una empresa molinera en Lambayeque. El estudio fue aplicado, no experimental y correlacional. La unidad poblacional del estudio la conformaron 65 colaboradores y la muestra fue censal, quienes practicaron del registro de los cuestionarios elaborados para recopilar información relevante. Se halló que más el 55% de trabajadores perciben que el área logística tiene procesos que aún deben mejorar sobre todo en el seguimiento a proveedores, ya que los tiempos de entrega son demasiados largos. Esto trajo como consecuencia que un 52% de encuestados perciba una baja calidad en el servicio hacia los clientes. La correlación hallada fue alta con un indicador de 0.771.

Sotomayor (2022) elaboró su investigación de tipo cuantitativa, con el fin de identificar cómo la gestión logística está relacionada con la calidad de servicio de una empresa industrial (Ancash). La muestra estuvo constituida por 20 colaboradores, los cuales apoyaron con el registro de los cuestionarios construido para tal fin. El 34% manifestó que los procesos logísticos tienen una gestión de nivel medio porque los materiales no están en el tiempo que se requieren y el 35% respondió que la eficacia del servicio es de nivel regular, porque muchas veces no se entregaron los trabajos a clientes en el tiempo estipulado. Los indicadores estadísticos revelaron una alta correlación entre las variables evaluadas con valor de $\rho = 0.885$.

Campaña (2022) en su investigación, buscó evidenciar una correlación entre la gestión logística y la calidad de servicio en una farmacia (Chiclayo). La metodología desarrollada fue cuantitativa y con alcance correlacional. Fueron 50 trabajadores los que conformaron la población y a su vez la muestra. Se elaboraron cuestionarios para el recojo de datos. Las pruebas estadísticas fueron determinantes para concluir que ambas variables presentan una alta correlación. Sus indicadores fueron $\rho = 0,957$ y $\text{sig.} = 0,000$. Se

recomendó a la empresa que mejora la programación del proceso de compras y la calificación de sus proveedores para asegurar el ingreso de materiales según lo planificado.

Cárdenas (2021) enfocó su estudio en los procesos logísticos y la calidad de servicios de una entidad edil (Apurímac). El método aplicado fue cuantitativo y correlacional. La muestra estuvo compuesta por 70 servidores públicos de dicha entidad. A dicha muestra se aplicó dos cuestionarios previamente validados. Su aplicación posterior dio como resultado un indicador $\rho = 0.835$ lo cual permitió concluir la existencia de una relación positiva alta con la calidad de servicio que actualmente brindan a sus clientes. cabe indicar que los encuestados respondieron que requieren que el área logística mejore la gestión con los proveedores para los materiales se oficina puedan ser distribuidos a las áreas administrativas, para que los servicios a los ciudadanos no se perjudiquen.

Santisteban y Ventura (2020), tuvieron como objetivo “determinar la relación que existe entre la Gestión logística y la Calidad de servicio de la Unidad Logística de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo”. La investigación fue aplicada, trasnversal, con metodología cuantitativa y alcance correlacional. Fueron 185 personas identificadas como población de estudio. El cálculo arrojó una muestra de 65 personal. Los instrumentos cumplieron con los criterios validez y fueron registrados por los trabajadores ediles. Los resultados de la aplicación se procesaron en el sistema SPSS. El resultado principal de correlación arrojó un indicador de 0.795, corroborando la hipótesis alterna. Esto sirvió para recomendar una capacitación a los trabajadores del área Logística para que mejoren sus tiempos de respuesta, en lo referente a la entrega de materiales solicitados por las demás áreas.

1.3 Marco teórico

1.3.1 Gestión logística

Según David (2016) es el proceso integral que coordina y optimiza todas las actividades relacionadas con el flujo de bienes, información y recursos desde el punto de origen hasta el cliente final. Incluye tareas como planificación, almacenamiento, transporte y distribución, con el objetivo de garantizar que los productos lleguen al destinatario correcto en las perfectas condiciones, dentro del tiempo estipulado y al menor costo posible.

La gestión logística implica la planificación estratégica de los procesos esenciales para garantizar la entrega eficiente y efectiva de productos y servicios. Este enfoque incluye actividades como la adquisición de materiales, la administración de inventarios y la coordinación de la distribución, con el objetivo de mantener un equilibrio entre la satisfacción del cliente y el uso óptimo de los recursos disponibles (Coyle et al., 2018).

1.3.1 Funciones de gestión logística

David (2016) señala que las funciones de la gestión logística abarcan una amplia gama de actividades clave diseñadas para garantizar la efectividad en el manejo de bienes y servicios. Entre estas funciones se encuentran la planificación de la demanda, que permite anticipar las necesidades de los clientes y coordinar los recursos necesarios; la gestión de inventarios, encargada de mantener la disponibilidad de productos y control de costos; y la supervisión del almacenamiento, que asegura el manejo óptimo de los productos dentro de las instalaciones. Además, incluye la coordinación del transporte y la distribución, garantizando que los productos se entreguen a los destinos finales de manera oportuna y en buen estado. También abarca la gestión de la información, permitiendo un flujo constante de datos entre proveedores, empresas y clientes, para tomar decisiones estratégicas basadas en tiempo real. Estas funciones, integradas de manera efectiva, son esenciales para lograr la satisfacción del cliente y optimizar el uso de los recursos en cualquier organización.

1.3.1.2 Dimensiones de la gestión logística

Las dimensiones establecidas en esta investigación permiten evaluar de manera detallada la percepción de los trabajadores respecto a la eficiencia en la ejecución de los procesos logísticos dentro de la empresa en estudio. Cada dimensión aborda aspectos clave de la gestión logística, tales como la programación de las compras y el manejo de proveedores, las actividades para la distribución de los textos y la eficiencia en el transporte de dichos materiales educativos, permitiendo un análisis integral sobre cómo estos factores impactan en la efectividad de las operaciones. A través de esta evaluación, se obtiene una visión precisa de las fortalezas y áreas de mejora en los procesos logísticos, basada en la experiencia directa del personal involucrado.

Según David (2016), las dimensiones de la gestión logística son:

Gestión de compras: La compra es un proceso integral en la mayoría de los negocios. Una empresa manufacturera compra las materias primas o los servicios necesarios para fabricar sus productos. Una empresa minorista compra y vende artículos, mientras que un mayorista hace lo mismo a grane

Gestión de distribución: abarca la coordinación integral de las actividades necesarias para trasladar productos desde los proveedores y fabricantes hasta los puntos de venta o consumo final. Incluye procesos como el manejo de inventarios, el almacenamiento, el embalaje y la logística de transporte, asegurando que los productos lleguen en condiciones óptimas y a tiempo. Implementar estrategias efectivas en este ámbito es crucial para garantizar la sostenibilidad financiera y competitividad de una empresa a largo plazo.

Gestión de transporte: se enfoca en coordinar y optimizar el traslado físico de mercancías, ya sea en movimientos de entrada o salida, utilizando medios de transporte y herramientas tecnológicas. Su objetivo es asegurar que los envíos cumplan con los

estándares requeridos y que la documentación necesaria esté correctamente preparada y disponible.

1.3.2 Calidad de servicio

La calidad de servicio es el límite de las expectativas ya que los usuarios que prueban la dulzura de los servicios de clase mundial esperan lo mismo de otras organizaciones. Las expectativas allanan los caminos para la satisfacción o la insatisfacción. Si logramos cumplir con las expectativas de los usuarios, estos se encuentran satisfechos y la satisfacción abre el camino para aumentar la participación de mercado (Lerma y Márquez, 2020).

La calidad de servicio se define como la capacidad de una empresa para cumplir y superar las expectativas de sus clientes, atendiendo sus necesidades con servicios caracterizados por eficiencia, confiabilidad y un trato personalizado. Su evaluación incluye factores como la rapidez en las respuestas, la solución efectiva de inconvenientes, la facilidad de acceso a los servicios y el cumplimiento de las promesas realizadas, con el propósito de crear una experiencia satisfactoria que refuerce la confianza y fidelidad del cliente hacia la organización (Juárez, 2021)

1.3.2.1 Objetivos de la calidad del Servicio

La calidad de servicio aporta múltiples beneficios a las empresas, ya que permite fortalecer la relación con los clientes al satisfacer y superar sus expectativas. Una experiencia de servicio positiva genera mayor confianza y lealtad, lo que incrementa la probabilidad de repetición de compra y recomendaciones boca a boca. Esto no solo mejora la reputación de la empresa, sino que también atrae nuevos clientes, consolidando su posición en el mercado. Además, al enfocarse en la calidad del servicio, las empresas logran identificar áreas de mejora en sus procesos, optimizando operaciones y reduciendo errores que pueden impactar negativamente en la percepción del cliente (Michalski et al. 2022).

Otro beneficio clave de la calidad de servicio es su impacto en los resultados financieros. Clientes satisfechos están dispuestos a pagar más por un servicio excepcional y muestran mayor tolerancia ante posibles inconvenientes, lo que disminuye los costos asociados a la resolución de quejas o devoluciones. Asimismo, un enfoque en la calidad fomenta un entorno laboral más comprometido, ya que los colaboradores que perciben que su trabajo contribuye a la satisfacción del cliente tienden a ser más productivos y motivados. En conjunto, estos beneficios refuerzan la sostenibilidad de la empresa, convirtiendo la calidad de servicio en una ventaja competitiva fundamental (Knop, 2019).

1.3.2.2 Dimensiones de la calidad de servicio

Las dimensiones definidas en este estudio permiten evaluar la percepción de los trabajadores sobre la calidad de servicio que la editorial brinda a los centros educativos particulares, quienes representan clientes directos para la distribución de textos escolares. Cada dimensión examina y proporciona un análisis profundo de cómo estos factores contribuyen a la satisfacción del cliente y fortalecen la relación comercial con el sector educativo.

Lerma y Márquez (2020) afirman que las dimensiones de esta variable son:

Tangibles: Se refiere a las instalaciones físicas, el equipo y la presentación del personal de una empresa de servicios. El trabajo de la evidencia tangible y física de un servicio es multifuncional.

Confiabilidad: Se muestra que esta dimensión tiene la mayor influencia en la percepción de la calidad por parte del cliente. Es la habilidad de cumplir con el servicio acordado de forma precisa y con total confiabilidad.

Capacidad de respuesta: se refiere a la actitud del personal para atender las necesidades de los clientes de manera ágil y eficiente. Esto incluye ofrecer apoyo en

consultas, gestionar solicitudes específicas y resolver quejas con prontitud, asegurando así una experiencia satisfactoria para el cliente.

