

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**
INTERNACIONALES

“RELACIÓN DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS Y
LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA
EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS EL
ANDINO EIRL, CHICLAYO 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Carlos Junnior Bustamante Arroyo

Asesor:

Mg. Juan José Salgado Portugal

<https://orcid.org/0000-0002-6291-6984>

Trujillo - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Omar Fabricio Maguiña Rivero	17821620
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Enrique Martín Avendaño Delgado	18087740
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	José Roberto Huamán Tuesta	17814526
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Informe Final

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%	13%	1%	8%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
2	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
6	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to University of Leicester Trabajo del estudiante	<1%

DEDICATORIA

A mi mamá Matilde Arroyo, a mi abuelita Hilda Castillo, a mi hermana Ruby y mi abuelito Antonio que desde el cielo me cuidan, a todos mis amigos y familiares por siempre apoyarme en todos los proyectos e ideas. Esto es por ustedes.

AGRADECIMIENTO

A mi mamá Matilde Arroyo por apoyarme en todo mi trayecto profesional y brindarme todas las herramientas necesarias. A mi abuelita Hilda Castillo por criarme como un hijo más e inculcarme todos los valores que hoy por hoy hacen de mí una gran persona. Gracias por todo.

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Formulación del problema	20
1.3. Objetivos	20
1.4. Hipótesis	21
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	22
2.1. Tipo y diseño de investigación	22
2.2. Población y muestra	23
2.2.1. Población	23
2.2.2. Muestra	23
2.3. Técnicas e instrumentos, materiales	24
2.3.1. Técnicas	24
2.3.2. Instrumentos	24
CAPÍTULO III: RESULTADOS	26

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	33
REFERENCIAS	35
ANEXOS	39

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Confiabilidad de la Encuesta</i>	24
Tabla 2 <i>Procesos Logísticos</i>	26
Tabla 3 <i>Satisfacción del cliente</i>	27
Tabla 4 <i>Prueba de Normalidad</i>	28
Tabla 5 <i>Correlación entre Procesos Logísticos y Satisfacción de los Clientes</i>	28
Tabla 6 <i>Correlación entre Proceso de aprovisionamiento y Satisfacción de los Clientes</i> .	30
Tabla 7 <i>Correlación entre Proceso de Producción y Satisfacción de los Clientes</i>	31
Tabla 8 <i>Correlación entre Proceso de Distribución y Satisfacción de los Clientes</i>	32

Índice de figuras

Figura 1 *Nivel de los Procesos Logísticos de la empresa de alimentos El Andino EIRL .. 26*

Figura 2 *Nivel de Satisfacción de los Clientes de la empresa de alimentos El Andino EIRL*

..... 27

RESUMEN

El siguiente estudio cualitativo tiene como finalidad determinar el nexo de los procedimientos logísticos y la satisfacción de los consumidores en la compañía productora y distribuidora de alimentos el Andino E.I.R.L 2021.; toma relevancia por la actual crisis que se está padeciendo a nivel mundial, causante, EL COVID 19, las empresas han tenido que aprender a adaptarse y tener satisfecho a los consumidores, que son la fuente de ingresos directos para sus negocios, a esto se suma la importancia de mejorar los procesos que llevan a cabo a fin de ofrecer un servicio o producto de calidad; el obtener información fidedigna y sea base para el estudio, se empleó la técnica de investigación conocida como la encuesta a 49 clientes, quienes representa fuente de información directa, ya que son los que pasan por la experiencia de contar con el servicio y sus opiniones acerca de ello permitirán realizar el feedback para detectar los puntos débiles y mejorar el servicio brindado; se obtuvo como resultado la existencia de una relación positiva debido al valor de Spearman de 0.502 y significativa ya que su valor sig. es de 0.03 inferior al 0.05, llegando a la conclusión que hay una gran influencia existente entre las variables sujetas al estudio, es decir, que cada vez que una estrategia con respecto a mejorar los procesos logísticos esté correctamente implementada, se logrará incrementar la satisfacción del cliente.

