



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE AUTOPARTES PARA CARROCERÍAS, TRUJILLO 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autor:

Denia Otilia Sagastegui Aguilar

Asesor:

Mg. Jorge Ancajima Condore

Trujillo - Perú

2020

## DEDICATORIA

En estas líneas quiero agradecer a Dios principalmente por darme las fuerzas para culminar mis estudios, a mis padres José Nicolas y Zoila Rosa por su paciencia y apoyo, a mis hijos Aarón Jhair y Emi Andrea que con sus locuras hacían de mis días difíciles en bellos momentos, a mi esposo Castillo por su paciencia y el apoyo en cada decisión que he tomado a lo largo de mi vida unas buenas, otras malas.

También quiero agradecer a los docentes de la Universidad Privada del Norte por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi preparación profesional de manera especial al docente Mg. Jorge Ancajima Condore quien me ha guiado con su paciencia y por la retroalimentación que me ha brindado para culminar la investigación con éxito.

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios por ser el inspirador y darme las fuerzas para continuar en este proceso de obtener unos de los más anhelos deseados, a mis padres José Nicolas y Zoila Rosa, a mis hijos Aarón Jhair y Emi Andrea, a mi esposo Jhair Castillo por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años gracias a ellos he logrado estar aquí y convertirme en lo que soy y a todas las personas que me han apoyado a lo largo de estos años.

## Tabla de contenidos

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>7</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>28</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>47</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>53</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>55</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variables de la investigación.....	15
Tabla 2: Cuadro de Operacionalización de variables .....	16
Tabla 3: Dimensiones de evaluación del instrumento para la gestión logística. ....	22
Tabla 4: Dimensiones de evaluación del instrumento Servqual.....	22
Tabla 5: Estadísticas de Fiabilidad del instrumento .....	23
Tabla 6: Estadísticas de total de elemento.....	23
Tabla 7: Grado de relación según coeficiente de correlación.....	26
Tabla 8: Análisis de gestión logística en su dimensión de Inventario disponible y oportuno.....	28
Tabla 9: Análisis de gestión logística en su dimensión de cantidades exactas .....	29
Tabla 10: Análisis de gestión logística en su dimensión entregas en el lugar correcto.....	30
Tabla 11: Análisis de gestión logística en su dimensión entrega en tiempo acordado.....	31
Tabla 12: Análisis de gestión logística en su dimensión entregas en costos adecuados .....	32
Tabla 13: Análisis de la variable gestión logística .....	33
Tabla 14: Análisis de la dimensión elementos tangibles.....	34
Tabla 15: Análisis de la dimensión confiabilidad .....	35
Tabla 16: Análisis de la dimensión capacidad de respuesta.....	36
Tabla 17: Análisis de la dimensión seguridad.....	37
Tabla 18: Análisis de la dimensión empatía.....	38
Tabla 19: Análisis de la variable satisfacción del cliente.....	39
Tabla 20: Tabla de correlación de las variables Gestión logística y Satisfacción del cliente .....	40
Tabla 21: Hipótesis de la gestión logística y la satisfacción del cliente .....	41
Tabla 22: Prueba de correlación entre la gestión logística y los elementos tangibles .....	42
Tabla 23: Prueba de correlación entre gestión logística y la fiabilidad .....	43
Tabla 24: Prueba de correlación entre la gestión logística y la capacidad de respuesta.....	44
Tabla 25: Prueba de correlación entre la gestión logística y la seguridad.....	45
Tabla 26: Prueba de correlación entre la gestión logística y la empatía.....	46

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama de diseño correlacional .....	20
Figura 2: Porcentajes de la dimensión Inventario disponible y oportuno .....	28
Figura 3: Porcentajes de la dimensión de cantidades exactas .....	29
Figura 4: Porcentajes de la dimensión de entregas en el lugar correcto.....	30
Figura 5: Porcentajes de la dimensión de entregas en tiempo acordado .....	31
Figura 6: Porcentajes de la dimensión costos adecuados .....	32
Figura 7: Porcentajes de la variable gestión logística.....	33
Figura 8: Porcentajes de la dimensión elementos tangibles .....	34
Figura 9: Porcentajes de la dimensión confiabilidad.....	35
Figura 10: Porcentajes de la dimensión capacidad de respuesta .....	36
Figura 11: Porcentajes de la dimensión seguridad .....	37
Figura 12: Porcentajes de la dimensión empatía .....	38
Figura 13: Porcentajes de la variable satisfacción del cliente .....	39

## RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías de la ciudad de Trujillo. La muestra estuvo compuesta por 65 clientes de la empresa. La metodología de la investigación fue de tipo no experimental, con diseño transeccional correlacional y con enfoque cuantitativo. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento se elaboró un cuestionario con escala tipo Likert; 5 ítems para la variable independiente y 17 ítems para la variable dependiente con valor de Alfa de Cronbach de 0.986. Para la comprobar la hipótesis se aplicó una prueba de correlación Rho de Spearman, obteniendo un valor de 0.910 y un valor de significancia (bilateral) de 0.000, dicho valor es menor al nivel de significancia de  $\alpha=0.05$  ( $0.000<0.05$ ): al ser “p” inferior a “ $\alpha$ ”, la hipótesis nula es rechazada, siendo tal resultado estadísticamente significativo, por lo que se acepta la hipótesis del investigador. Por lo tanto, se considera una correlación positiva muy fuerte, es decir, existe una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

**Palabras clave:** gestión logística, satisfacción del cliente

## ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the relationship between logistics management and customer satisfaction in the company Comercializadora de Autopartes para Carrocerías in the city of Trujillo. The sample consisted of 65 clients of the company. The research methodology was non-experimental, with a correlational transectional design and a quantitative approach. The technique used was the survey and as an instrument a questionnaire with a Likert-type scale was elaborated; 5 items for the independent variable and 17 items for the dependent variable with a Cronbach's alpha value of 0.986. To verify the hypothesis, a Spearman Rho correlation test was applied, obtaining a value of 0.910 and a significance value (bilateral) of 0.000, said value is less than the significance level of  $\alpha = 0.05$  ( $0.000 < 0.05$ ): at being "p" less than " $\alpha$ ", the null hypothesis is rejected, such a result being statistically significant, therefore the researcher's hypothesis is accepted. Therefore, it is considered a very strong positive correlation, that is, there is a significant relationship between logistics management and customer satisfaction in the company Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

**Keywords:** logistics management, customer satisfaction



## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

#### **Presentación**

Para la presente investigación, la empresa estudio es una Comercializadora de Autopartes para Carrocerías de la ciudad de Trujillo. que forma parte de un holding extranjero, inicio operaciones en el año 1976 por don Germán Novion Aguirre, comercializamos insumos y repuestos para el transporte, creando valor mediante estrategias que impulsan un crecimiento sano y sostenible, respetando a las personas, el medio ambiente y la ética empresarial.

La empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, nace como una necesidad por atender integralmente a nuestros clientes, centrando nuestros máximos esfuerzos en ser un proveedor líder de la industria del transporte de pasajeros y carga en Perú en lo que se refiere a insumos y repuestos de Semirremolques, Buses, Camiones, con cobertura a nivel nacional.

A la fecha, la empresa tiene locales distribuidos a nivel nacional. Sus tiendas están ubicadas en Trujillo. Arequipa, Chiclayo, Piura y Lima.

A lo largo de toda su historia, nuestra empresa ha luchado por ser uno de los pilares fundamentales del éxito de todos nuestros clientes, en aspectos tan importantes como aumentar su eficiencia, rentabilidad y seguridad de sus operaciones.

#### **Situación problemática**

Para el portal Andina (2019), el rubro logístico en el Perú está creciendo cada año y esto hace que se vuelva más importante para las empresas, ya que la demanda exige servicios cada vez más eficientes. Esta alza obedece a una mayor demanda por un incremento en la capacidad de consumo de los clientes y porque se ha elevado su poder adquisitivo especialmente en provincias. Las empresas de todo tamaño debe aseguran eficiencias en sus

procesos de almacenamiento, manipulación, transporte y distribución. A partir de ello las empresas deben prepararse para afrontar los siguientes retos: flexibilidad, tendencias en almacenamiento, estándares de calidad y un crecimiento sostenido.

Según el portal Logistec (2018), Perú se encuentra en la posición 83 del ranking “Conectando para Competir 2018, Logística Comercial en la Economía Global. El índice de desempeño logístico y sus indicadores”. Con respecto a Sudamérica, Perú se ubica en el puesto 10, registrando su puesto más bajo en comparación con rankings anteriores. Los 5 países que lideran este ranking son: Chile, Panamá, México, Brasil y Colombia.

La llegada y expansión de las grandes tiendas por departamentos con un importante soporte logístico y comercial y la incursión de fabricantes de productos ferreteros, repuestos, accesorios y otros, con atención directa al consumidor final han deteriorado los márgenes de rentabilidad de las medianas y pequeñas empresas del rubro. Asimismo, las empresas fabricantes incrementan su rentabilidad al llegar a distribuir sus productos directamente al cliente final y esto impacta el margen a las empresas intermediarias, ya que las grandes cadenas tienen una ventaja considerable a nivel de negociación y pueden ofrecer precios mucho más competitivos (Sierra & Silva, 2015).

Esta empresa presenta problemas en sus procesos de distribución y en la parte logística y eso hace que los clientes reclamen en algunos casos porque la mercadería no les llega a tiempo y en la cantidad solicitada.

### **Antecedentes**

Valera (2017), en su tesis de pregrado tuvo como objetivo determinar la relación de la gestión logística con la satisfacción de los clientes de una empresa de productos lácteos. Desarrollaron una investigación descriptiva transversal correlacional. Trabajaron con una muestra de 152 clientes de la empresa en estudio, a quienes aplicaron el instrumento del cuestionario de 8 y 17 ítems para analizar las variables de gestión logística y satisfacción del

cliente respectivamente. Para el caso de la segunda variable se utilizó el modelo Servqual adaptado. La conclusión fue que sí existe una relación entre las variables en estudio. También se pudo hallar que los clientes no están satisfechos con la dimensión logística de disponibilidad del producto y con relación a la dimensión de satisfacción del cliente muestran insatisfacción con la dimensión de empatía en la atención.

Mancilla (2017) en su tesis de pregrado determinó la relación entre la satisfacción de los clientes internos en la gestión de la cadena logística de la pollería Tradición en la ciudad de Tacna-2016. Los autores desarrollaron una investigación descriptiva, no experimental y transeccional. Trabajaron con una muestra de 45 clientes de dicho establecimiento, a quienes aplicaron el instrumento del cuestionario para analizar ambas variables en estudio. Las conclusiones fueron que las variables satisfacción del cliente y gestión logística están relacionadas de forma directa, según coeficiente de correlación de Spearman (0.572), que indica una relación moderada.