Seguridad: Se define como la confianza que transmite la empresa al cliente al garantizar un entorno libre de riesgos, incertidumbres o errores. Incluye factores como la competencia del personal, la protección de datos y bienes, y la capacidad de resolver problemas de manera efectiva, asegurando al cliente que el servicio ofrecido es confiable y profesional en todo momento.

Empatía: es la atención personalizada que la empresa de servicios brinda a cada cliente. Cuando el proveedor de servicios se pone en el lugar de los clientes, puede ver mejor el punto de vista del cliente.

1.4 Formulación del problema

En las investigaciones correlacionales, como la presente tesis, el enunciado del problema se formula en forma de pregunta para resaltar la relación específica entre las variables estudiadas. Esta formulación en forma interrogativa permite delimitar con claridad el enfoque del análisis. Esta estructura facilita una comprensión precisa del propósito del estudio, además de orientar la metodología hacia la obtención de resultados cuantitativos que permitan responder directamente a la pregunta de investigación.

1.4.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023?

1.4.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023?

- ¿Cuál es la relación entre la gestión de distribución y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023?
- ¿Cuál es la relación entre la gestión de transporte y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general:

Determinar la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023

1.5.2 Objetivos específicos:

- Determinar la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.
- Determinar la relación entre la gestión de distribución y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.
- Determinar la relación entre la gestión de transporte y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la gestión logística y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

1.6.2 Hipótesis específicas

- Existe relación significativa entre la gestión de compras y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.
- Existe relación significativa entre la gestión de distribución y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.
- Existe relación significativa entre la gestión de transporte y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

1.7 Justificación

1.7.1 Justificación teórica

La presente investigación de justifica porque el conocimiento de las personas se basa en el entendimiento de las teorías disponibles en el mundo académico. En este caso, se presentan conceptos básicos sobre los procesos logísticos que son primordiales para que la empresa brinde servicios de calidad para todo su mercado objetivo.

1.7.2 Justificación social

La presente investigación de justifica porque, para el sector comercial la logística es vital en la reducción de costos, lo que a su vez aumenta la productividad y las ganancias. También se utiliza como una herramienta importante en la creación de competitividad, ya que ayuda a crear eficacia en el servicio al cliente, establece una buena relación con el cliente interno y externo y actúa como base para el crecimiento del negocio.

1.7.2 Justificación metodológica

La presente investigación tiene una base metodológica de acuerdo con los lineamientos para el desarrollo de investigaciones de la universidad y también los investigadores han sido guiados por el docente del curso de Taller de Tesis, con el objetivo

de que el resultado final sirva de base para otras investigaciones sobre las variables planteadas en este estudio.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación

2.1.1 Enfoque

La investigación cuantitativa, requiere información numérica en forma de variables. Una variable es una forma de medir cualquier característica que varía o tiene dos o más valores posibles, según describe Martínez (2018). De acuerdo con esta información, se aplica una investigación cuantitativa.

La presente investigación presenta un enfoque cuantitativo.

2.1.2 Diseño

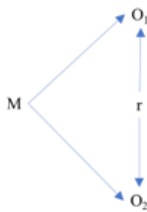
Gutiérrez et al. (2020), definen al diseño no experimental como diseños de investigación que examinan fenómenos sociales sin manipulación directa de las condiciones que experimentan los sujetos. Tampoco hay asignación aleatoria de sujetos a diferentes grupos. Como tal, la evidencia que respalda las relaciones de causa y efecto es muy limitada. Dicho esto, se utiliza un diseño no experimental.

2.1.3 Alcance

Según, Martínez (2018), la investigación correlacional es un tipo de investigación que examina la relación entre dos o más variables. Puede ayudarlo a explorar cómo se asocian los diferentes factores, predecir resultados o probar hipótesis. Para este estudio se emplea una investigación correlacional.

Figura 1

Diseño Correlacional



Donde:

M = muestra

O1= gestión logística

O2= calidad de servicio

r= relación entre variables

2.2 Población

Gutiérrez et al. (2020), definen a la población como el conjunto bien definido de elementos a partir de los cuales se extraen los datos.

La población estuvo compuesta por el personal de la editorial, distribuidos en sus diferentes áreas administrativas y operativa sumando un total de 200 trabajadores.

Tabla 1*Personal de la empresa*

Personal	Cantidad
Administrativo	85
Comercial	50
Logística	30
Almacén	20
Distribución	15
Total	200

Nota: Dato informado por el personal entrevistado

2.3 Muestra

Para Martínez (2018) una muestra es una representación más pequeña y un subconjunto de una población más grande.

A partir de la población detallada en la Tabla 1, se extrajo una muestra representativa, a quienes se aplicaron los cuestionarios diseñados específicamente para evaluar su percepción sobre las variables de la investigación. Este enfoque permitió recolectar datos relevantes directamente de los colaboradores involucrados, asegurando la validez de los resultados obtenidos.

La muestra se seleccionó de acuerdo al concepto a un muestreo probabilístico

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{E^2(N - 1) + Z^2 P \cdot Q}$$

La muestra para este estudio fue de $n = 132$ personas

2.4 Muestreo

El muestreo fue probabilístico aleatorio simple, según Martínez (2018), es un proceso completamente aleatorio, lo que significa que no hay ningún sesgo o preferencia en la elección de los participantes.

Criterios de inclusión: participarán los trabajadores con más de 1 año de antigüedad en la empresa

Criterios de exclusión: no será tomados en cuenta a los trabajadores que ingresaron en el presente año y tampoco a lo que están en proceso de retiro.

2.5 Técnica

Las encuestas son métodos de investigación y pueden ser un medio eficiente y preciso para determinar información sobre una población determinada (Gutiérrez et al., 2020).

Fueron dos instrumentos utilizados en el estudio. El instrumento que evaluó la “gestión logística” contiene 14 ítems, clasificados en 3 dimensiones: gestión de compras, gestión de distribución y gestión de transporte.

El instrumento que evaluó la “calidad de servicio” tuvo 22 ítems, clasificados en cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

2.6 Instrumentos

Según Martínez (2018), un cuestionario en la investigación científica es una herramienta estructurada diseñada para recopilar datos de manera sistemática a través de preguntas dirigidas a una población o muestra específica.

2.7 Validez

Según, Gutiérrez et al. (2020), la validez de los instrumentos se refiere al grado en que una herramienta de recolección de datos mide con precisión aquello para lo que fue diseñada. En otras palabras, indica si el instrumento es adecuado y relevante para evaluar las variables de interés en una investigación.

La validez de los cuestionarios fue realizada por tres especialistas de la Universidad Privada del Norte (ver Anexo 5).

Tabla 2

Expertos que validaron los instrumentos

Experto	Validación
Mg. Luz Angelita Moncada Vergara	Aplicable
Dr. Juan Manuel Aliaga Polo	Aplicable
Mg. Alfredo Martín <u>Berrospi Ytahashi</u>	Aplicable

La validez de los cuestionarios fue verificada a través de la evaluación de tres expertos seleccionados por su amplia experiencia y trayectoria académica en temas relacionados con los procesos logísticos, garantizando así la relevancia de sus aportes. Los expertos, pertenecientes a la Universidad Privada del Norte, cuentan con grados académicos de maestría y doctorado, así como con un historial de investigación en áreas afines a los objetivos del estudio. Este proceso de selección de los validadores, detallado en la Tabla 2.

2.8 Confiabilidad

Martínez (2018) refiere que la confiabilidad de la investigación es un término que se relaciona con la precisión. Es la capacidad de reproducir consistentemente resultados idénticos, bajo condiciones idénticas. Es decir, es la repetibilidad de un experimento y las posibilidades de que un experimento idéntico termine con resultados similares o iguales.

La confiabilidad de los cuestionarios fue evaluada a través el coeficiente Alfa de Cronbach, calculado utilizando el software estadístico SPSS. Este coeficiente, ampliamente utilizado en investigaciones cuantitativas, mide la consistencia interna de los instrumentos, asegurando que las preguntas o ítems de cada cuestionario midan de manera uniforme las variables de interés. Para este análisis, se ingresaron los datos obtenidos de la aplicación de los cuestionarios al SPSS, donde se aplicaron pruebas de consistencia para cada ítem. Los resultados de los indicadores fueron 0.944 y 0.947, reflejando una excelente confiabilidad en ambos instrumentos, lo cual refuerza la precisión de los datos que se obtendrán con su aplicación (ver Anexo 7 para detalles de los cálculos).

2.9 Procedimiento

El procedimiento para el desarrollo se inicia con la identificación de la población y luego con el cálculo de la muestra. A los participantes se les aplicó los cuestionarios adaptados y validados. Luego se recogerán sus respuestas y se elaboró una tabla en Excel, de manera ordenada.

2.10 Análisis

El análisis de datos fue de tipo cuantitativo y estadístico, ya que se procesar los resultados de los cuestionarios en un software estadístico SPSS.

Se ejecutarán cálculos para obtener estadísticos descriptivos e inferenciales. Es decir, tabla de frecuencias y pruebas de correlación para responder a las hipótesis planteadas.

2.11 Aspectos éticos

Las investigaciones científicas deben evaluarse en términos de su impacto e interés, por lo que requieren de una consideración especial. Es responsabilidad del investigador principal de cada proyecto implementar lo siguiente:

Integridad de datos: los investigadores deben considerar si es necesario proteger la identidad de los participantes de la investigación

Libre participación: requiere que las personas no sean obligadas a participar en la investigación.

Consentimiento informado: significa que la persona que participa en la evaluación está completamente informada sobre la evaluación que se está realizando.

Confidencialidad: se protegió la privacidad de los participantes de la investigación. También garantiza que su información no se divulgue a personas no autorizadas.

Para la elaboración de este estudio se utilizó como guía de escritura, cuando se trata de citas y referencias en el texto, y otros formatos, el estilo de la normativa APA versión 7.