PALABRAS CLAVES: Satisfacción, procesos logísticos, producción, distribución.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La incertidumbre presentada en el comercio internacional y local con respecto a sus procesos logísticos para tener satisfecha a una demanda actual o potencial, es una situación polémica que se debe solucionar, es por ello que se hace fundamental desarrollar planes de respaldo para garantizar la eficiencia y agilidad que los negocios necesitan, y así dar respuesta a ese escenario tan volátil que puede perjudicar sus ingresos y rentabilidad (Cadelo y Gonzáles, 2022).

Esta situación requiere una gestión eficiente y eficaz para maximizar las ventajas competitivas de primer orden en un entorno de constante cambio. Por lo tanto, cada empresa debe construir una estructura y unos procesos adaptables a las necesidades de los mercados objetivos (Manrique et al., 2019).

En este sentido, se puede afirmar que la logística está adquiriendo una mayor relevancia en la estrategia empresarial, funcionando como un elemento decisivo en la capacidad de las organizaciones para mantenerse competitivas en un mercado volátil. Esto es posible por los avances tecnológicos y el incremento demanda.

Otro aspecto importante a considerar es el grado de satisfacción de los usuarios, ya que es aquella métrica significativa de la calidad de la atención y del suministro de bienes y servicios (Silva et al., 2021). Esto implica comprender cuáles son esas exigencias y luego ofrecer respuestas reales en forma de apoyo y disponibilidad de productos y servicios.

La empresa en la cual se realizará la investigación, actualmente, presenta inconvenientes con respecto a su estrategia logística para tener satisfecha la demanda, reflejándose en un ineficiente proceso productivo, que genera grandes cantidades de inventarios por lo que no presenta un control de Kardex adecuado.

Como resultado, los clientes quedan insatisfechos con el servicio de la empresa, reduciendo los ingresos, perjudicando la marca y beneficiando la prosperidad de los competidores.

Esta investigación se justifica por buscar las óptimas estrategias que lograrán definir de mejor manera los procesos logísticos de la empresa y logre mantener satisfecha a su demanda, para ello se determinará el modo de relacionar los procesos logísticos en la satisfacción de los usuarios en la compañía encargada de producir y comercializar alimentos, el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

Por otro lado, este análisis se basa en los siguientes estudios previos relacionados con las variables investigadas:

Valera (2017) tuvo como finalidad identificar el vínculo entre la gestión logística y la satisfacción laboral para los empleados. Este análisis fue descriptivo transversal y correlacional. Los datos de este estudio se recogieron mediante un cuestionario a 152 clientes de Cajamarca. Como resultado, la prueba de correlación de Pearson resultó mayor a 0 (cero), lo que sugiere la presencia de un vínculo entre una buena logística y clientes satisfechos. Este trabajo es importante para la investigación propuesta por la relación demostrada entre ambas variables.

Según Ramos (2018) en su estudio sobre gestión de la cadena de abastecimiento y la calidad del servicio de las ferreterías, en Varinacocha, tuvo como finalidad mejorar el servicio al usuario, implementando un sistema de gestión logística, fue cualitativo- no experimental, para ello, se ha considerado a los profesionales de la logística y a los principales clientes. Analizando el contexto de la empresa se pudo implantar herramientas de control, mediante el análisis del entorno, lo que mejoró la entrega de los pedidos en un 37,84% menos de tiempo, llegando las cosas en un máximo de 1 a 10 días, y se atendieron el 52,03% de las quejas y/o devoluciones de los consumidores. Además, los requerimientos

pueden reservarse de forma más eficaz, con presupuestos que cubren pedidos de hasta ocho semanas, lo que agiliza el proceso. El ahorro en la diferencia de inventario fue de 693.885,44 soles al concluir el periodo de implementación de cinco meses. Esta tesis apoya el sustento de la investigación ya que afirma la influencia positiva entre la primera variable, y exponen que, mediante el uso de herramientas adecuadas se han reducido la disconformidad del cliente y han optimizado los procesos.

Según Lara (2017) desarrolló e implementó un plan de gestión logística para Cala S.A.C. que optimizara la satisfacción del cliente reduciendo la pérdida de tiempo y esfuerzo. Como representaciones, se utilizó a tres trabajadores de las distintas áreas del proceso productivo. Censal a 200 clientes desarrollando un estudio no experimental. Se diseñó un plan de gestión logística, definiendo el tiempo y el dinero necesarios para optimizar los tiempos y procesos innecesarios. Se examinaron las implicaciones en el flujo de caja de la situación actual, un escenario donde las ventas aumentan 10%, y un escenario pesimista en el que las ventas disminuyen un 10%. El aporte de esta investigación, contribuye con el tema de optimización en tiempos y procesos para mejorar la calidad y tener satisfecho al cliente.