Lara (2017) en su tesis pregrado propuso un plan de gestión logística para mejorar la satisfacción de los clientes de una empresa industrial de Lima. El autor desarrolló una investigación no experimental. Aplicó como instrumentos una ficha de entrevista con 16 preguntas para la variable gestión logística y un cuestionario con 18 preguntas para la variable satisfacción del cliente. Las conclusiones fueron que la gestión logística presentó falencias como la falta coordinación, tiempos inoperativos, inexistencia de controles y procedimientos no adecuados, retraso en las entregas de pedidos, lo cual generó insatisfacción de los clientes.

Carranza (2016) en su tesis de maestría determinó la existencia de relación entre el nivel de satisfacción del cliente interno con la gestión logística de una empresa de la ciudad de Cajamarca. El autor desarrolló una investigación aplicada, con diseño correlacional, con método cuali-cuantitativa. Trabajó con una muestra de 105 clientes de dicha empresa, a

quienes aplicó el instrumento del cuestionario para la variable satisfacción del cliente interno

y el cuestionario estructurado para analizar la variable de gestión logística. Las conclusiones fueron que sí existe relación ente las variables en estudio con un 52.3% de insatisfacción.

Yagchirema (2015) en su tesis de pregrado investigó la relación entre la logística y la satisfacción del cliente en la Empresa REPARTÍ S.A. en la ciudad de Ambato. La autora desarrolló una investigación cuantitativa, con diseño no experimental transversal. Trabajó con una muestra de 148 clientes de dicha empresa, a quienes aplicó el instrumento del cuestionario con 10 preguntas nominales para la variable logística y para la variable de satisfacción al cliente también se aplicó un cuestionario con 10 ítems. Las conclusiones fueron que un 73.5% de clientes indican insatisfacción en relación al cumplimiento de los pedidos y un 39.9% indican que el tiempo de entrega no es el oportuno.

Vallejos & Olórtegui (2012) en su investigación de pregrado estudiaron la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de la compañía Ferreyros S. A., sucursal Huaraz. Los autores desarrollaron una investigación descriptiva, no experimental y transeccional. Trabajaron con una muestra de 142 clientes de la empresa en estudio, a quienes aplicaron el instrumento del cuestionario. Las conclusiones fueron que las dimensiones logísticas más valoradas son: niveles de stocks, planeación y atención oportuna a los clientes. Los clientes muestran satisfacción con el servicio brindado por el área logística de dicha empresa.

### **Marco teórico**

La logística nace después de la 2da Guerra Mundial y por la experiencia demostrada en este ámbito llega luego a las organizaciones. La logística al igual que el marketing se enfocan en la satisfacción de los requerimientos del cliente. Se basa en hacer llegar los insumos a la planta o punto de producción y luego hace posible que el producto terminado llegue al cliente (Mora, 2011).

La Logística es el conjunto de procesos que incluye a la planificación, control y

administración de la cadena de abastecimiento y distribución, que se inician con el proveedor y van hasta el cliente, generando una cadena de valor basado en la interconexión de todos los participantes de dicho proceso. El objetivo es entregar los productos correctos en el tiempo y ubicación acordado con el cliente (Mora, 2011).

La logística consiste en planificar y ejecutar actividades referidas a abastecimiento de insumos, producción, almacenamiento y distribución de productos a nivel organizacional, haciendo uso eficiente de los recursos y al menor costo posible (Gómez, 2013).

Ballou (2004), define a la logística como un componente de la cadena de suministros que planifica, ejecuta y controla de forma eficiente el flujo y almacenamiento de materiales (productos y/o servicios), incluida la información, desde el proveedor hasta el cliente, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.

La logística implica la gestión de proceso de pedidos, inventarios, transporte, almacenamiento y manipulación de materiales (Bowersox, Closs & Cooper, 2007).

Mora (2011), señala que el objetivo de la logística es incrementar el nivel de competitividad y elevar la rentabilidad de los procesos de producción y ventas y de los productos a través de la integración de todas las actividades de abastecimiento, distribución, flujo de información, inventarios, análisis de la demanda y servicio a los clientes.

Ballou (2004) detalla que la logística genera valor basados en procesos eficientes que permitan entregas en tiempo y lugar acordados con los clientes tanto; dicho valor se tangibiliza tanto para los clientes, proveedores y accionistas de la organización. Asimismo, el control de los costos y el servicio al cliente deben ser sus pilares.

La logística añade valor para los clientes si las organizaciones cumplen con los siguientes tipos de valor:

- Inventario disponible y oportuno

Referido a la disponibilidad de stocks de productos cuando las áreas internas o el

cliente externo lo requiera.

- Cantidades exactas

Referido a las cantidades correctas dentro de los almacenes, para garantizar el mínimo deterioro de los productos. También está referido a las cantidades que se entregan en cada pedido a los clientes.

- Entregas en el lugar exacto

Las entregas deben llegar al lugar indicado por el cliente.

- Entregas en el tiempo acordado

Las entregas deben llegar en el tiempo y lugar indicado por el cliente.

- Costos adecuados

Los acuerdos y negociaciones con los clientes deben tener un componente de costos optimizados, sin impactar en la calidad del producto y de servicio brindado.

Para conceptualizar a la variable Satisfacción del cliente, los autores indican lo siguiente:

Kotler & Armstrong (2013), indican que un servicio al cliente de calidad debe medirse por una entrega rápida, stocks flexibles y una política de devoluciones.

Cantú (2011) conceptualiza al servicio como un conjunto de actividades intangibles que la empresa brinda a sus clientes a través de sus colaboradores y su infraestructura para satisfacer sus necesidades.

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1993) señalan que los servicios son intangibles, ya que están referidas a experiencias que se brindan a los clientes.

### Medición de la satisfacción al cliente:

El Método Servqual es un instrumento que las empresas pueden aplicar para analizar las expectativas y percepciones de los clientes respecto al servicio brindado (Zeithaml, et al., 1993). Este modelo incluye las siguientes dimensiones:

- Elementos tangibles

Referido a la percepción del cliente sobre las instalaciones físicas, materiales, trabajadores y formas de comunicación.

- Fiabilidad

Referido a la percepción del cliente sobre el servicio recibido, según lo acordado y de manera precisa

- Capacidad de respuesta

Percepción del cliente sobre la rapidez del servicio brindado.

- Seguridad

Percepción del cliente en torno a la seguridad que le brindan los colaboradores de la empresa, así como los diferentes medios de pago que brindan.

- Empatía

Percepción del cliente sobre la atención personalizada que se le brinda.

### Operacionalización de variables

Tabla 1

*Variables de la investigación*

Tipo de variable	Variable
Variable independiente	Gestión logística
Variable dependiente	Satisfacción del cliente

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

*Cuadro de operacionalización de variables*

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Gestión logística</b>	Ballou (2004), define a la logística como un componente de la cadena de suministros que planifica, ejecuta y controla de forma eficiente el flujo y almacenamiento de materiales (productos y/o servicios), incluida la información, desde el proveedor hasta el cliente, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.	El Cuestionario de gestión logística, intenta medir la percepción de las dimensiones de los procesos logísticos. Cada ítem tiene una puntuación de tipo escala de Likert del 1 al 5: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5). La puntuación final se obtiene sumando el puntaje total por cada dimensión. A mayor puntaje, más favorable será la dimensión.	Inventario disponible y oportuno	Ítem: 1
			Cantidades exactas	Ítem: 2
			Entregas en el lugar exacto	Ítem: 3
			Entregas en el tiempo acordado	Ítem: 4
			Costos adecuados	Ítem: 5
<b>Satisfacción del cliente</b>	Cantú (2011) conceptualiza al servicio como un conjunto de actividades intangibles que la empresa brinda a sus clientes a través de sus colaboradores y su infraestructura para satisfacer sus necesidades.	El Cuestionario Modelo Servqual, intenta medir la percepción y expectativas del cliente con respecto al servicio a través de sus diferentes dimensiones. Cada ítem tiene una puntuación de tipo escala de Likert del 1 al 5: Nunca (1), Casi nunca (2),	Elementos tangibles	Ítem: del 6 al 10
			Fiabilidad	Ítem: del 11 al 15
			Capacidad de respuesta	Ítem: del 16 al 20
			Seguridad	Ítem: del 20 al 23



---

A veces (3), Casi siempre (4),  
Siempre (5). La puntuación final se  
obtiene sumando el puntaje total por Empatía  
cada dimensión. A mayor puntaje,  
más favorable será la dimensión.

---

Ítem: del 18 al 22

Fuente: Elaboración propia

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuál es la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

- Determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Establecer la relación entre la gestión logística con los elementos tangibles en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.
- Establecer la relación entre la gestión logística con la fiabilidad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.
- Establecer la relación entre la gestión logística con la capacidad de respuesta de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.
- Establecer la relación entre la gestión logística con la seguridad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.
- Establecer la relación entre la gestión logística con la empatía en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

## **1.4. Hipótesis**

- H1: Existe una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción al cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

- H0: No existe una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción al cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

#### Finalidad de la investigación

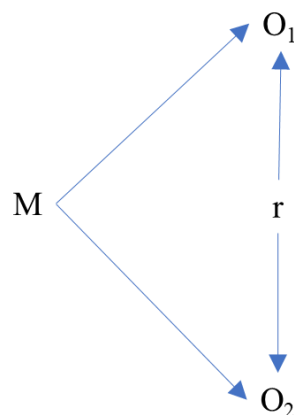
Por su finalidad, la presente tesis es Aplicada, ya que “persigue la solución a un problema concreto” (Tamayo, 2003, p.43).

#### Tipo de investigación

El tipo de investigación aplica un enfoque de tipo Cuantitativo, ya que recoge datos para aprobar una hipótesis basado en la estadística, con el fin de llegar a ciertas conclusiones (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014).

#### Diseño de investigación

La presente investigación presenta un diseño No Experimental, de tipo Transeccional Correlacional, ya que la autora no ha manejado a su favor ninguna variable del presente estudio y se representará de forma natural el comportamiento de las variables en estudio (Hernández et al, 2014).



*Figura 1:* Diagrama de diseño correlacional

Donde:

O<sub>1</sub>: Observación de la variable independiente: gestión logística

r: Relación entre la variable 1 y la variable 2

## 2.2. Población y muestra

### **Población**

La población del presente estudio está dada por la cantidad promedio de clientes al mes que tiene la empresa, los cuales totalizan 65.