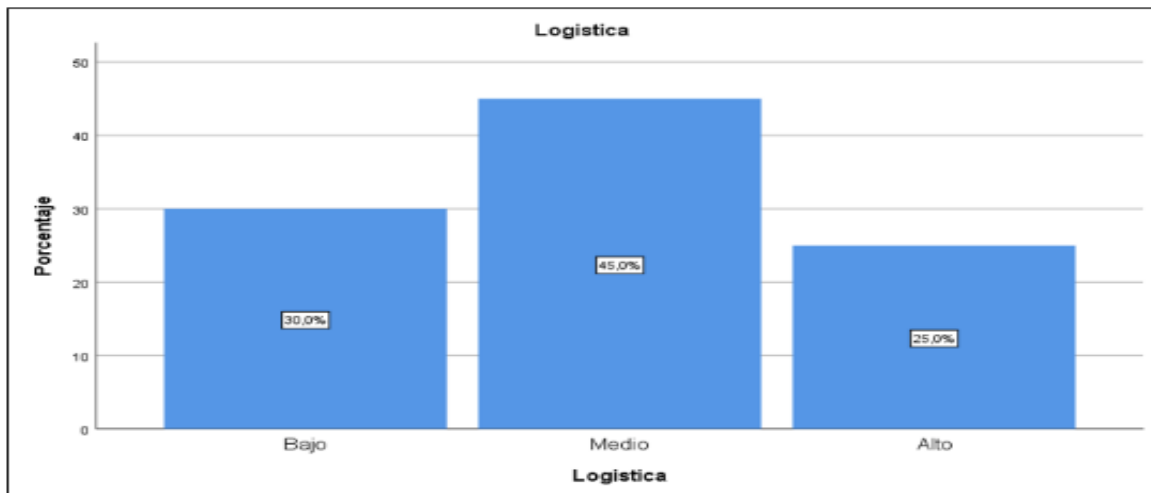
CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Estadísticos descriptivos

Gestión logística

Figura 2

Niveles de la variable gestión logística

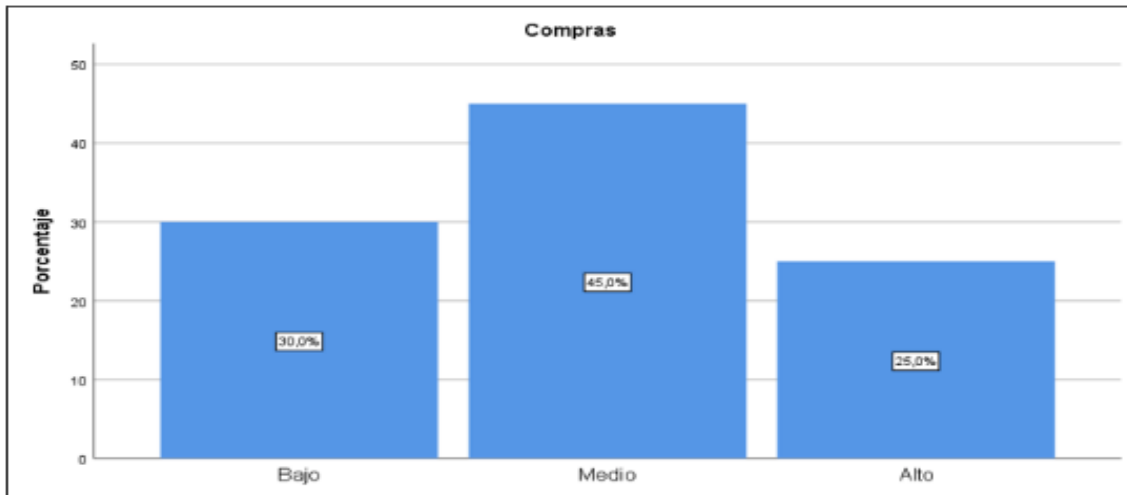


El resultado indica que el 30% de los encuestados manifestó que los procesos logística presenta un bajo nivel de desempeño. Un 45% en cambio percibe que los procesos logísticos tienen un nivel medio de desempeño y el 25% afirmó que la empresa tiene alto nivel de eficiencia.

Dimensión gestión de compras

Figura 3

Niveles de la Dimensión gestión de compras

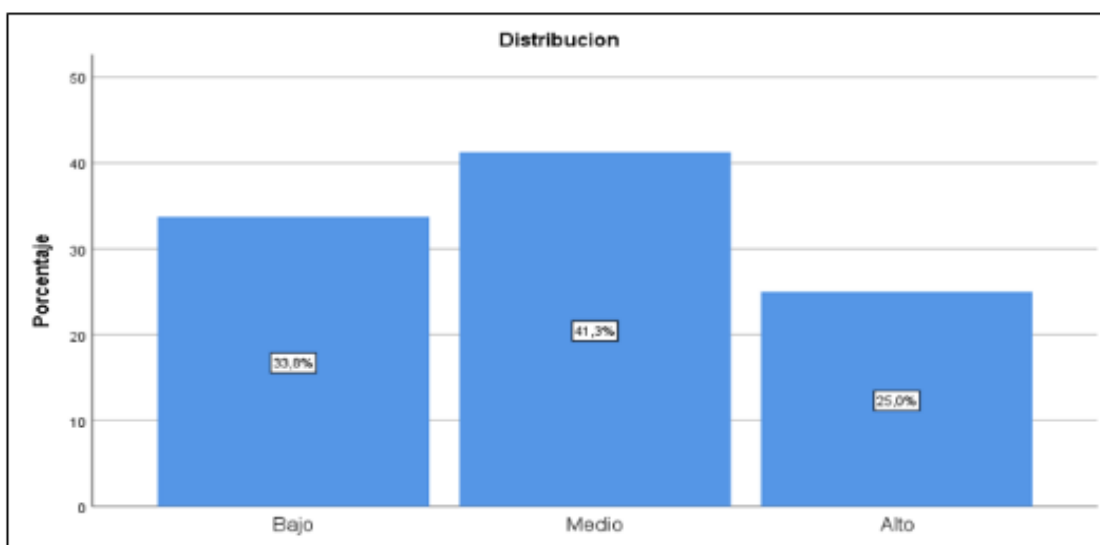


El resultado indica que el 30% de los encuestados manifestó que la gestión de compras evidencia un bajo nivel de desempeño y el 25% afirmó que la gestión de compras presenta un alto nivel de eficiencia.

Dimensión gestión de distribución

Figura 4

Niveles de la Dimensión gestión de distribución

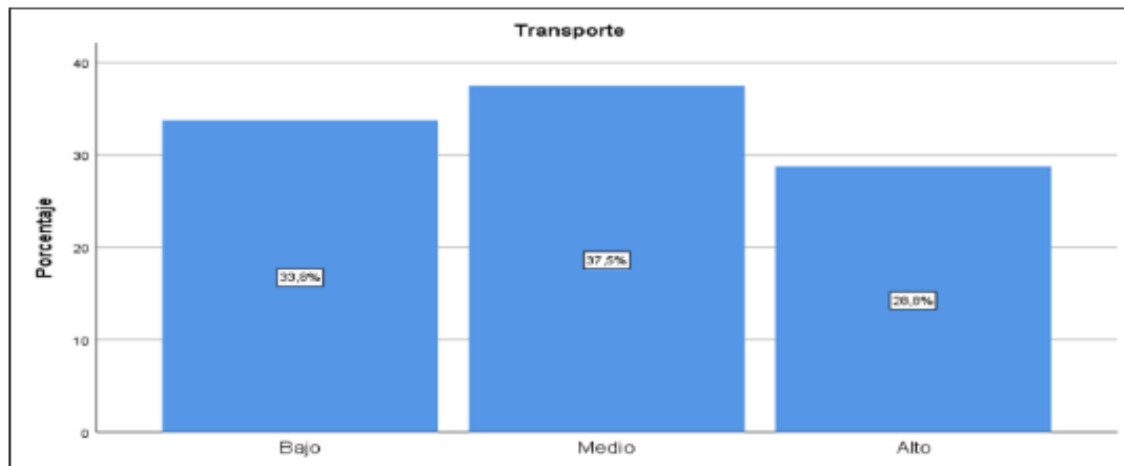


Se observa que el 33.8% de los encuestados manifestó que las actividades de distribución tienen un bajo nivel de desempeño. Un 41.3% en cambio indicó que percibe que la gestión de distribución tiene un nivel medio de desempeño y el 25% afirmó que este proceso se realiza con un alto nivel de eficiencia.

Dimensión gestión de transporte

Figura 5

Niveles de la Dimensión gestión de transporte

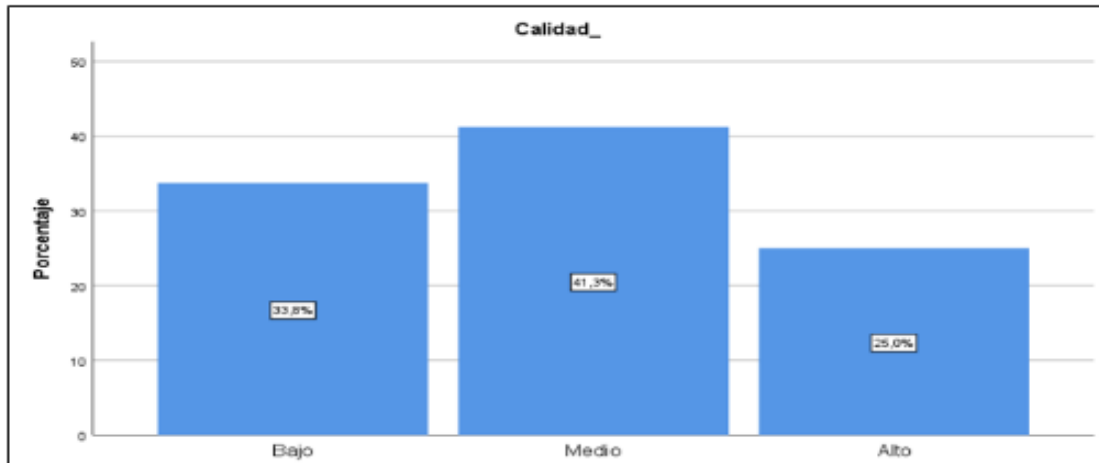


El resultado indica que el 33.8% manifestó que el transporte tiene un bajo nivel de desempeño. Un 37.5% en cambio indicó que percibe que la gestión de transporte tiene un nivel medio de desempeño y el 28.8% afirmó que la gestión de transporte tiene alto nivel de eficiencia.