Según Lunarejo y Nieman (2020) tuvieron como objetivo investigar el vínculo entre las operaciones logísticas del departamento de confitería y el disfrute de los clientes internos de Trujillo. El estudio fue de tipo aplicado, mediante el mapeo de procesos, el análisis DAFO, un mapa de causa-efecto y entrevistas, se pudo identificar las debilidades fundamentales en el diseño del proceso logístico, identificadas como un déficit en gestión de existencias, uniformidad en el proceso. Este estudio confirma el objetivo del actual estudio, el cual contribuye siendo base para el desarrollo del marco teórico.

Rojas (2019) tuvo como objetivo principal plasmar la influencia del sistema logístico de gestión en la satisfacción de los consumidores en una ferretería de Huancayo, de tipo aplicada y con nivel correlacional. El proyecto comenzó con una investigación sobre si en

la empresa se desarrolla o no un Sistema de Gestión Logística, y los resultados revelaron que no lo hace. Para planificar eficazmente el cumplimiento de los pedidos, se utilizó el planeamiento de lo que es necesario para la distribución, se crearon formularios de gestión de almacén para el recuento de existencias. Por último, el servicio al cliente de la empresa, ha mejorado considerablemente gracias a la implantación del Sistema de Gestión Logística, que ha agilizado las operaciones en toda la cadena logística. Este estudio, refuerza positivamente el desarrollo de la presente tesis, porque evidencia que con un previo análisis de la situación se pueden generar estrategias que mejoren el sistema logístico y contribuya a mantener satisfecho al cliente.

De la misma manera, Bueno y Lopez (2020) analizaron la relación que existe entre calidad del servicio logístico y satisfacción de los agroexportadores. Utilizaron una muestra de 70 empresas, estudio correlacional, concluyendo que existe relación entre las variables, asimismo se recomienda que se deben programar sesiones de capacitación para que los empleados resalten el significado de brindar un excelente servicio, la confianza que los agroexportadores tienen en sus proveedores y los procesos establecidos para proteger la información sensible. Esta investigación es de sustento para afirmar qué tipo de relación se presenta entre las variables de estudio.

Figuroa (2018) en Guayaquil, elaboraron una propuesta de modelo enfocado en gestionar los procesos logísticos dirigidos a incidir favorablemente en la satisfacción del cliente. Se realizó un cuestionario a 44 personas pertenecientes a procesos logísticos y a 381 clientes, fue descriptivo y se encontró que un modelo de gestión de procesos logísticos, evita deficiencias en la atención de los despachos, entregas a tiempo, entrega de productos en mal estado para ello se debe implementar capacitación desde el área de Recursos Humanos. Este estudio identifica las falencias con respecto a procesos logísticos, que permitirán sugerir mejoras para la empresa que se pretende investigar.

De esta manera, se exponen las teorías que son sustento para el desarrollo de esta investigación, como el proceso logístico que, para Fontalvo et al. (2019) es la coordinación y gestión de las partes logísticas de la empresa, que incluyen el transporte, la productividad, la distribución, la producción y el abastecimiento, entre otros. todo el proceso está interconectado, empezando por las negociaciones con los proveedores y terminando con la entrega a los clientes, esto quiere decir que es un conjunto de prácticas usadas por casi todas las empresas con el fin de garantizar que un producto o servicio se entregue conforme a las exigencias del cliente, en el plazo previsto y con las mínimas perturbaciones.

La compra de artículos a los proveedores y su uso como insumos en el procedimiento de fabricación de la empresa permite garantizar que haya un flujo constante de materiales primos y productos terminados disponibles para la venta a los clientes (Alemán et al., 2019).

Según López et al. (2015), el proceso de producción permite demostrar que tan eficaz y eficiente son las entradas y salidas con el sistemas de operaciones con fines de mejoras al proceso logístico, que debe ser controlado a través de un sistema logístico de acuerdo con las exigencias de la empresa.