### **Muestra**

La muestra para el presente estudio, según juicio experto, se sugirió que se toma de manera no probabilística. Por lo que, será la misma que la población indicada.

Este tipo de muestra es sugerida cuando no se requiere una alta representatividad, sino de las características del estudio y del problema a investigar (Hernández et al., 2014).

En ese sentido, la muestra fue de 65 clientes.

## 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

### **Técnica**

Se utilizó la Encuesta como técnica, para recoger información sobre la gestión logística y la satisfacción del cliente que perciben los clientes de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### **Instrumentos**

El instrumento utilizado fue un cuestionario compuesto por ítems (preguntas) elaborados para conocer la percepción de los clientes respecto a la gestión logística y el nivel de satisfacción.

- Para la variable “gestión logística”: se consideraron 5 ítems

Tabla 3

*Dimensiones de evaluación del instrumento para la gestión logística*

Dimensiones	Ítems del instrumento
Inventario disponible y oportuno	1
Cantidades exactas	2
Entregas en el lugar exacto	3
Entregas en el tiempo acordado	4
Costos adecuados	5

Elaboración: Propia

- Cuestionario Servqual: para la variable “satisfacción del cliente” se elaboraron 17 ítems. Este cuestionario se aplicó de manera individual a los clientes de la empresa. Las dimensiones que se evalúan son: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía

Tabla 4

*Dimensiones de evaluación del instrumento Servqual*

Dimensiones	Ítems del instrumento
Elementos tangibles	Del 6 al 9
Fiabilidad	Del 10 al 15
Capacidad de respuesta	Del 16 al 18
Seguridad	Del 19 al 20
Empatía	Del 21 al 22

Elaboración: Propia

## Confiabilidad

La confiabilidad de un instrumento se sustentó a través del análisis y uso del coeficiente Alfa de Cronbach, que arrojará resultados ente 0 y 1, es decir al estar más cercano a 1, la relación de consistencia será mayor.

Tabla 5

*Estadísticas de Fiabilidad del instrumento*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,986	22

Fuente: Resultados del software IBM Statistics SPSS v.25

Tabla 6

*Estadísticas de total de elemento*

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
GL1	62.58	517.653	0.829	0.985
GL2	62.75	519.845	0.865	0.985
GL3	62.28	514.203	0.858	0.985
GL4	62.69	519.591	0.896	0.985
GL5	62.42	516.340	0.883	0.985
SC6	62.62	518.147	0.915	0.985
SC7	62.54	517.065	0.966	0.984
SC8	62.32	514.628	0.917	0.984
SC9	62.51	515.785	0.935	0.984
SC10	62.74	520.009	0.810	0.985
SC11	62.52	516.941	0.887	0.985
SC12	62.54	517.659	0.869	0.985
SC13	62.49	517.285	0.882	0.985
SC14	62.85	521.663	0.833	0.985
SC15	62.68	519.253	0.865	0.985
SC16	62.89	522.941	0.736	0.986

SC17	62.42	515.653	0.895	0.985
SC18	62.88	522.922	0.778	0.985
SC19	62.48	516.253	0.928	0.984
SC20	62.31	513.998	0.890	0.985
SC21	62.91	521.585	0.791	0.985
SC22	62.88	521.078	0.795	0.985

Fuente: Resultados del software IBM Statistics SPSS v.25

### **Validez**

La validez de los instrumentos aplicados fue corroborada por docentes expertos de la Universidad Privada del Norte, con vasta experiencia y conocimiento en el estudio de las variables: gestión logística y satisfacción del cliente.

### **2.4. Procedimiento**

El procedimiento para el desarrollo de la presente investigación fue:

La empresa elegida para el desarrollo de la presente tesis fue una empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, ubicada en la ciudad de Trujillo.

Para determinar el problema y tema de investigación se realizó una revisión de sus datos relacionados a su gestión logística que estaba afectando a la satisfacción de sus clientes.

Para ello, la selección de la población se tomó del promedio de clientes por mes de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

La muestra se obtuvo por recomendación de expertos en la materia, es decir, una muestra no probabilística.

La elaboración del instrumento para la variable gestión logística fue elaborada por la autora y revisada por los expertos.

La elaboración del instrumento para la variable satisfacción del cliente fue tomada del modelo Servqual y adaptada por la autora según la realidad de la empresa en estudio.



La recolección de los datos se ejecutó aplicando el instrumento a todos los clientes,

según muestra, de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, de manera presencial y quienes responderán de forma anónima.

El tratamiento de los datos se ejecutó a través del software Excel y luego se importó al software IBM SPSS Statistics (versión 25), para el tratamiento estadístico.

El análisis de datos incluyó la evaluación de la correlación de las variables mediante pruebas estadísticas.

La prueba estadística aplicada fueron estadísticas no paramétricas. Éstas hacen referencia a los métodos estadísticos que no requieren la especificación de un supuesto sobre la distribución de la que proceden los datos de la muestra para efectuar inferencias sobre la población. Es decir, que no exigen la suposición de la normalidad de la población de la cual fue extraída la muestra.

Estos métodos poseen algunas ventajas sobre los paramétricos, por cuanto permiten el análisis de datos que no están basados en una escala de medición muy sólida, por tanto, los supuestos requeridos y la escala de medición de los datos es menos exigente, aceptando datos nominales, ordinales, y datos de intervalo o de razón. También se utilizan cuando se desconoce la distribución de la población de la cual se obtiene la muestra.

Para analizar la correlación de las variables se utilizó el Coeficiente de correlación por jerarquías de Spearman (Rho de Spearman). Este coeficiente es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden, de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos y permite conocer el grado de asociación entre ambas variables. Con Rho de Spearman es posible determinar la dependencia o independencia de dos variables aleatorias.

La fórmula de este coeficiente Rho de Spearman es:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Siendo:

n= la cantidad de sujetos que se clasifican

$x_i$ = el rango de sujetos i con respecto a una variable

$y_i$ = el rango de sujetos i con respecto a una segunda variable

$d_i = x_i - y_i$

La interpretación de los valores se ha expresado por diversos autores en escalas, siendo una de las más utilizadas la que se presenta a continuación (Hernández et al., 2014):

Tabla 7

*Grado de relación según coeficiente de correlación*

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaboración propia, basada en Hernández et al., 2014

### **Aspectos éticos**

En la presente investigación se citaron y referenciaron de forma correcta todas las fuentes revisadas, sin infringir falta de plagio o copia. De la misma manera, la información recabada producto de la aplicación de las encuestas no han sido manipuladas para favorecer algún resultado y se aplicaron a todos los clientes de la muestra de forma natural y anónima.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

### 3.1 Análisis de variable Gestión Logística en su dimensión de Inventario

#### disponible y oportuno

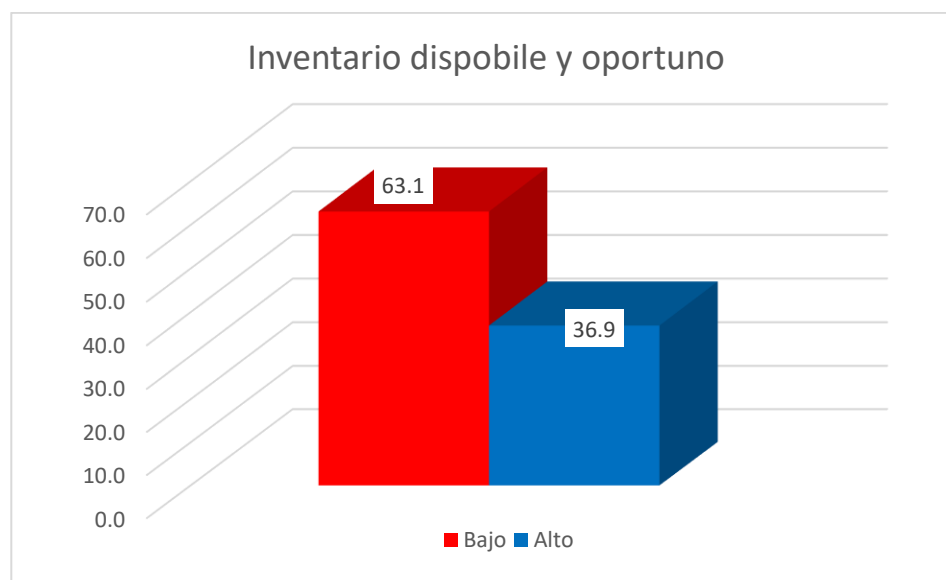
Tabla 8

*Análisis de gestión logística en su dimensión de Inventario disponible y oportuno*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	41	63.1	63.1	63.1
	Alto	24	36.9	36.9	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia



*Figura 2: Porcentajes de la dimensión Inventario disponible y oportuno*

Elaboración: Propia

#### **Interpretación:**

Según la Tabla 8, del total de clientes encuestados, se obtuvo que el 63.1% indica que la disponibilidad del inventario no se encuentra de forma oportuna y tiene baja disponibilidad. Un 36.9% opinó que sí encuentra productos con inventario disponible cuando lo requiere en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.2 Análisis de variable gestión logística en su dimensión de cantidades exactas

Tabla 9

*Análisis de gestión logística en su dimensión de cantidades exactas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	31	47.7	47.7	47.7
	Alto	34	52.3	52.3	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia

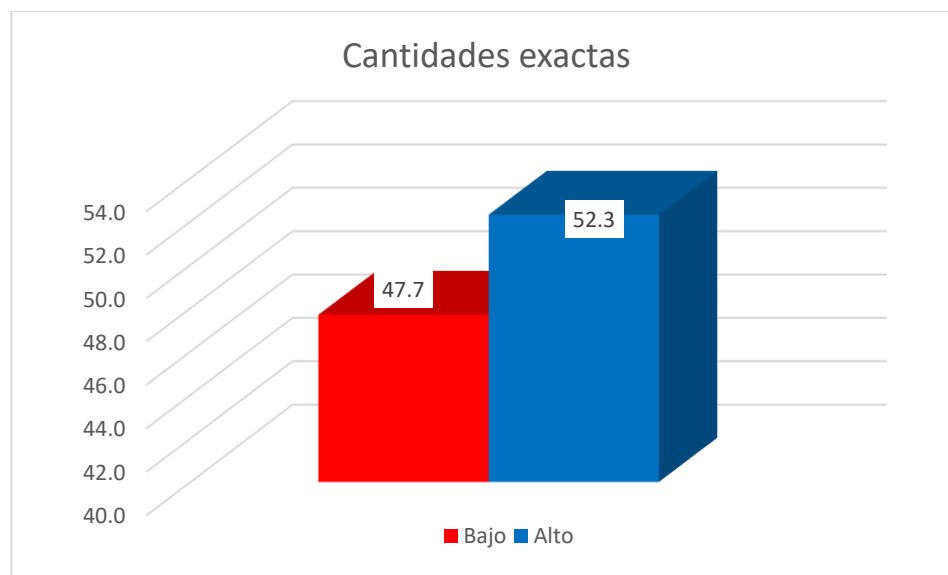


Figura 3: Porcentajes de la dimensión de cantidades exactas

Elaboración: Propia

#### Interpretación:

Según la Tabla 9, total de clientes encuestados, se obtuvo que el 47.7% indicaron que los despachos de los productos llegan o se envían con algunos faltantes por lo que calificaron esta dimensión con un nivel bajo. Un 52.3% opinó que los productos y las cantidades que solicitan si se encuentran en las cantidades exactas en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.3 Análisis de variable gestión logística en su dimensión entrega en lugar correcto