Variables calidad de servicio

Figura 6

Niveles de la variable calidad de servicio

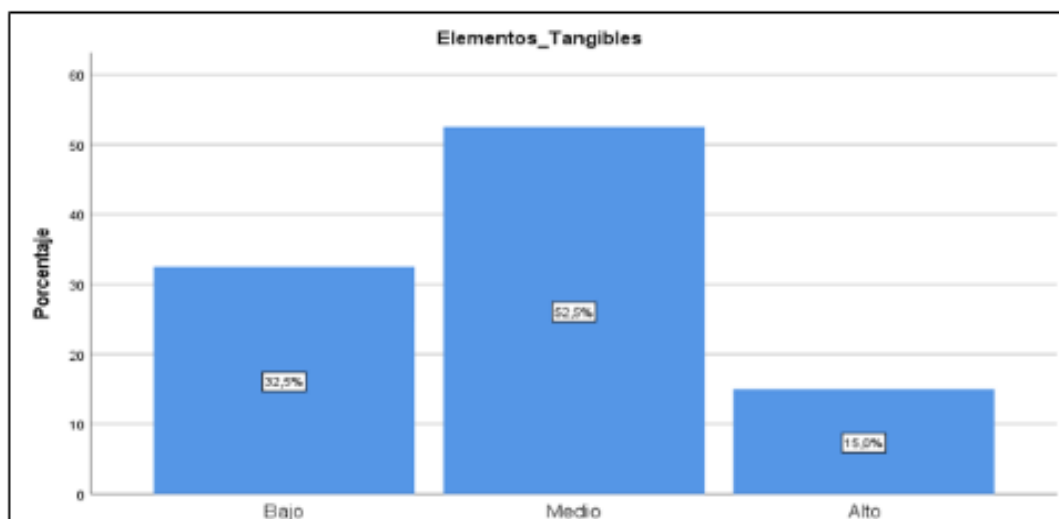


El 33.6% de los encuestados manifestó que la calidad de servicio es de bajo nivel y los clientes no están satisfechos. Un 41.3% en cambio indicó que percibe que la calidad de servicio tiene un nivel medio ya que los clientes están medianamente satisfechos y el 25% afirmó que la calidad de servicio tiene alto nivel y los clientes están satisfechos.

Dimensión elementos tangibles

Figura 7

Niveles de la Dimensión elementos tangibles

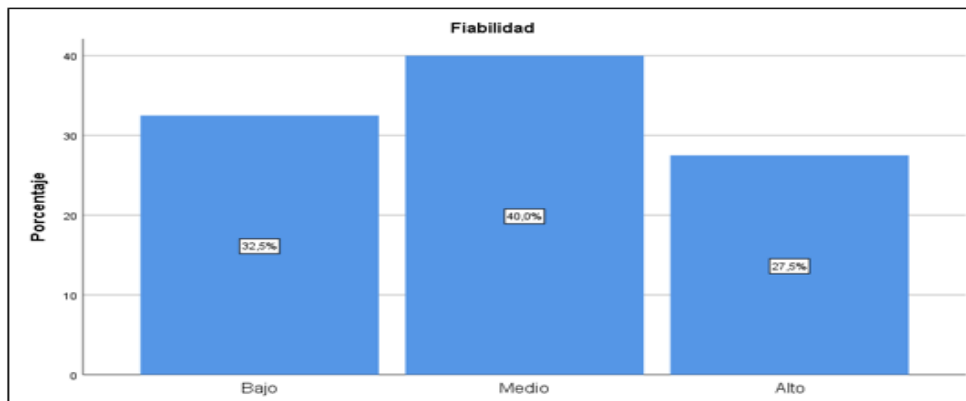


El 32.5% manifestó que los elementos tangibles como los productos, folletos de la empresa tiene un bajo nivel y los clientes perciben una baja calidad. Un 52.5% en cambio indicó que percibe un nivel de medio de presentación y el 15% afirmó que los elementos tangibles son muy atractivos para los clientes.

Dimensión fiabilidad

Figura 8

Niveles de la Dimensión fiabilidad

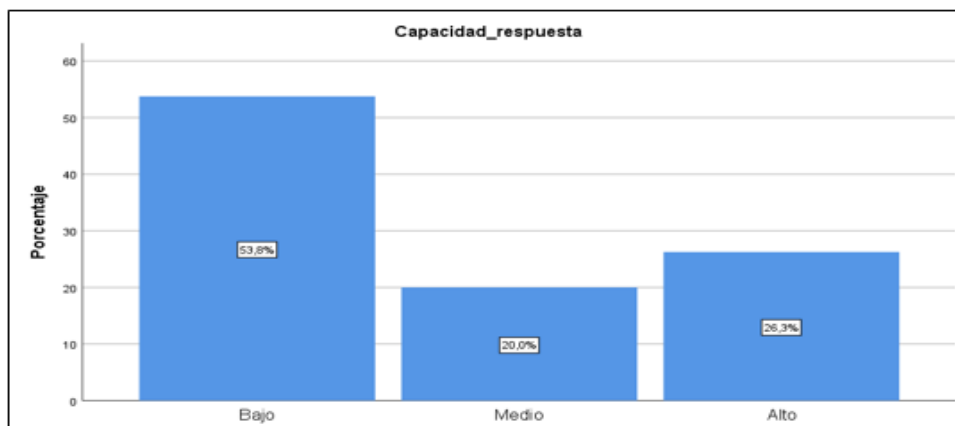


El resultado indica que el 32.5% de los encuestados manifestó que fiabilidad tienen un bajo nivel con respecto a la calidad de los productos. Un 40% en cambio indicó que percibe que los productos que ofrece la empresa presentan un nivel medio de confiabilidad y el 27.5% afirmó que los productos son altamente confiables.

Dimensión capacidad de respuesta

Figura 9

Niveles de la Dimensión capacidad de respuesta

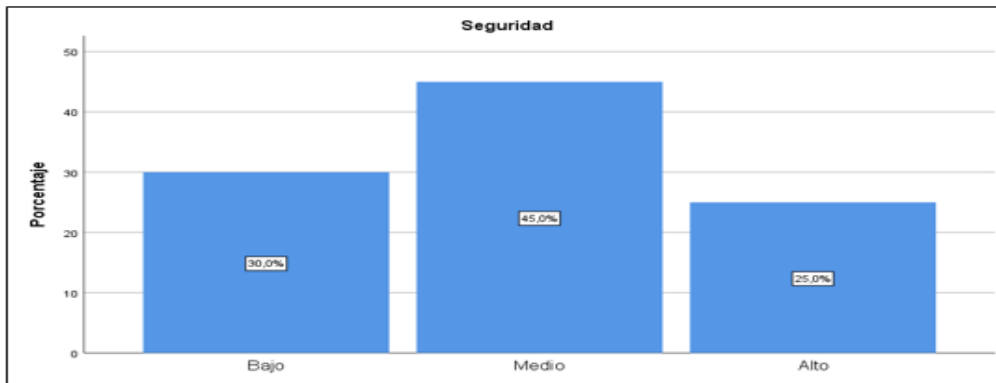


El resultado indica que el 53.8% de los encuestados manifestó que la rapidez en las respuestas de la empresa para atender a sus clientes es baja. Un 20% en cambio indicó que la respuesta en la atención es media y el 26.3% afirmó que la empresas presenten una alta capacidad para atender a sus clientes.

Dimensión seguridad

Figura 10

Niveles de la Dimensión seguridad

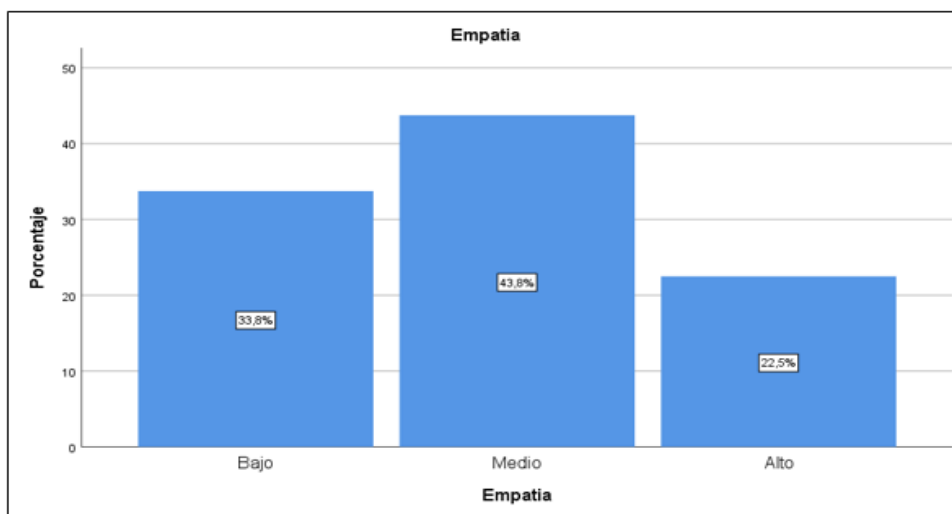


El 30% de los encuestados manifestó que la seguridad que la empresa a sus clientes es baja. Un 45% en cambio indicó que la seguridad que la empresa a sus clientes es media y el 25% afirmó que la seguridad que la empresa a sus clientes es alta.

Dimensión empatía

Figura 11

Niveles de la dimensión empatía



El resultado indica que el 33.8% de los encuestados manifestó que la empresa atiende con baja empatía a sus clientes. Un 43.8% en cambio indicó que la empresa atiende con una empatía de nivel medio a sus clientes y el 22.5% afirmó que la empresa atiende con una alta empatía a sus clientes.

3.2. Análisis de normalidad de las variables

Tabla 5

Pruebas de normalidad de las variables

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Logística	,139	132	,001
Calidad de servicio	,143	132	,000

Los resultados arrojaron valor de sig. = ,001 y sig. = ,000 para las variables respectivamente, las cuales son menores a $p = 0.05$; por lo tanto se infiere que los datos no tienen una distribución normal. Por ello se utilizó el indicador Rho de Spearman para las pruebas correlacionales

3.4 Objetivo general: Determinar la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio

Tabla 6

Correlación entre gestión logística y calidad de servicio

		Gestión logística	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Gestión logística	1,000	,924**
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	132	132
Calidad de servicio	Calidad de servicio	,924**	1,000
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	132	132

Se halló un valor sig. = 0,000 y es menor que $p < 0,05$, por lo que se aceptó la hipótesis alterna. Este hallazgo indica que la gestión logística y la calidad de servicio presentan una relación muy alta en una empresa editorial, Lima 2023

El valor de 0,924 significa una sugiere cuando la gestión logística mejora, la calidad del servicio también tiende a mejorar significativamente. En otras palabras, cuando se implementan prácticas de gestión logística más efectivas, es probable la calidad en el servicio prestado aumente de manera considerable. La alta correlación sugiere que la gestión logística, en sus diferentes aspectos, juega un papel crucial en la determinación de la calidad del servicio en tu contexto de estudio.