De la misma manera, se exponen procesos como: proceso de aprovisionamiento que se centra en la adquisición o administración de todo lo necesario para producir productos o servicios de la organización. Este proceso inyecta insumos como la cantidad de productos que ingresan o se reciben, tales como materias primas, los cuales son adquiridos por la empresa y destinados a los procesos de producción y transformación, ya finalizado el proceso, todos los materiales o productos se guardan en un almacén, generando así que se controlen y roten las mercancías que están en proceso de venderse. El aprovisionamiento permite minimizar los gastos asociados a la adquisición de materias primas, elementos y otros productos según las necesidades del proceso de producción para transformarlos en productos acabados (López et al., 2015).

En la empresa que es materia de esta investigación, el proceso de aprovisionamiento comienza desde la recepción de la leche que ha sido requerida bajo selección de los proveedores que manejan exigentes estándares de calidad, este insumo es verificado aplicando el protocolo de recepción de mercadería con el que cuenta la empresa.

El proceso de producción, que es la sección en la que se desarrollan todas las actividades operativas que convierten los recursos en bruto en productos vendibles, incluye procesos para fabricar bienes terminados para su venta. El proceso de producción consiste en las acciones que realiza una corporación para fabricar un artículo o producto con los atributos, cualidades y características que los compradores ven cuando expresan un deseo de disfrute, este producto terminado debe adecuarse a las necesidades de los usuarios del mercado, teniendo en cuenta que cada proceso de fabricación se realiza con la ayuda de equipos humanos, eléctricos o mecánicos, así como de insumos, materias primas y demás materiales existentes, según se requiera; ello se gestiona a través de normas, manuales, procedimientos, bases de datos, conocimientos y técnicas de control, entre otras herramientas. El sector logístico siempre existirá debido a la adición de valor, la gestión, el medio en que se transporta y otros recursos materiales que intervienen en la fabricación, además de los recursos técnicos y el personal suficiente necesarios para obtener el producto final terminado (López et al., 2015).

Con respecto a este proceso, la empresa en estudio, revisa los requerimientos de sus clientes para comenzar con el proceso de su producto final, siguiendo los protocolos que permitan una logística que evidencie la calidad e integridad con la que trabajan, sumándose a ello, la verificación del estado de la maquinaria y equipo, también las condiciones adecuadas del ambiente de trabajo.

Así también, el proceso de distribución, que trata de dar a los clientes un valor adicional, estos procedimientos son cruciales para las empresas, ya que contribuyen a los

sectores de la comercialización y la logística al mejorar las operaciones de abastecimiento del mercado. En la actualidad, el proceso de distribución se relaciona con el inicio de un acuerdo de compra con proveedores; la distribución y el transporte de las materias primas se coordinan al momento de su adquisición. Al considerar el ingreso de mercancías a la organización, se realiza la parte interna del procedimiento de distribución de los materiales en los distintos espacios de almacenamiento; para ello se unifica la distribución en almacén, que incluye la ubicación, orden, organización, y control de lo que entra y sale del inventario existente. Una vez finalizada la fabricación, la mercancía se dispersa internamente hasta que está lista para ser enviada al mercado. Tan pronto como las mercancías salen del depósito, se desarrolla otro tipo de distribución externa, conocida como distribución comercial, que involucra la administración del depósito y los métodos de transporte. Muchas empresas aplican este método de distribución con el fin de realizar una entrega rápida a la hora especificada, en el momento exacto y justo a tiempo al cliente final. Cuando el producto llega al cliente, el procedimiento logístico ha terminado (López et al., 2015).

En la empresa que se pretende estudiar, la distribución se lleva a cabo de acuerdo a la solicitud de órdenes, se verifican las fechas en que los clientes han requerido de los productos y de esta manera se envían las unidades a cubrir la demanda.

De esta manera, se expone la segunda variable como, la satisfacción del cliente, que es la acción de garantizar la felicidad del cliente, las empresas deben satisfacer sus demandas incluso antes, durante y después de cerrar una venta, lo cual indica que representa la eficacia con la que un servicio o producto cumple su promesa al usuario. Esta estadística, que se calcula restando el valor real de la estimación del valor del servicio realizada por el cliente antes de la entrega, revela hasta qué punto el servicio se ajusta a las exigencias del cliente (Terry, 2002).