Tabla 10

*Análisis de gestión logística en su dimensión entregas en el lugar correcto*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	35	53.8	53.8	53.8
	Alto	30	46.2	46.2	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia

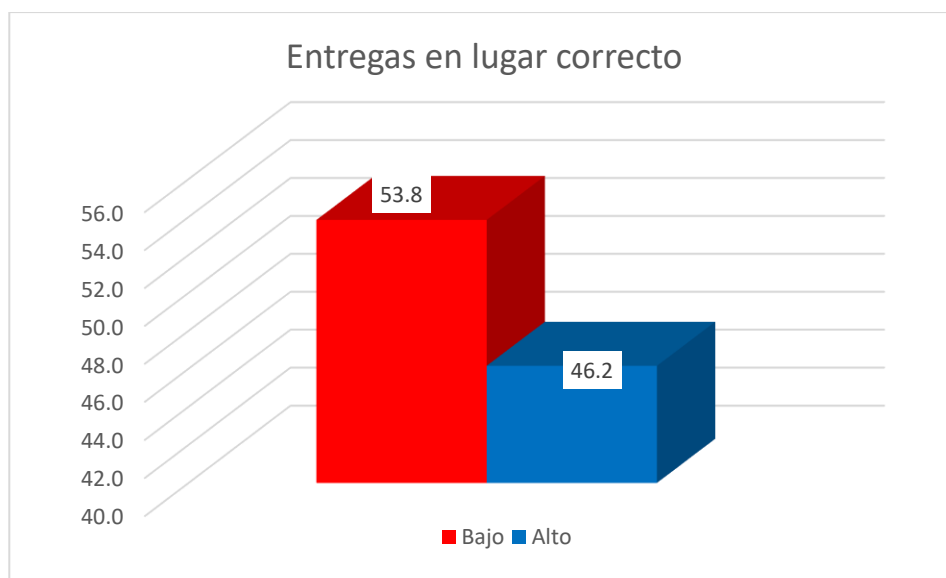


Figura 4: Porcentajes de la dimensión de entregas en el lugar correcto

Elaboración: Propia

#### **Interpretación:**

Según la Tabla 10, total de clientes encuestados, se obtuvo que un 46.2% indicaron que los despachos de los productos llegaron al lugar correcto por lo que calificaron esta dimensión con un nivel alto. Un 53.8% opinó que los productos que solicitaron no llegaron a su destino final por algunos inconvenientes por parte de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.4 Análisis de variable gestión logística en su dimensión entrega en tiempo

#### acordado

Tabla 11

*Análisis de gestión logística en su dimensión entrega en tiempo acordado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	29	44.6	44.6	44.6
	Alto	36	55.4	55.4	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia

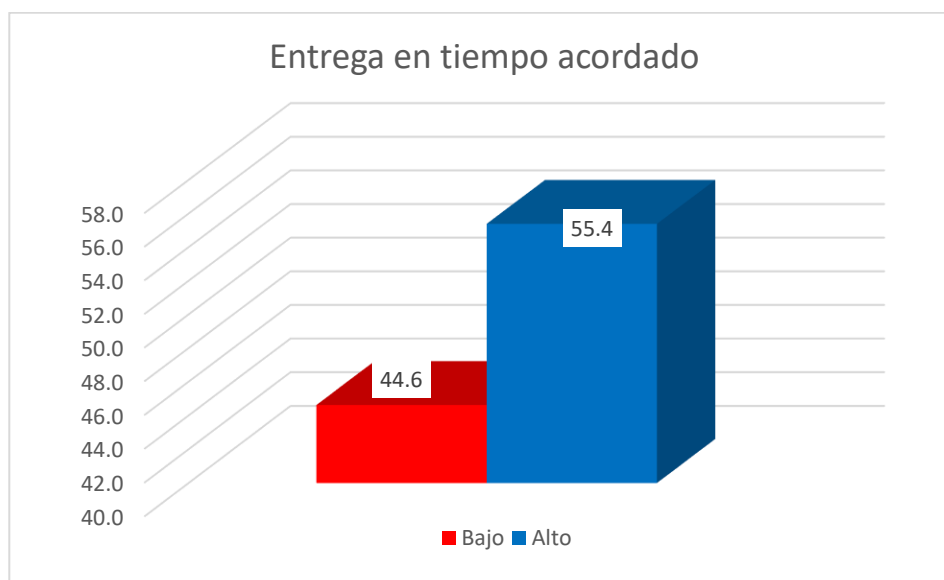


Figura 5: Porcentajes de la dimensión de entregas en tiempo acordado

Elaboración: Propia

#### Interpretación:

Según la Tabla 11, del total de clientes encuestados, se obtuvo que un 55.4% indicaron que los despachos de los productos llegaron en el tiempo acordado por lo que calificaron esta dimensión con un nivel alto. Un 44.6% opinó que los productos que solicitaron no llegaron en el tiempo acordado por algunos inconvenientes por parte de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.5 Análisis de variable gestión logística en su dimensión costos adecuados

Tabla 12

*Análisis de gestión logística en su dimensión entregas en costos adecuados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	21	32.3	32.3	32.3
	Alto	44	67.7	67.7	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia

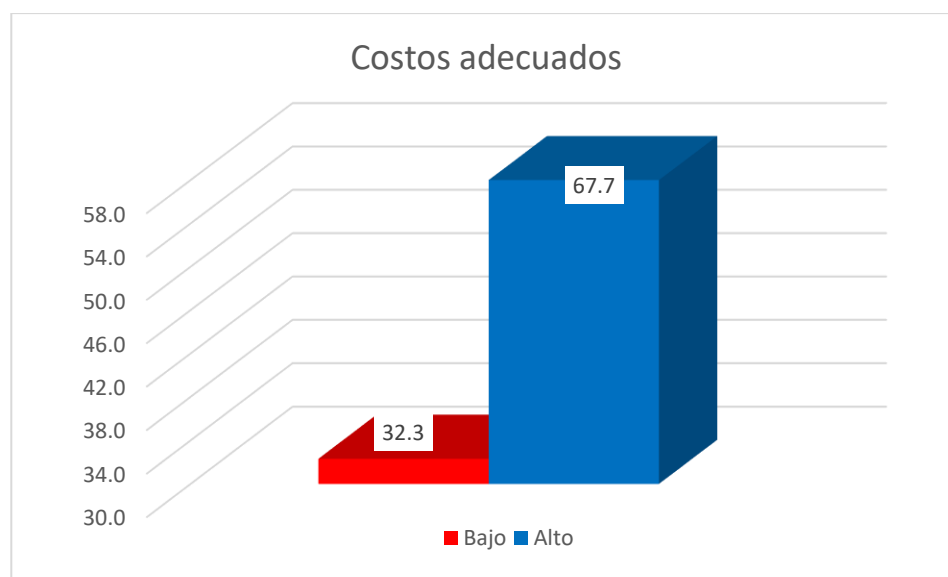


Figura 6: Porcentajes de la dimensión costos adecuados

Elaboración: Propia

#### Interpretación:

Según la Tabla 12, del total de clientes encuestados, se obtuvo que un 67.7% indicaron que los productos y servicios de entrega tienen costos adecuados por lo que calificaron con un nivel alto de aceptación. Un 32.3% opinó que los costos de los productos y servicios son altos, es decir calificaron con un bajo nivel de aceptación a la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.



### 3.6 Análisis de variable gestión logística

Tabla 13

*Análisis de la variable gestión logística*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	20	30.8	30.8	30.8
	Regular	30	46.2	46.2	76.9
	Alto	15	23.1	23.1	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia

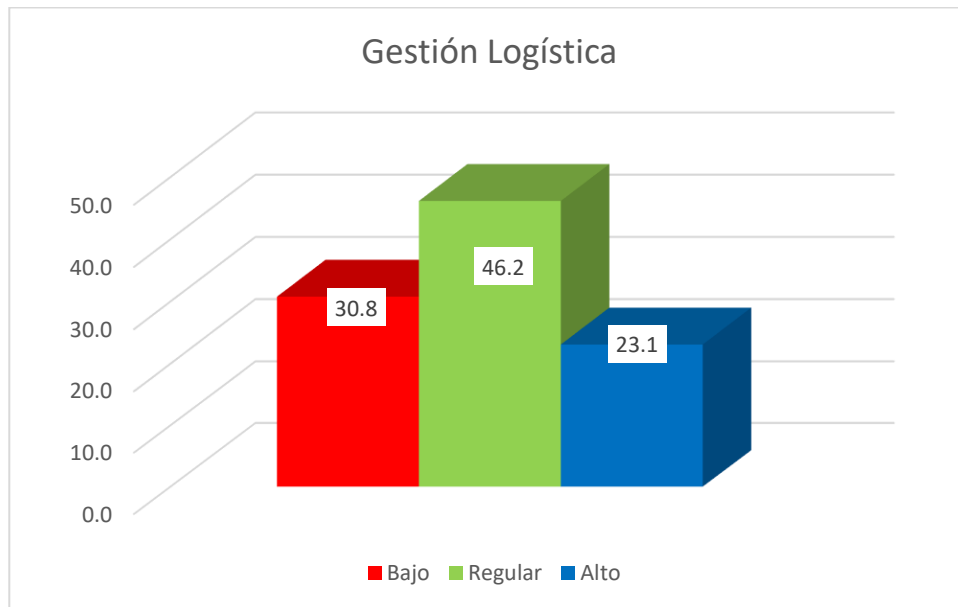


Figura 7: Porcentajes de la variable gestión logística

Elaboración: Propia

#### Interpretación:

Según la Tabla 13, del total de clientes encuestados, se obtuvo que un 30.8% de encuestados indicaron que perciben un servicio logístico de bajo nivel. Un 46.2% señalaron que perciben un servicio logístico de nivel regular y un 23.1% calificaron con nivel alto el servicio logístico brindado por la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.7 Análisis de la dimensión elementos tangibles