3.4 Objetivo específico 1: Determinar la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

Tabla 7

Correlación entre gestión de compras y la calidad de servicio

		Gestión de compras	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Gestión de compras	1,000	,863**
	Coefficiente de correlación	.	,000
	Sig. (bilateral)	132	132
Calidad de servicio	Calidad de servicio	,863**	1,000
	Coefficiente de correlación	,000	.
	Sig. (bilateral)	132	132
	N	132	132

Se halló un valor sig. = 0,000 y es menor que $p < 0,05$, aceptándose la hipótesis 1. Es decir, existe una alta relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

El valor de correlación de 0,863 sugiere que, cuando la gestión de compras se efectúa de forma efectiva, la calidad del servicio tiende a ser más alta. Este resultado subraya que una gestión de compras adecuada en el contexto de la calidad del servicio. Es decir, cómo

una organización selecciona, evalúa y adquiere productos o servicios a través de sus compras puede tener un impacto positivo en la percepción de calidad que tienen sus clientes o usuarios.

3.5 Objetivo específico 2: Determinar la relación significativa entre la gestión de distribución y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

Tabla 8

Correlación de Spearman de gestión de distribución y la calidad de servicio

		Gestión de distribución	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Gestión de distribución	1,000	,754**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	132
Calidad de servicio	Calidad de servicio	,754**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	132

Se halló un valor sig. = 0,000 y es menor que $p < 0,05$, por lo que se aceptó la hipótesis

2. Es decir, existe una relación fuerte entre la gestión de distribución y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

En otras palabras, cuando la gestión de distribución se realiza de manera efectiva, es más probable que la calidad del servicio sea alta. Este resultado destaca la importancia de la gestión de distribución en la determinación de la calidad del servicio en la organización en estudio. Cómo se gestionan aspectos como la distribución anticipada y el cumplimiento de los horarios programados puede influir significativamente en cómo se percibe la calidad del servicio por parte de los clientes o usuarios.

3.6 Objetivo específico 3: Determinar la relación significativa entre la gestión de transporte y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

Tabla 9

Correlación de Spearman de gestión de transporte y la calidad de servicio

		Gestión de transporte	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Gestión de transporte	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,894**
		N	132
Calidad de servicio	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,894**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	132

Se halló un valor sig. = 0,000 y es menor que $p < 0,05$, aceptándose la hipótesis 3. Es decir, existe una alta relación entre la gestión de transporte y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023. El valor de correlación de 0,894 sugiere que, cuando la gestión de transporte se lleva a cabo de manera efectiva, es altamente probable que la calidad del servicio sea alta. Este resultado subraya la importancia crítica de la gestión de transporte en la determinación de la calidad del servicio de la empresa hacia sus clientes. Cómo se gestionan aspectos como el transporte anticipado, el cumplimiento de horarios programados y la llegada en los tiempos establecidos puede influir de manera significativa en cómo se percibe la calidad del servicio por parte de los clientes.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

De acuerdo a la hipótesis general, la gestión logística presenta una alta relación con la calidad de servicio, ya que la prueba de correlación arrojó un valor de 0.924 que el 45% de trabajadores considera la gestión ya actividades logísticas pueden mejora en cuanto a coordinación entre el personal y enfoque en el servicio al cliente para deducir alguna queja. Asimismo, Caldas (2023), obtuvo una alta relación con las mismas variables con una prueba de correlación de 0.771 y con un 55% de trabajadores que percibieron una gestión logística deficiente porque no hay integración de los equipos de trabajo y la tecnología utilizada no ayuda a acelerar la generación de información. De manera similar Sotomayor (2022) obtuvo una alta relación con las mismas variables con una prueba de correlación de 0.885 y con un 34% de trabajadores que percibieron una gestión logística tiene una eficiencia de nivel medio porque las compras no se realizan según lo programado y los materiales no están en el tiempo que se requieren. De acuerdo con David (2016) una gestión logística eficiente garantiza que los productos estén disponibles cuando y donde los clientes los necesitan. Cuando los productos llegan puntualmente y se encuentran en stock, los clientes experimentan menos demoras y una mayor conveniencia, lo que mejora significativamente su satisfacción. También Coyle et al., (2018) afirmaron que una gestión logística efectiva tiene un impacto directo en la reducción de costos operativos, lo que puede traducirse en precios más competitivos para los clientes. La minimización de desperdicios y la gestión eficaz de la cadena de suministro pueden ayudar a mantener los precios de los productos o servicios atractivos para los consumidores.

De acuerdo con la hipótesis específica 1, la gestión de compras presenta una relación fuerte y significativa con la calidad de servicio, ya que la prueba de correlación arrojó un valor de 0.863 que el 45% de trabajadores considera la gestión de compras pueden mejorar con mejores negociaciones con los proveedores y conseguir mejores precios. Asimismo,

Turpo y Valencia (2024) obtuvo una alta relación con las mismas variables con una prueba de correlación de 0.779 lo que indica que la empresa requiere alta disponibilidad de sus proveedores para hacer llegar los insumos porque la demanda se ha incrementado. De manera similar Cárdenas (2021), obtuvo una alta relación con las mismas variables con una prueba de correlación de 0.835 lo que indica que la institución debe realizar controles más estrictos a las fechas en las cuales se realizar las compras para no quedar desabastecidos e materiales para las áreas administrativas. De acuerdo a David (2016), la gestión de compras desempeña un papel crítico en la calidad del servicio a los clientes, ya que incide directamente en la disponibilidad y calidad de los productos que una empresa puede ofrecer. Una gestión de compras eficiente implica la adquisición de insumos, materias primas y productos terminados en el momento adecuado y al mejor precio posible. También Coyle et al., (2018) afirmaron que cuando los productos o servicios se adquieren de manera oportuna, se asegura que estén disponibles para satisfacer la demanda de los clientes, evitando retrasos o interrupciones en la entrega, lo que mejora la experiencia del cliente.

De acuerdo con la hipótesis específica 2, la gestión de distribución presenta una relación fuerte y significativa con la calidad de servicio, ya que la prueba de correlación arrojó un valor de 0.754 que el 41.3% de trabajadores considera la distribución de los productos de la editorial puede mejorarse a trapes de un sistema digital para conocer las rutas más rápidas o descongestionadas para realizar la distribución en menor tiempo. Asimismo, Santisteban y Ventura (2020), obtuvieron una relación considerable con las mismas variables con una prueba de correlación de 0.687 lo que indica que la distribución de la institución puede mejorar, pero con unidades de transporte operativas para que no haya retraso por desperfectos mecánicos. De manera similar Campaña (2022) obtuvo una alta relación con las mismas variables con una prueba de correlación de 0.698 lo que indica que la empresa puede mejorar su distribución con un mejor conocimiento de las rutas por parte de su personal,

ya que existe alta rotación y muchos de ellos desconocen las rutas alternas para distribuir en menor sus productos. De acuerdo con David (2016) la gestión de distribución garantiza que los productos lleguen a su destino final de manera puntual y en óptimas condiciones. Una distribución eficiente implica planificar rutas de entrega efectivas, coordinar la logística de transporte y supervisar la entrega en tiempo real. También Coyle et al., (2018) afirmaron que cuando los productos son entregados según lo programado, los clientes experimentan menos demoras y disfrutan de una experiencia más conveniente, lo que mejora su satisfacción y confianza en la empresa.

De acuerdo a la hipótesis específica 3, la gestión de transporte presenta una relación fuerte y significativa con la calidad de servicio, ya que la prueba de correlación arrojó un valor de 0.894 que el 37.5% de trabajadores considera el transporte de los productos puede mejorar en de una estrategia de distribución, donde se tome en cuenta tanto los puntos más lejanos y cercanos y optimizar el transporte. Asimismo, Caldas (2023), obtuvo una alta relación con las mismas variables con una prueba de correlación de 0.771 lo que indica que el transporte, al ser externo, no está alineado con las horas de entrega acordadas con el cliente y existen demoras en las entregas. De manera similar Sotomayor (2022) obtuvo una relación alta con las mismas variables con una prueba de correlación de 0.885 lo que indica que la empresa puede mejora la calidad de servicio mejorando el aspecto interno y externo de sus unidades, ya que no se realiza limpieza adecuada. De acuerdo a David (2016) un transporte eficiente implica planificar rutas óptimas, coordinar los vehículos y conductores de manera efectiva, y garantizar que los envíos se entreguen en los tiempos establecidos. También Coyle et al., (2018) afirmaron que cuando los productos llegan a tiempo y en condiciones óptimas, los clientes experimentan menos retrasos y problemas, lo que mejora su satisfacción y confianza en la empresa.

Limitaciones

Una limitación clave del estudio se relaciona con la aplicación de cuestionarios, dado que los trabajadores estaban ocupados en la distribución de productos, el proceso de recolección de datos experimentó demoras significativas. Los horarios de trabajo apretados y las actividades de distribución dificultaron la disponibilidad de los trabajadores para completar los cuestionarios de manera oportuna. Otra limitación estuvo relacionada con la validación de expertos, debido a la disponibilidad de especialistas. La revisión y validación por parte de expertos son cruciales para garantizar la calidad y la relevancia de los cuestionarios y los métodos de investigación. Sin embargo, la disponibilidad limitada de expertos resultó en demoras en el proceso de validación.

Estas limitaciones afectaron no solo el tiempo de recolección de datos, sino también la representatividad de las respuestas en ciertos momentos del proceso. La carga laboral y los compromisos de distribución generaron interrupciones en la disponibilidad de los trabajadores, lo que pudo haber influido en su atención y disposición para responder con precisión a los cuestionarios. Esto posiblemente introdujo un sesgo de respuesta en los datos recolectados, dado que algunos empleados completaron el cuestionario en momentos de presión laboral. Además, la limitación relacionada con la validación de expertos no solo retrasó la implementación de los instrumentos, sino que también restringió la posibilidad de ajustes metodológicos tempranos, lo cual podría haber optimizado la calidad de los cuestionarios. Estas limitaciones, entonces, influyeron en el flujo de trabajo de la investigación, tanto en la fase de recolección como en el análisis de datos, al aumentar la complejidad en la interpretación y confiabilidad de algunos resultados.

Implicancias Teóricas: Las implicancias teóricas de esta tesis radican en el aporte que realiza al conocimiento existente sobre la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio en el contexto de las empresas editoriales. Este estudio amplía la comprensión

sobre cómo los procesos logísticos impactan en la percepción del servicio por parte de los clientes, proporcionando evidencia empírica que respalda la importancia de integrar estrategias logísticas efectivas como parte fundamental del modelo de negocio. Además, los resultados pueden servir como base para futuras investigaciones que busquen desarrollar marcos conceptuales más sólidos sobre el tema, aplicables no solo al sector editorial, sino también a otros sectores con necesidades similares de distribución y atención al cliente. Este trabajo también contribuye al desarrollo de teorías que aborden la interrelación entre variables operativas y resultados percibidos en el servicio, fortaleciendo las bases teóricas para investigaciones futuras.