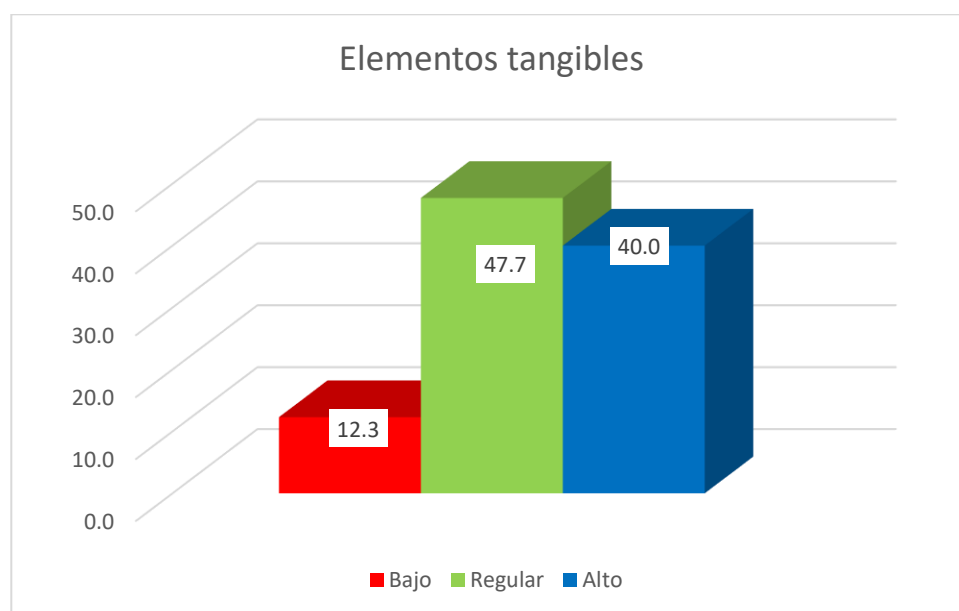
Tabla 14

*Análisis de la dimensión elementos tangibles*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	8	12.3	12.3	12.3
	Regular	31	47.7	47.7	60.0
	Alto	26	40.0	40.0	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia



*Figura 8:* Porcentajes de la dimensión elementos tangibles

Elaboración: Propia

#### **Interpretación:**

Según la Tabla 14, del total de clientes encuestados, se obtuvo que un 12.3% de encuestados indicaron que perciben un bajo concepto de elementos tangibles. Un 47.7% señalaron que perciben a los elementos tangibles con un nivel regular y un 40.0% calificaron con nivel alto a los elementos tangibles brindados por la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.8 Análisis de la dimensión confiabilidad

Tabla 15

*Análisis de la dimensión confiabilidad*

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Bajo	19	29.2	29.2	29.2
	Regular	28	43.1	43.1	72.3
	Alto	18	27.7	27.7	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia

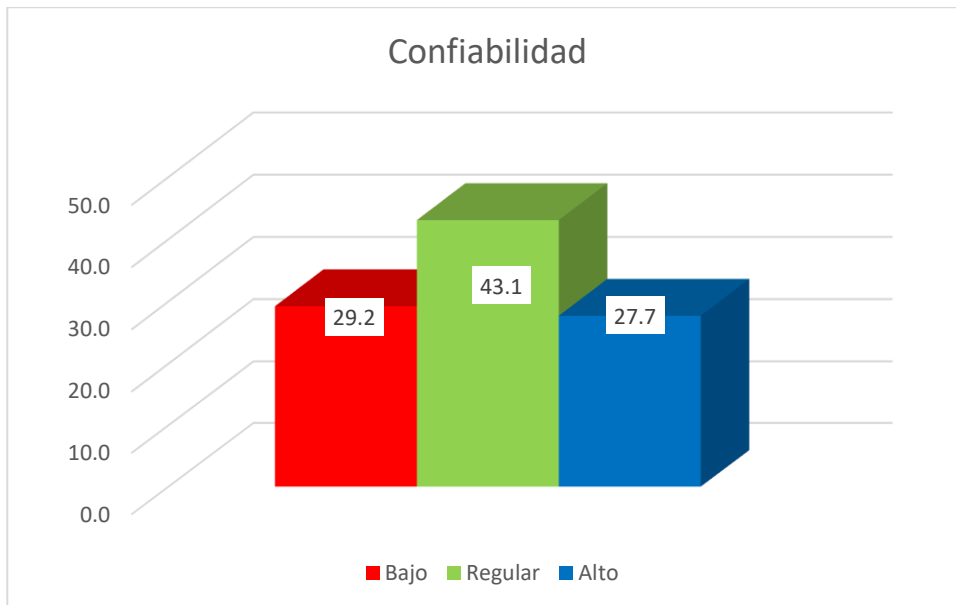


Figura 9: Porcentajes de la dimensión confiabilidad

Elaboración: Propia

#### Interpretación:

Según la Tabla 15, del total de clientes encuestados, se obtuvo que un 29.2% de encuestados indicaron que perciben una baja confiabilidad respecto a su satisfacción del servicio brindado. Un 43.1% señalaron que perciben un nivel regular de confiabilidad y un 27.76% calificaron con nivel alto de confiabilidad en la satisfacción de los servicios ofrecidos por la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.9 Análisis de la dimensión capacidad de respuesta

Tabla 16

*Análisis de la dimensión capacidad de respuesta*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	22	33.8	33.8	33.8
	Regular	27	41.5	41.5	75.4
	Alto	16	24.6	24.6	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia

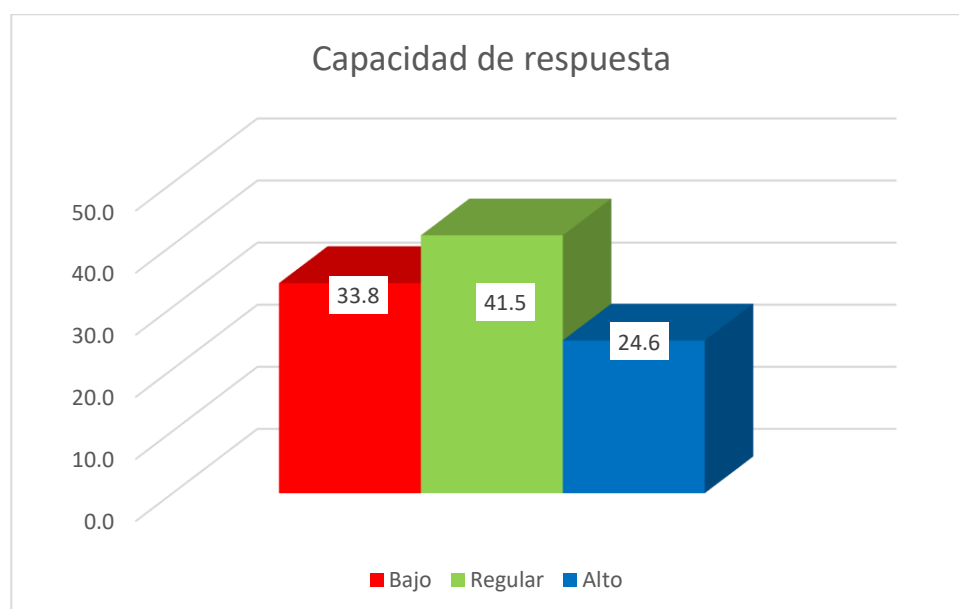


Figura 10: Porcentajes de la dimensión capacidad de respuesta

Elaboración: Propia

#### **Interpretación:**

Según la Tabla 16, del total de clientes encuestados, se obtuvo que un 33.8% de encuestados indicaron que perciben una baja capacidad de respuesta. Un 41.5% señalaron que perciben una capacidad de respuesta con un nivel regular y un 24.6% calificaron con nivel alto a la capacidad de respuesta brindada por la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.10 Análisis de la dimensión seguridad

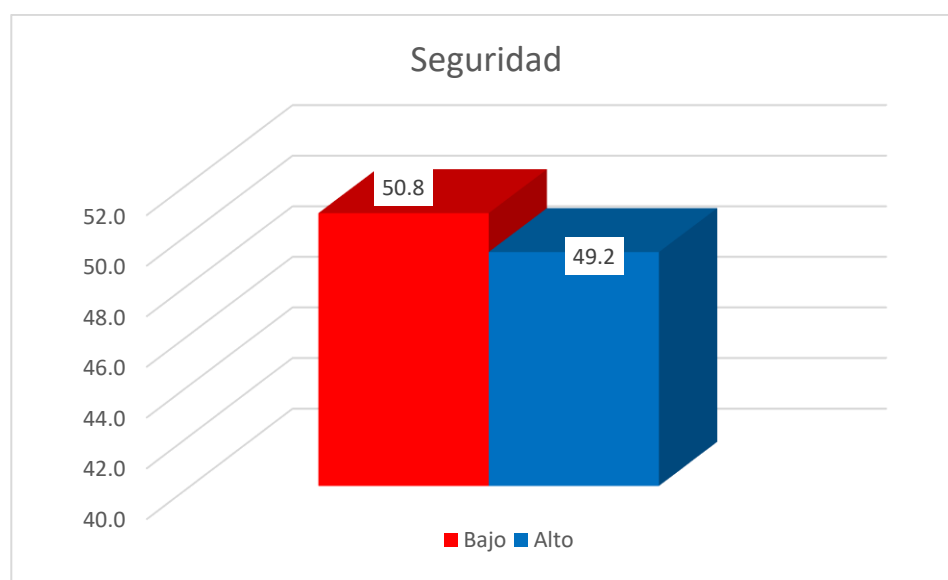
Tabla 17

*Análisis de la dimensión seguridad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	33	50.8	50.8	50.8
	Alto	32	49.2	49.2	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia



*Figura 11: Porcentajes de la dimensión seguridad*

Elaboración: Propia

#### **Interpretación:**

Según la Tabla 17, del total de clientes encuestados, se obtuvo que un 50.8% de encuestados indicaron que perciben un bajo nivel de seguridad en los pedidos y servicio de entrega. Pero un 49.2% calificaron con nivel alto de seguridad brindada por la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.11 Análisis de la dimensión empatía

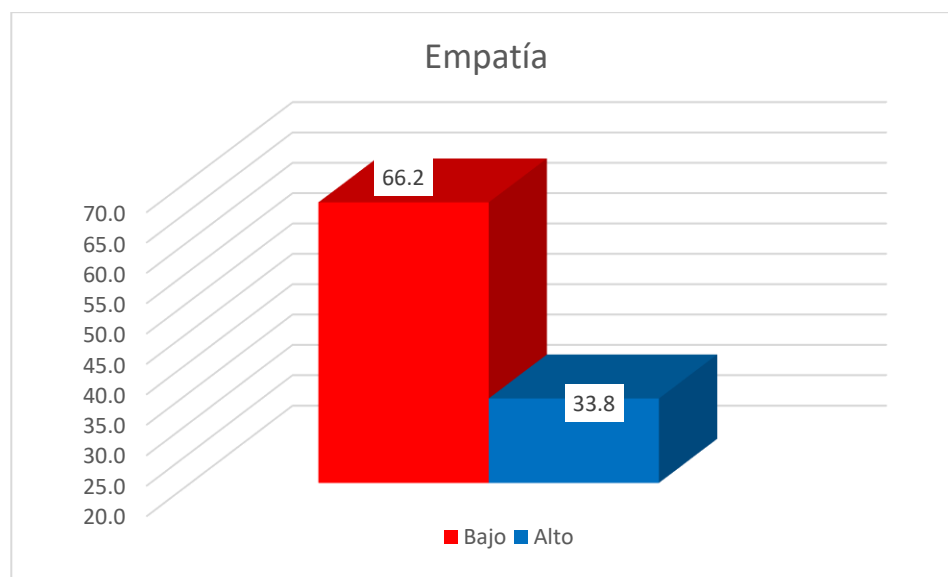
Tabla 18

*Análisis de la dimensión empatía*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	43	66.2	66.2	66.2
	Alto	22	33.8	33.8	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia



*Figura 12: Porcentajes de la dimensión empatía*

Elaboración: Propia

#### **Interpretación:**

Según la Tabla 18, del total de clientes encuestados, se obtuvo que un 66.2% de encuestados indicaron que perciben un servicio bajo en empatía. Y un 33.8% calificaron con nivel alto la empatía en los servicios brindados por la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.12 Análisis de la variable satisfacción del cliente

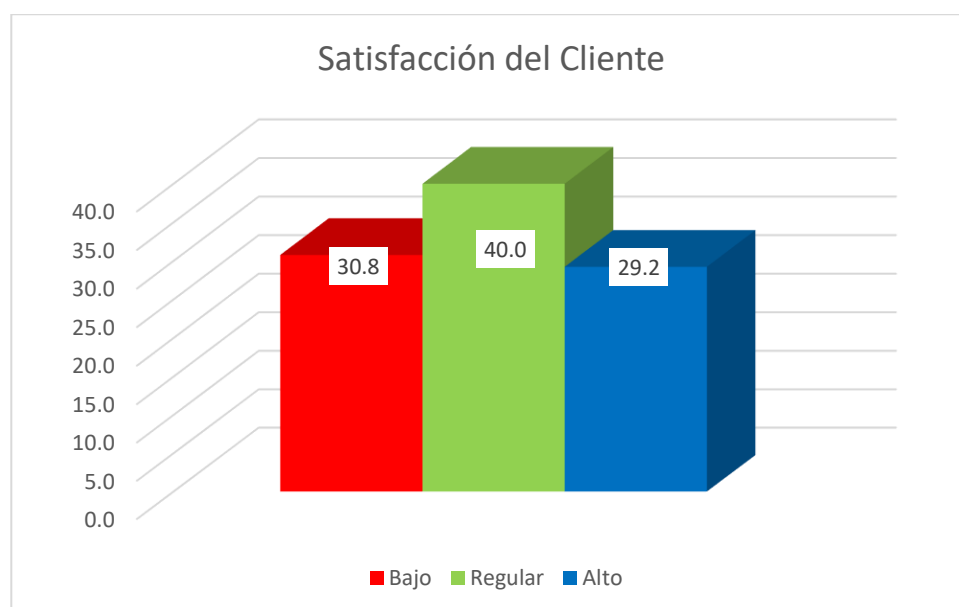
Tabla 19

*Análisis de la variable satisfacción del cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	20	30.8	30.8	30.8
	Regular	26	40.0	40.0	70.8
	Alto	19	29.2	29.2	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia



*Figura 13:* Porcentajes de la variable satisfacción del cliente

Elaboración: Propia

#### **Interpretación:**

Según la Tabla 19, del total de clientes encuestados, se obtuvo que un 30.8% de encuestados indicaron que perciben una baja satisfacción por los servicios brindados. Un 40% señalaron que perciben una satisfacción con un nivel regular y un 29.2% presentan alta satisfacción por los servicios ofertados por la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

### 3.13 Resultado para el objetivo general

Tabla 20

*Tabla de correlación de las variables Gestión logística y Satisfacción del cliente*

		Satisfacción del cliente				
		Bajo	Regular	Alto	Total	
Gestión logística	Bajo	Recuento	17	2	1	20
		% del total	26.2%	3.1%	1.5%	30.8%
	Regular	Recuento	3	23	4	30
		% del total	4.6%	35.4%	6.2%	46.2%
	Alto	Recuento	0	1	14	15
		% del total	0.0%	1.5%	21.5%	23.1%
Total		Recuento	20	26	19	65
		% del total	30.8%	40.0%	29.2%	100.0%

Fuente: Resultados del SPSS v.25

Elaboración: Propia

#### **Interpretación:**

Según la Tabla 20, se observa que la gestión logística que brinda la empresa tiene un nivel bajo del 30.8% y con respecto a la satisfacción al cliente presenta también un 30.8% de nivel bajo. Los valores con mayor puntaje son los de nivel regular, donde se obtuvo un 46.2% en la gestión logística y un 40% en la satisfacción al cliente. Esto implica que, si la gestión logística tiene un bajo desempeño, la satisfacción también tendrá un bajo nivel de percepción por parte de los clientes.



### 3.14 Prueba de hipótesis

Tabla 21

*Hipótesis de la gestión logística y la satisfacción del cliente*

		Gestión logística	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	de Gestión logística	1.000	,910**
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	65	65
Satisfacción del cliente	Satisfacción del cliente	,910**	1.000
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	65	65

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

Fuente: Resultados del software IBM Statistics SPSS v.25

#### **Interpretación:**

Se observa en la tabla 21 que sí existe una relación entre la Gestión Logística y la Satisfacción del Cliente de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019, hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho Spearman que nos muestra un coeficiente de correlación de un 0.910 con un nivel de significación bilateral de 0.000; es decir, si se confirma la hipótesis de que existe correlación entre estas dos variables, En términos de porcentaje el índice de correlación nos indica un 91.0% de correlación entre las dos variables que podría ser considerada como un nivel de correlación positiva muy fuerte.

### 3.15 Objetivo específico 1: Establecer la relación entre la gestión logística con los elementos tangibles en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

Tabla 22

*Prueba de correlación entre la gestión logística y los elementos tangibles*

		Gestión logística	Elementos tangibles
Rho Spearman	de Gestión logística	1.000	,804**
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	65	65
	Elementos tangibles	,804**	1.000
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	65	65

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

Fuente: Resultados del software IBM Statistics SPSS v.25

#### **Interpretación:**

Se observa en la tabla 22 que sí existe una relación entre la Gestión Logística y los elementos tangibles (Estructura de tienda, presentación del personal, etc.) de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019, hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho Spearman que nos muestra un coeficiente de correlación de un 0.804 con un nivel de significación bilateral de 0.000; es decir, si se confirma la hipótesis de que existe correlación entre estas dos variables, En términos de porcentaje el índice de correlación nos indica un 80.4% de correlación entre las dos variables que podría ser considerada como un nivel de correlación positiva muy fuerte.

### 3.16 Objetivo específico 2: Establecer la relación entre la gestión logística con la fiabilidad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

Tabla 23

*Prueba de correlación entre gestión logística y la fiabilidad*

		Gestión logística	Fiabilidad
Rho de Spearman	de Gestión logística	1.000	,863**
	Coefficiente de correlación		0.000
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	65	65
	Fiabilidad	,863**	1.000
	Coefficiente de correlación		0.000
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	65	65

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

Fuente: Resultados del software IBM Statistics SPSS v.25

#### **Interpretación:**

Se observa en la tabla 23 que sí existe una relación entre la Gestión logística y la Confiabilidad de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019, hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho Spearman que nos muestra un coeficiente de correlación de un 0.863 con un nivel de significación bilateral de 0.000; es decir, si se confirma la hipótesis de que existe correlación entre estas dos variables, En términos de porcentaje el índice de correlación nos indica un 86.3% de correlación entre las dos variables que podría ser considerada como un nivel de correlación positiva muy fuerte.

### 3.17 Objetivo específico 3: Establecer la relación entre la gestión logística y la capacidad de respuesta en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

Tabla 24

*Prueba de correlación entre la gestión logística y la capacidad de respuesta*

		Gestión logística	Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	Gestión logística	1.000	,763**
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	65	65
	Capacidad de respuesta	,763**	1.000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	65	65

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

Fuente: Resultados del software IBM Statistics SPSS v.25

#### **Interpretación:**

Se observa en la tabla 24 que sí existe una relación entre la gestión logística y la capacidad de respuesta de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019, hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho Spearman que nos muestra un coeficiente de correlación de un 0.763 con un nivel de significación bilateral de 0.000; es decir, si se confirma la hipótesis de que existe correlación entre estas dos variables, En términos de porcentaje el índice de correlación nos indica un 76.3% de correlación entre las dos variables que podría ser considerada como un nivel de correlación positiva muy fuerte.

### 3.18 Objetivo específico 4: Establecer la relación entre la gestión logística con la seguridad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

Tabla 25

*Prueba de correlación entre la gestión logística y la seguridad*

			Gestión logística	Seguridad
Rho de Spearman	de Gestión logística	Coefficiente de correlación	1.000	,892**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	65	65
	Seguridad	Coefficiente de correlación	,892**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	65	65

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

Fuente: Resultados del software IBM Statistics SPSS v.25

#### **Interpretación:**

Se observa en la tabla 25 que sí existe una relación entre la Gestión logística y la seguridad de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019, hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho Spearman que nos muestra un coeficiente de correlación de un 0.892 con un nivel de significación bilateral de 0.000; es decir, si se confirma la hipótesis de que existe correlación entre estas dos variables, En términos de porcentaje el índice de correlación nos indica un 89.2% de correlación entre las dos variables que podría ser considerada como un nivel de correlación positiva muy fuerte.