Implicancias Metodológicas: La investigación resalta la importancia de utilizar pruebas de correlación como herramienta metodológica para analizar las relaciones entre variables. Esto debe ser tomado en cuenta por otros investigadores al aplicar métodos estadísticos similares en estudios relacionados con gestión logística y calidad de servicio. El uso de cuestionarios para obtener las opiniones de los trabajadores sugiere que esta metodología es efectiva para recopilar datos primarios sobre percepciones y experiencias. Las implicancias metodológicas incluyen la recomendación de diseñar cuestionarios específicos y accesibles para los trabajadores, lo que puede ser útil para futuras investigaciones en contextos similares.

Implicancias Prácticas: Estas implicancias destacan la importancia de optimizar los procesos logísticos para mejorar la calidad del servicio en la empresa editorial. Los hallazgos pueden guiar la implementación de estrategias específicas, como la adopción de un sistema de gestión de inventarios en tiempo real, que permita a los trabajadores conocer la disponibilidad de productos de forma inmediata, agilizando la respuesta a las demandas de los centros educativos. Asimismo, se recomienda la planificación de rutas de distribución más eficientes y la programación de horarios de entrega que minimicen la carga de trabajo

en horas pico, lo cual reduciría demoras y elevaría la satisfacción del cliente. Otra estrategia práctica es la capacitación continua del personal en el uso de herramientas tecnológicas que faciliten la coordinación entre las áreas de logística y distribución, asegurando una mayor precisión y rapidez en cada etapa del proceso logístico. Estas mejoras no solo fortalecerían la calidad del servicio, sino que también optimizarían el uso de recursos, incrementando la eficiencia operativa de la empresa.

Conclusiones

El presente estudio analizó la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio encontrando una alta relación con un indicador $\rho = 0.924$. Esto implica que la gestión logística de la empresa está relacionada con la calidad del producto final, para ello debe asegurar que los productos lleguen en condiciones óptimas, ya que la gestión logística es esencial para brindar una experiencia de cliente de alta calidad al garantizar la disponibilidad, la eficiencia y la calidad del producto.

Conforme a los resultados estadísticos, se determinó una alta relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio, encontrando un indicador $\rho = 0.863$. Esto implica que la gestión de compras de la empresa debe ser eficiente para asegurar la disponibilidad y calidad de los insumos, lo que a su vez asegura la producción de los productos editoriales y por ende la satisfacción del cliente y la competitividad de la empresa en el mercado.

Conforme a los resultados estadísticos, se determinó una alta relación entre la gestión de distribución y la calidad de servicio, encontrando un indicador $\rho = 0.754$. Esto implica que si la gestión de distribución no mejora impactará directamente en la experiencia de los clientes. Si esta situación mejora, puede fomentar la lealtad del cliente.

Conforme a los resultados estadísticos, se determinó una alta relación entre la gestión de transporte y la calidad de servicio, encontrando un indicador $\rho = 0.894$. Esto implica que la gestión de transporte de la empresa debe ser capaz de rastrear y monitorear los envíos,

brindando a los clientes una mayor transparencia y confianza en el proceso de entrega. La gestión de transporte es esencial para garantizar la calidad del servicio al asegurar la puntualidad, la integridad y la transparencia en la entrega de productos, lo que a su vez mejora la satisfacción y la fidelidad del cliente.

Recomendaciones

Implementar un sistema de gestión logística integrado que permita un seguimiento en tiempo real de inventarios, rutas de distribución y flota de transporte. Esto mejorará la visibilidad y la coordinación de todas las operaciones logísticas, lo que conducirá a una mayor eficiencia y entregas más puntuales, lo que a su vez mejorará la calidad del servicio para los clientes.

Establecer relaciones sólidas relaciones con proveedores estratégicos y evaluar proveedores alternativos, para garantizar un flujo constante de materias primas y materiales y reducir la dependencia de un solo proveedor. Además, se debe considerar la implementación de sistemas de gestión de compras automatizados que puedan rastrear los niveles de inventario en tiempo real y generar pedidos de reposición de manera eficiente. Esto ayudará a evitar retrasos en la producción y asegurará que los productos estén disponibles para satisfacer la demanda de los clientes.

Optimizar las rutas de distribución utilizando herramientas de planificación y tecnología de rastreo para identificar rutas más eficientes y reducir los tiempos de distribución. Se debe asegurar de que el almacén de distribución tenga un inventario adecuado para evitar agotamientos de productos y garantizar que los productos estén disponibles para los clientes cuando los necesitan. Además, se debe considerar estrategias de distribución más flexibles, como entregas exprés para satisfacer las diferentes necesidades de los clientes.

Implementar un programa de mantenimiento preventivo para la flota de transporte y enfocarse en capacitar a los conductores en prácticas seguras de transporte. Mantener los vehículos en condiciones óptimas reduce la probabilidad de averías y retrasos en las entregas, lo que contribuye a la puntualidad y la calidad del servicio.

Referencias

- Bahamdain, A., Alharbi, Z. H., Alhammad, M. M., & Alqurashi, T. (2022). Analysis of Logistics Service Quality and Customer Satisfaction during COVID-19 Pandemic in Saudi Arabia. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 13(1). <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2022.0130121>
- Caldas Mendiola, J. M. (2023). *Gestión logística y calidad de servicio en una empresa molinera, Lambayeque 2023* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/123555>
- Campana Segura, M. J. (2022). Gestión logística y Calidad de servicio en el personal de la Droguería ERS BIOHEM E.I.R.L., Chiclayo 2022. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/102333>
- Cárdenas Damiano, Y. (2021). *Gestión logística y calidad de servicio en la unidad de logística de la Municipalidad Provincial de Andahuaylas 2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/103718>
- Cheung, K.-F., Bell, M. G. H., & Bhattacharjya, J. (2021). Cybersecurity in logistics and supply chain management: An overview and future research directions. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 146, 102217. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.102217>
- Dabees, A., Barakat, M., Elbarky, S. S., & Liseć, A. (2023). A Framework for Adopting a Sustainable Reverse Logistics Service Quality for Reverse Logistics Service Providers: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15031755>

- David, P. A. (2016). *Logística internacional: administración de las operaciones de comercio internacional*. Cengage Learning.
- Diario El Peruano (2022, enero 23). *Perspectivas 2022 en el mercado mundial de la gestión y la logística*. Recuperado 10 de junio de 2023, de <https://elperuano.pe/noticia/137922-perspectivas-2022-en-el-mercado-mundial-de-la-gestion-y-la-logistica>
- Ercan, E., & Çelik, M. (2022). Logistics Flexibility, Relationship Flexibility, and Logistics Service Quality: The Moderating Role of Environmental Uncertainty. *International Journal of Management Studies*, 29(1), 1-36. <https://doi.org/10.32890/ijms2022.29.1.1>
- ESAN (2023). *¿Cuál es el panorama del sector logístico en el Perú al cierre del 2021?* | *Conexión ESAN*. Recuperado 10 de junio de 2023, de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/cual-es-el-panorama-del-sector-logistico-en-el-peru-al-cierre-del-2021>
- Gupta, A., Singh, R. K., Mangla, S. K. (2022). Evaluation of logistics providers for sustainable service quality: Analytics based decision making framework. *Annals of Operations Research*, 315(2), 1617-1664. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03913-0>
- Gutiérrez, F. Á. López, G. A. & Quintero, J. C. (2020). *Metodología de la investigación científica en las ciencias económicas y administrativas: indicaciones para el estudio, sistema de tareas y casos de estudio*. Editorial Universo Sur
- Kadłubek, M., Thalassinos, E., Domagała, J., Grabowska, S., & Saniuk, S. (2022). Intelligent Transportation System Applications and Logistics Resources for Logistics Customer Service in Road Freight Transport Enterprises. *Energies*, 15(13). <https://doi.org/10.3390/en15134668>

- Knop, K. (2019). Evaluation of quality of services provided by transport & logistics operator from pharmaceutical industry for improvement purposes. *Transportation Research Procedia*, 40, 1080-1087. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2019.07.151>
- Lerma Kirchner, A. E., Márquez Castro, E. (2020). *Comercio y marketing internacional*. Cengage Learning.
- Martínez Ruiz, H. (2018). *Metodología de la investigación*. Cengage Learning.
- Michalski, M., & Montes-Botella, J. L. (2022). Logistics service quality in an emergent market in Latin America. *International Journal of Logistics Management*, 33(1), 79-101. <https://doi.org/10.1108/IJLM-11-2020-0433>
- Pei-Ju, W., Liang-Tay, L., & Chi-Chang, H. (2022). Diagnosing the service quality of perishable-food logistics: Temperature-sensitive milk delivery. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(9), 1943-1955. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2021-0255>
- Qureshi, M. R. (2022). A Bibliometric Analysis of Third-Party Logistics Services Providers (3PLSP) Selection for Supply Chain Strategic Advantage. *Sustainability*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141911836>
- Santisteban Alvitres, M. I., & Ventura Chavez, P. P. (2020). *Gestión logística y calidad de servicio de la unidad logística de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, año 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/67104>
- Sotomayor Lopez, R. C. (2022). *Gestión logística y calidad de servicio en la empresa Factoría Alvarado SAC, Chimbote, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/83263>

- Su, D. N., Nguyen-Phuoc, D. Q., Duong, T. H., Dinh, M. T. T., Luu, T. T., & Johnson, L. (2022). How does quality of mobile food delivery services influence customer loyalty? Gronroos's service quality perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(11), 4178-4205. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2021-1039>
- Turpo Aragon, L. F., & Valencia Alponete, A. L. (2024). *Gestión logística de y calidad servicio en la Empresa Silver Lake SAC Ilo 2024* [Tesis de pregrado, Universidad José Carlos Mariátegui]. Repositorio Universidad José Carlos Mariátegui. <https://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/2712>
- Yanginlar, G., & Gül, S. (2022). An EFQM-Based Self-Assessment Method for Railway Transportation Service Quality: An Application With Intuitionistic Fuzzy AHP. *Ege Akademik Bakis*, 22(4), 371-391. <https://doi.org/10.21121/eab.1008669>
- Zúñiga Correa, S. (2018). *La gestión logística y la calidad de servicio en los colaboradores de la empresa Transa S.A, Ate 2018*. Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24563>

Anexos

ANEXO N°1: Matriz de Consistencia

“GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA EDITORIAL, LIMA 2023”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES / INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación entre el la gestión logística y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023?	Determinar la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023	H1: Sí existe una relación significativa entre la gestión logística y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023. H0: No existe una relación significativa entre la gestión logística y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.	Gestión logística	<u>Gestión de compras</u> <ul style="list-style-type: none"> Ejecución del plan de compras Impacto en la productividad Compras oportunas Recepción de productos Búsqueda de proveedores <u>Gestión de distribución</u> <ul style="list-style-type: none"> Distribución según programa Productos en excelente estado 	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN <ul style="list-style-type: none"> Cuantitativo TIPO DE INVESTIGACIÓN <ul style="list-style-type: none"> Descriptiva DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN <ul style="list-style-type: none"> No experimental – transversal POBLACIÓN
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS			

Determinar la relación entre la gestión de compras y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

Determinar la relación entre la gestión de distribución y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

Determinar la relación entre la gestión de transporte y la calidad de servicio en una empresa editorial, Lima 2023.