### 3.19 Objetivo específico 5: Establecer la relación entre la gestión logística con la empatía en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

Tabla 26

*Prueba de correlación entre la gestión logística y la empatía*

			Gestión logística	Empatía
Rho de Spearman	Gestión logística	Coeficiente de correlación	1.000	,781**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	65	65
	Empatía	Coeficiente de correlación	,781**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	65	65

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

Fuente: Resultados del software IBM Statistics SPSS v.25

#### **Interpretación:**

Se observa en la tabla 26 que sí existe una relación entre la Gestión logística y la empatía de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019, hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho Spearman que nos muestra un coeficiente de correlación de un 0.781 con un nivel de significación bilateral de 0.000; es decir, si se confirma la hipótesis de que existe correlación entre estas dos variables, En términos de porcentaje el índice de correlación nos indica un 78.1% de correlación entre las dos variables que podría ser considerada como un nivel de correlación positiva muy fuerte.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

El objetivo general de la investigación fue determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019; luego de realizar la encuesta a los 65 clientes de la empresa, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,910 que expresa una correlación positiva muy fuerte de la gestión logística en la satisfacción del cliente, aceptándose la hipótesis del investigador; por lo tanto existe una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo. Este resultado guarda relación con la tesis “La satisfacción de los clientes internos en la gestión de la cadena logística de la pollería Tradición en la ciudad de Tacna-2016” de Mancilla (2017), la cual concluyó que existía una correlación entre las variables gestión logística y satisfacción del cliente, demostrado por los resultados estadísticos obtenidos donde se observa que el coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,572, lo cual denota una correlación positiva moderada.

El objetivo específico N° 1 de la investigación fue establecer la relación entre la gestión logística y la dimensión de elementos tangibles en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019; luego de realizar la encuesta a los 65 colaboradores, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,804 que expresa una correlación positiva alta entre la gestión logística y los elementos tangibles; por lo tanto existe una relación significativa entre la gestión logística y los elementos tangibles en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías. Este resultado guarda relación con la tesis “Relación de la gestión logística con el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de productos lácteos la Marquesita, Cajamarca 2016” de Valera

(2017), la cual concluyó que existía una correlación entre la dimensión elementos tangibles y satisfacción del cliente, demostrado por los resultados estadísticos obtenidos donde se observa que obtuvieron un 68% de clientes satisfechos, lo cual denota una correlación positiva fuerte.

El objetivo específico N° 2 de la investigación fue establecer la relación entre la gestión logística con la fiabilidad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019; luego de realizar la encuesta a los 46 colaboradores, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,863 que expresa una correlación positiva alta entre la gestión logística y la confiabilidad; por lo tanto existe una relación significativa entre la gestión logística y confiabilidad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías. Este resultado guarda relación con la tesis “La gestión logística y la satisfacción del cliente de la compañía Ferreyros S. A., sucursal Huaraz, 2012” de Vallejos & Olórtegui (2012), la cual concluyó que existía una correlación entre la dimensión confiabilidad y satisfacción del cliente, demostrado por los resultados estadísticos obtenidos donde se observa que obtuvieron un 93.8% de clientes satisfechos, lo cual denota una correlación positiva fuerte.

El objetivo específico N° 3 de la investigación fue establecer la relación entre la gestión logística con la capacidad de respuesta en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019; luego de realizar la encuesta a los 46 colaboradores, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,763 que expresa una correlación positiva considerable entre la gestión logística y la capacidad de respuesta; por lo tanto existe una relación significativa entre la gestión logística y la dimensión capacidad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías. Este resultado guarda relación con la tesis “Nivel de Satisfacción del Cliente Interno respecto a la Gestión Logística de una Empresa de la ciudad de Cajamarca, año 2015” de Carranza



(2016), la cual concluyó que existía una correlación entre la dimensión capacidad de respuesta y satisfacción del cliente, demostrado por los resultados estadísticos obtenidos donde se observa que el coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,715, lo cual denota una correlación positiva fuerte.

El objetivo específico N° 4 de la investigación fue establecer la relación entre la gestión logística y la seguridad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019; luego de realizar la encuesta a los 46 colaboradores, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,892 que expresa una correlación positiva alta entre la gestión logística y la seguridad; por lo tanto existe una relación significativa entre la gestión logística y la seguridad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías. Este resultado guarda relación con la tesis “La satisfacción de los clientes internos en la gestión de la cadena logística de la pollería Tradición en la ciudad de Tacna-2016” de Mancilla (2017), la cual concluyó que existía una correlación entre la dimensión seguridad y satisfacción del cliente, demostrado por los resultados estadísticos obtenidos donde se observa que obtuvieron un 53.3% de clientes satisfechos, lo cual denota una correlación positiva moderada.

El objetivo específico N° 5 de la investigación fue establecer la gestión logística y la empatía en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019; luego de realizar la encuesta a los 46 colaboradores, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,781 que expresa una correlación positiva considerable entre la gestión logística y la empatía; por lo tanto existe una relación significativa entre la gestión logística y la empatía en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías. Este resultado guarda relación con la tesis “Relación de la gestión logística con el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de productos lácteos la Marquesita, Cajamarca 2016” de Valera (2017), la cual concluyó que existía una correlación entre la dimensión de empatía y

satisfacción del cliente, demostrado por los resultados estadísticos obtenidos donde se observa que obtuvieron un 55% de clientes satisfechos, lo cual denota una correlación positiva moderada.

## 4.2 Conclusiones

El objetivo general fue determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías de la ciudad de Trujillo y de acuerdo a los resultados obtenidos donde el estadístico para la prueba de hipótesis tiene un valor de 0,000, menor que el nivel de significancia señalado ( $p < 0.05$ ) y la prueba de Rho de Spearman arrojó un coeficiente de 0,910 para el presente trabajo de investigación, se concluye que existe relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019; indicando que existe una correlación positiva muy fuerte.

Para el objetivo específico N° 1 se concluye que, sí existe relación significativa entre la gestión logística con los elementos tangibles de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías; dado que el estadístico para la prueba de hipótesis tiene un valor de 0,000, menor que el nivel de significancia señalado ( $p < 0.05$ ) y la prueba de Rho de Spearman arrojó un coeficiente de 0.804 para el presente trabajo de investigación, indicando que existe una correlación positiva muy fuerte.

Para el objetivo específico N° 2 se concluye que, sí existe relación significativa entre la gestión logística con la fiabilidad de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías; dado que el estadístico para la prueba de hipótesis tiene un valor de 0,000, menor que el nivel de significancia señalado ( $p < 0.05$ ) y la prueba de Rho de Spearman arrojó un coeficiente de 0.863 para el presente trabajo de investigación, indicando que existe una correlación positiva muy fuerte.

Para el objetivo específico N° 3 se concluye que, sí existe relación significativa entre

la gestión logística con la capacidad de respuesta de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías; dado que el estadístico para la prueba de hipótesis tiene un valor de 0,000, menor que el nivel de significancia señalado ( $p < 0.05$ ) y la prueba de Rho de Spearman arrojó un coeficiente de 0.763 para el presente trabajo de investigación, indicando que existe una correlación positiva muy fuerte.

Para el objetivo específico N° 4 se concluye que, sí existe relación significativa entre la gestión logística con la seguridad de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías; dado que el estadístico para la prueba de hipótesis tiene un valor de 0,000, menor que el nivel de significancia señalado ( $p < 0.05$ ) y la prueba de Rho de Spearman arrojó un coeficiente de 0.892 para el presente trabajo de investigación, indicando que existe una correlación positiva muy fuerte.

Para el objetivo específico N° 5 se concluye que, sí existe relación significativa entre la gestión logística con la empatía de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías; dado que el estadístico para la prueba de hipótesis tiene un valor de 0,000, menor que el nivel de significancia señalado ( $p < 0.05$ ) y la prueba de Rho de Spearman arrojó un coeficiente de 0.781 para el presente trabajo de investigación, indicando que existe una correlación positiva muy fuerte.

#### **4.3 Recomendaciones**

- Para mejorar el inventario disponible de productos, se recomienda que se haga un mejor control y seguimiento a sus proveedores para que cumplan con los tiempos de abastecimiento y la empresa no se quede sin stock disponible de autopartes para cubrir la demanda solicitada por sus clientes.
- Para asegurar el abastecimiento de autopartes, se recomienda que el Jefe de Ventas elabore un plan de proyección de ventas coordinando previamente con el

Jefe de Logística y lanzar los requerimientos con los proveedores en base a esa proyección.

- Se recomienda que se reconfirme las direcciones con todos los clientes que la empresa tiene en su base de datos. Además, se debe reconfirmar también la dirección exacta de los clientes que solicitan servicio de envío de productos y asegurar la entrega en el lugar correcto indicado.
- Se sugiere que la salida de las unidades sea con anticipación para evitar llegar fuera de los tiempos acordados con el cliente u optar por otra empresa de transporte si no cumplen con el servicio de entregas.
- Capacitar al personal de Almacén cada seis meses, ya que existe alta rotación y el nuevo personal no conoce la ubicación exacta de los productos. Con ello el tiempo de atención será mucho menor y la capacidad de respuesta será más rápida para la entrega de los productos a los clientes que compran en tienda y en los envíos solicitados.
- Implementar un sistema de pagos que sea amigable y fácil de usar para los clientes y con una rápida confirmación. Con ello, los clientes podrán realizar pagos en línea y tendrán la tranquilidad que sus transacciones son 100% seguras.
- Capacitar a todo el personal de tienda en mejores prácticas de atención al cliente, ya no son muy empáticos con los clientes cuando vas presencialmente a la tienda o cuando llamadas a consultar stock y precios por teléfono. Proponer un sistema de bonos para el cierre de ventas por volumen, para mejorar este aspecto en el personal de la empresa y mejora la atención y empatía.
- Se recomienda hacer periódicamente este tipo de encuesta ya que mide la gestión logística y satisfacción de los clientes de la empresa.