- Eficiencia de la distribución 80 trabajadores
- Unidades operativas para distribución MUESTRA
- Gestión de transporte Censal
- Programación de transporte INSTRUMENTO
- Transporte según lo programado • Encuesta TÉCNICA DE PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
- Cumplimiento de tiempos • Programa SPSS
- Satisfacción del cliente con el producto
- Satisfacción del cliente con el tiempo

Calidad de servicio

Elementos tangibles

- Equipos modernos
- Instalaciones adecuadas
- Personal presentable
- Materiales atractivos

Elementos tangibles

- Cumplimiento
- Solución de problemas
- Buen servicio a la primera vez
- Entregas según tiempo acordado
- Cero errores
- Comunicación con el cliente

Capacidad de respuesta

- Servicio rápido
- Ayuda a clientes
- Disponibilidad del personal

Seguridad

- Confianza
- Transacciones seguras
- Amabilidad
- Conocimiento
- Atención personal

Empatía

- Horario conveniente

- Preocupación por el cliente
- Atención personalizada
- Comprensión de necesidades

ANEXO N°2: Operacionalización de variables

Variables	Definición de Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	ITEMS	Niveles	Escala de Medición
GESTIÓN LOGÍSTICA	David (2016) conceptualiza a la gestión logística como el gobierno de las funciones de gestión de la cadena de suministro que ayuda a las organizaciones a planificar, gestionar e implementar procesos para mover y almacenar mercancías.	La gestión logística permite abastecer de insumos, productos y servicios a la empresa de manera sostenida.	Gestión de compras	• Ejecución del plan de compras	1	1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				• Impacto en la productividad	2		
				• Compras oportunas	3		
				• Recepción de productos	4		
				• Búsqueda de proveedores	5		
			Gestión de distribución	• Programa de distribución oportuna	6		
				• Distribución según programa	7		
				• Eficiencia de la distribución	8		
				• Unidades operativas para distribución	9		
			Gestión de transporte	• Programación de transporte	10		
				• Transporte según lo programado	11		
				• Cumplimiento de tiempos	12		
				• Satisfacción del cliente con el producto	13		
				• Satisfacción del cliente con el tiempo	14		
CALIDAD DE SERVICIO	Lerma y Márquez (2020) definen la calidad de servicio como el límite de las expectativas ya que los usuarios que prueban la dulzura de los servicios de clase mundial esperan lo mismo de otras organizaciones. Las expectativas allanan los caminos para la satisfacción o la insatisfacción.	La calidad de servicio es la media en la que los clientes evalúan un producto o servicio, después de compararlos con sus expectativas	Elementos tangibles	• Equipos modernos	1	1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				• Instalaciones adecuadas	2		
				• Personal presentable	3		
			Fiabilidad	• Materiales atractivos	4		
				• Cumplimiento	5		
				• Solución de problemas	6		
				• Buen servicio a la primera vez	7		
				• Entregas según tiempo acordado	8		
				• Cero errores	9		
			Capacidad de respuesta	• Comunicación con el cliente	10		
				• Servicio rápido	11		
				• Ayuda a clientes	12		
				• Disponibilidad del personal	13		
			Seguridad	• Confianza	15		
				• Transacciones seguras	15		
				• Amabilidad	16		
				• Conocimiento	17		
				• Atención personal	18		

“Gestión logística y la calidad de servicio en
una empresa editorial, Lima 2023”

Empatía	• Horario conveniente	19
	• Preocupación por el cliente	20
	• Atención personalizada	21
	• Comprensión de necesidades	22

ANEXO N°3: Instrumento para la variable Gestión logística

Gestión logística					
Ítems	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
Gestión de compras					
1) ¿La gestión de compras se ejecuta según el plan de compras programado?					
2) ¿Una eficiente gestión de compras tiene un impacto positivo en la productividad del área de almacén?					
3) ¿Las compras se realizaron oportunamente y según fechas planificadas?					
4) ¿Los productos recepcionados llegaron según los requerimientos realizados?					
5) ¿Consideras que el proceso de búsqueda de proveedores es el adecuado para la empresa?					
Gestión de distribución					
6) La programación de la distribución se realiza anticipadamente					
7) La distribución se ejecuta según los tiempos programados					
8) Se cumplen con distribuir todos los productos, según las rutas establecidas					
9) Las unidades están operativas para la distribución y transporte					
Gestión de transporte					
10) El proceso de transporte se ejecuta según lo programado					
11) El productos transportados llegan en excelentes condiciones					
12) El transporte llega al cliente o al punto acordado en los tiempos establecidos					
13) El cliente está satisfecho con el producto					
14) El cliente está satisfecho con el tiempo de entrega					

ANEXO N°4: Instrumento para la variable Calidad de servicio

Ítems	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
Elementos tangibles					
1) La empresa tiene equipos de apariencia moderna					
2) Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas					
3) Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.					
4) Los elementos materiales (folletos y similares) son visualmente atractivos.					
Fiabilidad					
5) Cuando la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, realmente lo cumple					
6) Cuando tengo algún problema con el servicio o producto, la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo					
7) La empresa realiza bien el servicio la primera vez					
8) La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido					
9) La empresa de servicios brinda su servicio sin cometer errores					
10) Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.					
Capacidad de respuesta					
11) La empresa y su personal ofrecen un servicio rápido.					
12) La empresa y su personal siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes					
13) Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.					
Seguridad					
14) El comportamiento de los empleados de la empresa transmite confianza a sus clientes					
15) Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa de servicios					
16) Los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes					
17) Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes					
18) La empresa le brinda atención individualizada					

Empatía					
19) El horario de atención del servicio le resulta conveniente					
20) El personal se preocupa por los intereses del cliente					
21) El personal brinda atención personalizada a cada cliente					
22) Los empleados comprenden sus necesidades específicas					

ANEXO N°5: Validación de instrumentos

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: “GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA EDITORIAL, LIMA 2023”

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de la tesis “**GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA EDITORIAL, LIMA 2023**”

En ese sentido, solicito pueda evaluar los ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

Nombre y Apellido	LUZ ANGELITA MONCADA VERGARA		
Sexo:	Varón	Mujer X	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	23		
Grado académico:	Bachiller	Magister X	Doctor
Área de Formación académica	Clínica	Educativa	Social
	Organizacional X	Otro:	
Áreas de experiencia profesional			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a mas X

II. Breve explicación del constructo

David (2016) conceptualiza a la gestión logística como el gobierno de las funciones de gestión de la cadena de suministro que ayuda a las organizaciones a planificar, gestionar e implementar procesos para mover y almacenar mercancías.

Lerma y Márquez (2020) definen la calidad de servicio como el límite de las expectativas ya que los usuarios que prueban la dulzura de los servicios de clase mundial esperan lo mismo de otras organizaciones. Las expectativas allanan los caminos para la satisfacción o la insatisfacción.

III. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial e importante, se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante” (puntaje 0), “poco relevante para evaluar” (puntaje 1), “relevante” (puntaje 2) y “completamente relevante” (puntaje 3).

	<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i> <i>Totalmente relevante</i>	<i>Relevante</i>	
0		1	2	3 X

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la categoría que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem “No es coherente” (puntaje 0), “poco coherente” (puntaje 1), “coherente” (puntaje 2) y es “totalmente coherente” (puntaje 3).

<i>Nada coherente</i>	<i>Poco coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente coherente</i>
0	1	2	3 X

c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada Claro” (punto), “medianamente claro” (puntaje 1), “claro” (puntaje 2), “totalmente claro” (puntaje 3)

<i>Nada claro</i>	<i>Poco claro</i>	<i>Claro</i>	<i>Totalmente claro</i>
0	1	2	3 X

	ITEMS	Relevancia				Coherente				Claridad				Sugerencias			
	CALIDAD DE SERVICIO																
N°	DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES																
1	La empresa tiene equipos de apariencia moderna	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
2	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
3	Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
4	Los elementos materiales (folletos y similares) son visualmente atractivos.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
N°	DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD																
5	Cuando la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, realmente lo cumple	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
6	Cuando tengo algún problema con el servicio o producto, la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
7	La empresa realiza bien el servicio la primera vez	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
8	La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
9	La empresa de servicios brinda su servicio sin cometer errores	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
10	Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
N°	DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA																
11	La empresa y su personal ofrecen un servicio rápido.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
12	La empresa y su personal siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
13	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
N°	DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD																
14	El comportamiento de los empleados de la empresa transmite confianza a sus clientes	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
15	Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa de servicios	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				

16	Los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
17	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
18	La empresa le brinda atención individualizada	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
N°	DIMENSIÓN 5: EMPATIA													
19	El horario de atención del servicio le resulta conveniente	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
20	El personal se preocupa por los intereses del cliente	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
21	El personal brinda atención personalizada a cada cliente	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
22	Los empleados comprenden sus necesidades específicas	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	

Las alternativas de respuesta van de 1 al 4 y tienen las siguientes expresiones:

1 2 3 4 5
 Nunca Casi Nunca En ocasiones Casi siempre Siempre



Firma del estudiante
Nombre:
DNI:

Firma del validador
Nombre: LUZ ANGELITA MONCADA VERGARA
DNI: 18110664

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: “GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA EDITORIAL, LIMA 2023”

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de la tesis **“GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA EDITORIAL, LIMA 2023”**

En ese sentido, solicito pueda evaluar los ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

Nombre y Apellido	JUAN MANUEL ALIAGA POLO		
Sexo:	Varón X	Mujer	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	23		
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor X
Área de Formación académica	Clínica	Educativa	Social
	Organizacional X	Otro:	
Áreas de experiencia profesional			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a mas X

II. Breve explicación del constructo

David (2016) conceptualiza a la gestión logística como el gobierno de las funciones de gestión de la cadena de suministro que ayuda a las organizaciones a planificar, gestionar e implementar procesos para mover y almacenar mercancías.