## REFERENCIAS

- Andina (2019). *Cuatro claves de la gestión logística en el Perú* [publicación web].  
Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-cuatro-claves-de-gestion-logistica-el-peru-751045.aspx>
- Ballou, R. H. (2004). *Logística: Administración de la cadena de suministro* (5ta Ed.). México: Pearson Educación.
- Bowerox D. J., Closs D. J., & Cooper, M. B. (2007). *Administración y logística en la cadena de suministros* (2da Ed.). México: MacGraw-Hill.
- Cantú, J. H. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad (4a. ed.)*. México: MacGraw-Hill.
- Carranza, J. F. (2016). *Nivel de Satisfacción del Cliente Interno respecto a la Gestión Logística de una Empresa de la ciudad de Cajamarca, año 2015* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10981>
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana
- Gómez, J. M. (2011). *Gestión logística y comercial* (1era Ed.). España: MacGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (11va Ed.). México: Pearson Educación.
- Lara, C. R. (2017). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial*, Lima 2017 (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/1238>
- Logistec. (2018, diciembre 2). *Logística peruana: una industria en movimiento de cara al futuro* [publicación web]. Recuperado de

<https://www.revistalogistec.com/index.php/logistica/pymes/item/3407-logistica-peruana-una-industria-en-movimiento-de-cara-al-futuro>

- Mora, L. A. (2011). *Gestión logística integral: las mejores prácticas en la cadena de Abastecimientos*. Bogotá: Ecoe.
- Mancilla, Y. P. (2017). *La satisfacción de los clientes internos en la gestión de la cadena logística de la pollería Tradición en la ciudad de Tacna-2016* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://localhost:8080/xmlui/handle/UPT/302>
- Sierra, C., Moreno, J., & Silva, H. (2015). Canales de distribución: características principales de los distribuidores mayoristas de materiales de construcción de extracción minera en Barranquilla - Colombia. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 17(3), 512-529. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5655379>
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de investigación científica* (4ta ed.). México: Limusa
- Valera, E. G. (2017). *Relación de la gestión logística con el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de productos lácteos la Marquesita, Cajamarca 2016* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/11328>
- Vallejos, W. E., & Olórtegui, E. (2012). *La gestión logística y la satisfacción del cliente de la compañía Ferreyros S. A., sucursal Huaraz, 2012* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2078>
- Yagchirema, A. K. (2015). *La Logística y la Satisfacción del cliente en la Empresa REPARTÍ S.A. en la ciudad de Ambato*. Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/9420>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos

## ANEXO N° 1: Cuestionario

### Cuestionario

**Objetivo:** El presente cuestionario tiene como objetivo recabar información sobre la gestión logística y la satisfacción de los clientes de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías de la ciudad de Trujillo, para brindarle una mejor atención.

**Instrucciones:** Favor responda con una equis (“X”) en la una de las opciones, según considere a cada pregunta planteada.

Escala para respuestas:

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

#### Datos básicos del encuestado

Cuantos años trabaja en esta empresa	
Sexo	
Edad	

Pregunta	1	2	3	4	5
La empresa cuenta con los stocks de materiales cuando Ud. y sus clientes lo requieren					
La empresa entrega sus pedidos con las cantidades exactas según Ud. lo requirió.					
La empresa hace entrega sus pedidos en el lugar exacto que acordó previamente con Ud.					
La empresa hace entrega sus pedidos en el tiempo exacto que acordó previamente con Ud.					
La empresa comercializa sus productos a un precio justo.					
La empresa de servicios tiene equipos de apariencia moderna					
Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas					
Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra.					
Los elementos materiales (folletos y similares) son visualmente atractivos.					
Cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace					
Cuando un cliente tiene un problema la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo					
La empresa realiza bien el servicio la primera vez					

La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido					
La empresa de servicios insiste en mantener registros exentos de errores					
Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.					
Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes.					
Los empleados de la empresa de servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes					
Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.					
El comportamiento de los empleados de la empresa transmite confianza a sus clientes					
Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa					
Los empleados de la empresa de servicios son siempre amables con los clientes					
Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes					



## ANEXO N° 2: Validación del instrumento


### JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

**Instrucciones:** Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

*MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado*

**Categorías a evaluar:** Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
N.º	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	La empresa cuenta con los stocks de materiales cuando Ud. y sus clientes lo requieren	✓					
2	La empresa entrega sus pedidos con las cantidades exactas según Ud. lo requirió.	✓					
3	La empresa hace entrega sus pedidos en el lugar exacto que acordó previamente con Ud.	✓					
4	La empresa hace entrega sus pedidos en el tiempo exacto que acordó previamente con Ud.	✓					convenir
5	La empresa comercializa sus productos a un precio justo.			✓			no aporte
6	La empresa de servicios tiene equipos de apariencia moderna		✓				
7	Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas		✓				
8	Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra.	✓					
9	Los elementos materiales (folletos y similares) son visualmente atractivos.	✓					
10	Cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace	✓					
11	Cuando un cliente tiene un problema la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo	✓					
12	La empresa realiza bien el servicio la primera vez	✓					
13	La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido	✓					
14	La empresa de servicios insiste en mantener registros exentos de errores	✓					
15	Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.	✓					
16	Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	✓					
17	Los empleados de la empresa de servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes	✓					
18	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.	✓					
19	El comportamiento de los empleados de la empresa de servicios transmite confianza a sus clientes	✓					



UNIVERSIDAD  
PRIVADA DEL NORTE

20	Los clientes se sienten seguro en sus transacciones con la empresa de servicios	✓					
21	Los empleados de la empresa de servicios son siempre amables con los clientes	✓					
22	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes	✓					
<b>Total:</b>							

Evaluado por: (Apellidos y nombres)

CARDO VILLA, Wlén

D.N.I.: 18086193

Fecha: 10/10/2019

Firma: 

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Luigi Cabos Villa, con Documento Nacional de Identidad N.º 18086193, de profesión Ing. Industrial., grado académico MBA, con código de colegiatura CIP 225077, labor que ejerzo actualmente como Docente de logística, en la Institución UPN

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento Cuestionario, denominado Cuestionario de Satisfacción del Cliente (Cuestionario Servqual), cuyo propósito es medir el nivel de satisfacción de los clientes, a los efectos de su aplicación a clientes, de la empresa Implementos Perú S.A.C., Trujillo

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	✓				
Amplitud del contenido a evaluar.	✓				
Congruencia con los indicadores.	✓				
Coherencia con las dimensiones.	✓				
Nivel de aporte parcial:	✓				
Puntaje total: (máximo 24 puntos)				No aporta	

Apreciación total: ( 15 ) puntos No aporta: ( )

Trujillo, a los 10 días del mes de Octubre del 2019

Apellidos y nombres: Cabos Villa Luigi DNI: 18086193 Firma: 


### JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

**Instrucciones:** Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

*MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado*

**Categorías a evaluar:** Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
N°	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	La empresa cuenta con los stocks de materiales cuando Ud. y sus clientes lo requieran	✓					
2	La empresa entrega sus pedidos con las cantidades exactas según Ud. lo requirió.	✓					
3	La empresa hace entrega sus pedidos en el lugar exacto que acordó previamente con Ud.	✓					
4	La empresa hace entrega sus pedidos en el tiempo exacto que acordó previamente con Ud.	✓					
5	La empresa comercializa sus productos a un precio justo.	✓					
6	La empresa de servicios tiene equipos de apariencia moderna	✓					
7	Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas	✓					
8	Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra.	✓					
9	Los elementos materiales (folletos y similares) son visualmente atractivos.	✓					
10	Cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace	✓					
11	Cuando un cliente tiene un problema la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo	✓					
12	La empresa realiza bien el servicio la primera vez	✓					
13	La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido	✓					
14	La empresa de servicios insiste en mantener registros exactos de errores	✓					
15	Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.	✓					
16	Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	✓					
17	Los empleados de la empresa de servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes	✓					
18	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.	✓					
19	El comportamiento de los empleados de la empresa de servicios transmite confianza a sus clientes	✓					



20	Los clientes se sienten seguro en sus transacciones con la empresa de servicios	✓					
21	Los empleados de la empresa de servicios son siempre amables con los clientes	✓					
22	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes	✓					
<b>Total:</b>							

Evaluado por: (Apellidos y nombres): Ms. C Ing. Florián León Deyver Fernando

D.N.I.: 41861197

Fecha: 11/10/2019

Firma:



REGISTRADO EN EL REGISTRO NACIONAL DE PERSONAS SAC  
Deyver Fernando Florián León  
GERENTE GENERAL  
RUC: 20629767114

**CONSTANCIA DE VALIDACION**

Yo, **Deiver Fernando Florián León**, con Documento Nacional de Identidad N° **41861197**, de profesión **Ingeniero Agrícola**, grado académico **Master en ciencias**, con código de colegiatura N° **160502**, labor que ejerzo actualmente como **Gerente General**, en la Empresa **Ingeniería y Proyectos Generales del Perú S.A.C.**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento Cuestionario, denominado Cuestionario de Satisfacción del Cliente (Cuestionario **Serquis**), cuyo propósito es medir el nivel de satisfacción de los clientes, a los efectos de su aplicación a clientes, de la empresa ~~Implementos Perú S.A.C., Trujillo~~.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (s)	BA (s)	A (s)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.					
Amplitud del contenido a evaluar.					
Congruencia con los indicadores.					
Coherencia con las dimensiones.					
Nivel de aporte parcial				No aporta	
Puntaje total: (máximo 24 puntos)					

Apreciación total: (    ) puntos      No aporta: (    )

Trujillo, a los 11 días del mes de octubre del 2019

Apellido y nombres: **Florián León Deiver Fernando**

DNI: 41861197

Activar V  
INGENIERÍA Y PROYECTOS GENERALES DEL PERÚ SAC  
**D. Florián León Deiver Fernando**  
Gerente General  
RUC: 2082812114



## ANEXO 2: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología/Diseño
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer la relación entre la gestión logística con los elementos tangibles en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.</li> <li>• Establecer la relación entre la gestión logística con la fiabilidad en la empresa Comercializadora de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• H1: Existe una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción al cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.</li> <li>• H0: No existe una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción al cliente en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.</li> </ul>	<p><b>Variable a relacionar</b></p> <p><b>Gestión Logística</b></p> <p><b>Definición conceptual:</b> Ballou (2004), define a la logística como un componente de la cadena de suministros que planifica, ejecuta y controla de forma eficiente el flujo y almacenamiento de materiales (productos y/o servicios), incluida la información, desde el proveedor hasta el cliente, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p><b>Satisfacción del cliente</b> Cantú (2011) conceptualiza al servicio</p>	<p><b>Finalidad:</b> Aplicada</p> <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental. Transeccional, correlacional</p> <p><b>Población y Muestra:</b></p> <p><b>Población</b> Conformada todo el personal de la empresa. P = 65</p> <p><b>Muestra:</b> No probabilística. Conformada por todos los colaboradores. N = 65</p>

Autopartes para Carrocerías,  
Trujillo 2019.

- Establecer la relación entre la gestión logística con la capacidad de respuesta de la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

- Establecer la relación entre la gestión logística con la seguridad en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

- Establecer la relación entre la gestión logística con la empatía en la empresa Comercializadora de Autopartes para Carrocerías, Trujillo 2019.

como un conjunto de actividades intangibles que la empresa brinda a sus clientes a través de sus colaboradores y su infraestructura para satisfacer sus necesidades.

**Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Cuestionario

.  
Para ambas variables se utilizará una medición a través de la Escala de Likert. Las respuestas tendrán una escala del 1 al 5.

Fuente- Elaboración propia