Lerma y Márquez (2020) definen la calidad de servicio como el límite de las expectativas ya que los usuarios que prueban la dulzura de los servicios de clase mundial esperan lo mismo de otras organizaciones. Las expectativas allanan los caminos para la satisfacción o la insatisfacción.

III. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial e importante, se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante” (puntaje 0), “poco relevante para evaluar” (puntaje 1), “relevante” (puntaje 2) y “completamente relevante” (puntaje 3).

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>
	<i>Totalmente relevante</i>	
0	1	2
		3 X

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la categoría que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem “No es coherente” (puntaje 0), “poco coherente” (puntaje 1), “coherente” (puntaje 2) y es “totalmente coherente” (puntaje 3).

<i>Nada coherente</i>	<i>Poco coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente coherente</i>
0	1	2	3 X

c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada Claro” (punto), “medianamente claro” (puntaje 1), “claro” (puntaje 2), “totalmente claro” (puntaje 3)

<i>Nada claro</i>	<i>Poco claro</i>	<i>Claro</i>	<i>Totalmente claro</i>
0	1	2	3 X

ITEMS		Relevancia				Coherente				Claridad				Sugerencias
GESTIÓN LOGÍSTICA														
N°	DIMENSIÓN 1: GESTIÓN DE COMPRAS													
1	¿La gestión de compras se ejecuta según el plan de compras programado?	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
2	¿Una eficiente gestión de compras tiene un impacto positivo en la productividad del área de almacén?	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
3	¿Las compras se realizaron oportunamente y según fechas planificadas?	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
4	¿Los productos recepcionados llegaron según los requerimientos realizados?	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
5	¿Consideras que el proceso de búsqueda de proveedores es el adecuado para la empresa?	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
N°	DIMENSIÓN 2: GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN													
6	La programación de la distribución se realiza anticipadamente	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
7	La distribución se ejecuta según lo programado	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
8	Se cumplen con distribuir todos los productos	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
9	Las unidades estén operativas para la distribución y transporte													
N°	DIMENSIÓN 3: GESTIÓN DE TRANSPORTE													
10	La programación del transporte se realiza anticipadamente	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
11	El proceso de transporte se ejecuta según lo programado	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
12	El transporte llega al cliente o al punto acordado en los tiempos establecidos	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
13	El cliente siempre está satisfecho con el producto	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
14	El cliente siempre está satisfecho con el tiempo de entrega	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	

Las alternativas de respuesta van de 1 al 5 y tienen las siguientes expresiones:

1 2 3 4 5
 Nunca Casi Nunca En ocasiones Casi siempre Siempre

ITEMS		Relevancia				Coherente				Claridad				Sugerencias			
CALIDAD DE SERVICIO																	
N°	DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES																
1	La empresa tiene equipos de apariencia moderna	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
2	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
3	Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
4	Los elementos materiales (folletos y similares) son visualmente atractivos.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
N°	DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD																
5	Cuando la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, realmente lo cumple	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
6	Cuando tengo algún problema con el servicio o producto, la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
7	La empresa realiza bien el servicio la primera vez	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
8	La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
9	La empresa de servicios brinda su servicio sin cometer errores	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
10	Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
N°	DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA																
11	La empresa y su personal ofrecen un servicio rápido.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
12	La empresa y su personal siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
13	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				
N°	DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD																
14	El comportamiento de los empleados de la empresa transmite confianza a sus clientes	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X				

15	Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa de servicios	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
16	Los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
17	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
18	La empresa le brinda atención individualizada	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
N°	DIMENSIÓN 5: EMPATIA													
19	El horario de atención del servicio le resulta conveniente	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
20	El personal se preocupa por los intereses del cliente	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
21	El personal brinda atención personalizada a cada cliente	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	
22	Los empleados comprenden sus necesidades específicas	0	1	2	3X	0	1	2	3X	0	1	2	3X	

Las alternativas de respuesta van de 1 al 4 y tienen las siguientes expresiones:

1 2 3 4 5
 Nunca Casi Nunca En ocasiones Casi siempre Siempre



 Firma del estudiante
 Nombre:
 DNI:

 Firma del validador
 Nombre: JUAN MANUEL ALIAGA POLO
 DNI: 18832789

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: “GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA EDITORIAL, LIMA 2023”

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de la tesis **“GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA EDITORIAL, LIMA 2023”**

En ese sentido, solicito pueda evaluar los ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

Nombre y Apellido	Alfredo Martín Berrospi Ytahashi		
Sexo:	Varón <input checked="" type="checkbox"/>	Mujer <input type="checkbox"/>	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	30		
Grado académico:	Bachiller <input type="checkbox"/>	Magister <input checked="" type="checkbox"/>	Doctor <input type="checkbox"/>
Área de Formación académica	Clínica <input type="checkbox"/>	Educativa <input checked="" type="checkbox"/>	Social <input type="checkbox"/>
	Organizacional <input type="checkbox"/>	Otro: <input type="checkbox"/>	
Áreas de experiencia profesional	Proyectos, finanzas		
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años <input type="checkbox"/>	5 a 10 años <input type="checkbox"/>	10 años a mas <input checked="" type="checkbox"/>

II. Breve explicación del constructo

David (2016) conceptualiza a la gestión logística como el gobierno de las funciones de gestión de la cadena de suministro que ayuda a las organizaciones a planificar, gestionar e implementar procesos para mover y almacenar mercancías.

Lerma y Márquez (2020) definen la calidad de servicio como el límite de las expectativas ya que los usuarios que prueban la dulzura de los servicios de clase mundial esperan lo mismo de otras organizaciones. Las expectativas allanan los caminos para la satisfacción o la insatisfacción.

III. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial e importante, se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante” (puntaje 0), “poco relevante para evaluar” (puntaje 1), “relevante” (puntaje 2) y “completamente relevante” (puntaje 3).

Nada relevante

Poco relevante

Relevante

Totalmente relevante

0

1

2

3

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la categoría que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem “No es coherente” (puntaje 0), “poco coherente” (puntaje 1), “coherente” (puntaje 2) y es “totalmente coherente” (puntaje 3).

*Nada coherente**Poco coherente**Coherente**Totalmente coherente*

0

1

2

3

c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada Claro” (punto), “medianamente claro” (puntaje 1), “claro” (puntaje 2), “totalmente claro” (puntaje 3)

*Nada claro**Poco claro**Claro**Totalmente claro*

0

1

2

3

ITEMS		Relevancia				Coherente				Claridad				Sugerencias
GESTIÓN LOGÍSTICA														
N°	DIMENSIÓN 1: GESTIÓN DE COMPRAS													
1	¿La gestión de compras se ejecuta según el plan de compras programado?	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
2	¿Una eficiente gestión de compras tiene un impacto positivo en la productividad del área de almacén?	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
3	¿Las compras se realizaron oportunamente y según fechas planificadas?	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
4	¿Los productos recepcionados llegaron según los requerimientos realizados?	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
5	¿Consideras que el proceso de búsqueda de proveedores es el adecuado para la empresa?	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
N°	DIMENSIÓN 2: GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN													
6	La programación de la distribución se realiza anticipadamente	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
7	La distribución se ejecuta según lo programado	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
8	Se cumplen con distribuir todos los productos	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
9	Las unidades estén operativas para la distribución y transporte													
N°	DIMENSIÓN 3: GESTIÓN DE TRANSPORTE													
10	La programación del transporte se realiza anticipadamente	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
11	El proceso de transporte se ejecuta según lo programado	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
12	El transporte llega al cliente o al punto acordado en los tiempos establecidos	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
13	El cliente siempre está satisfecho con el producto	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	
14	El cliente siempre está satisfecho con el tiempo de entrega	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	0	1	2	3 X	

Las alternativas de respuesta van de 1 al 5 y tienen las siguientes expresiones:

1 2 3 4 5
 Nunca Casi Nunca En ocasiones Casi siempre Siempre

ITEMS		Relevancia				Coherente				Claridad				Sugerencias
CALIDAD DE SERVICIO														
N°	DIMENSIÓN 1: IDENTIDAD DE LA MARCA													
1	La empresa tiene equipos de apariencia moderna	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
2	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
3	Los empleados de la empresa tienen apariencia pulcra.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
4	Los elementos materiales (folletos y similares) son visualmente atractivos.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
N°	DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD													
5	Cuando la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, realmente lo cumple	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
6	Cuando tengo algún problema con el servicio o producto, la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
7	La empresa realiza bien el servicio la primera vez	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
8	La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
9	La empresa de servicios brinda su servicio sin cometer errores	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
10	Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
N°	DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA													
11	La empresa y su personal ofrecen un servicio rápido.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
12	La empresa y su personal siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	
13	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
					X				X				X	

N°	DIMENSIÓN 43: NOTORIEDAD DE MARCA	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
14	El comportamiento de los empleados de la empresa transmite confianza a sus clientes				X				X				X
15	Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa de servicios				X				X				X
16	Los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes				X				X				X
17	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes				X				X				X
18	La empresa le brinda atención individualizada				X				X				X
N°	DIMENSIÓN 5: VALOR DE LA MARCA	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
19	El horario de atención del servicio le resulta conveniente				X				X				X
20	El personal se preocupa por los intereses del cliente				X				X				X
21	El personal brinda atención personalizada a cada cliente				X				X				X
22	Los empleados comprenden sus necesidades específicas				X				X				X

Las alternativas de respuesta van de 1 al 4 y tienen las siguientes expresiones:

1 2 3 4 5
 Nunca Casi Nunca En ocasiones Casi siempre Siempre



 Firma del estudiante
 Nombre:
 DNI:

 Firma del validador
 Nombre: ALFREDO MARTÍN BERROSPI YTAHASHI
 DNI: 18110664

ANEXO N° 6: Entrevista al Coordinador Comercial de la Editorial



ANEXO N° 7: Análisis de fiabilidad**Tabla***Estadística de fiabilidad de los cuestionarios de gestión logística*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.944	14

Tabla*Estadística de fiabilidad de los cuestionarios de calidad de servicio*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.947	22