Del mismo modo, para Silva et al. (2021) sostiene que es una medida para determinar qué tan satisfechos están los consumidores con los bienes y servicios brindados por la empresa; tiene en cuenta cualidades como la capacidad de respuesta, la precisión y la amabilidad.

Es por ello que Mejías y Chirkova (2011) expone que se refiere a la valoración de un servicio en función a la enseñanza sobre las expectativas y deseos del consumidor, se puede medir utilizando dimensiones como: calidad funcional percibida, es la dimensión del “cómo” se percibe el producto. Es un criterio subjetivo que no siempre se corresponde con la calidad verdadera u objetiva, que se basa en hechos físicos como las materias primas, el proceso de producción, la garantía o el servicio posventa, etc., (Duque, 2005).

La empresa en mención, se encarga de que el cliente perciba la calidad de su producto, entregándole las especificaciones que cumplen con los estándares de calidad que manejan, haciendo que el precio de venta se justifique con el producto entregado.

Otra dimensión es la calidad técnica percibida, hace hincapié en un servicio que en todo su proceso resulta aceptable, incluye respaldo externo, recursos y estructura interna (Duque, 2005).

En la empresa que se pretende estudiar, para llegar a obtener la presentación del producto, se han utilizado las maquinarias y equipos cuyo funcionamiento y mantenimiento son verificados y monitoreados por el área correspondiente de la empresa, para no presenciar algún retraso y afecte el proceso logístico de la empresa.

Así también, el valor del servicio, representa a la calificación que realiza el cliente en relación al servicio adquirido, en la que se procesan simultáneamente todas las ventajas y los costes percibidos asociados al servicio, lo que da lugar a una calificación global del proveedor de servicios. Esta evaluación influye en las respuestas y acciones presentes y futuras del cliente hacia el proveedor de servicios. Si queremos ejecutar tácticas que influyan

en el valor percibido de un servicio, debemos ser capaces de cuantificar las implicaciones o impactos de estas estrategias en el valor percibido. Esto requiere la creación de un instrumento para determinar el valor de un servicio, lo que exige una comprensión exhaustiva de las dimensiones o componentes que sustentan el constructo del valor del servicio (Bowersox et al., 2007).

Para efectos de este estudio, esta empresa cuenta con una atención personalizada para todo tipo de cliente, con ello se busca fidelizar y posicionarse en el mercado, ya que se espera ser la primera opción para cubrir sus necesidades.

Otra dimensión que se cita, es la confianza, que permite medir qué tan seguro se siente el cliente para adquirir y recomendar las actividades de la empresa, también contribuye a perfilar la imagen de la organización, con tales fines de promocionar el producto o servicio a otros clientes (Mejías y Chirkova, 2011).

Para la empresa en mención, la confianza que puedan generar en sus clientes es un elemento clave para la empresa, ya que, si confían en ella, volverán a adquirir sus productos, incrementando los índices de requerimientos de compra, lo cual significa más ventas y mayor rentabilidad.

Y por último, las expectativas, como es evidente, cuando los clientes hacen negocios con un proveedor, tienen una amplia gama de expectativas, muchas de las cuales se centran en la plataforma de servicios de logística fundamental proporcionada por el proveedor, que incluye, entre otros, la accesibilidad, eficiencia y confiabilidad del servicio, el concepto de expectativas del cliente es muy complicado, ya que los clientes suelen ser grandes organizaciones con múltiples departamentos y personal (Bowersox et al., 2007).

Es por ello que, en la empresa a estudiar, se espera generar grandes expectativas en los clientes, así que, en sus estrategias de marketing, definen y utilizan eficientemente el uso de las 4ps.

1.2. Formulación del problema

Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre los procesos logísticos y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021?

Problemas específicos

¿Cuál es la relación que existe entre el proceso de aprovisionamiento y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021?

¿Cuál es la relación que existe entre el proceso de producción y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021?

¿Cuál es la relación que existe entre el proceso de distribución y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021?

1.3. Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

Objetivos Específicos

Analizar la relación que existe entre el proceso de aprovisionamiento y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

Analizar la relación que existe entre el proceso de producción y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

Analizar la relación que existe entre el proceso de distribución y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

1.4. Hipótesis

Hipótesis General

Existe una relación significativa entre los procesos logísticos y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

Hipótesis Específicos

Existe una relación significativa entre el proceso de aprovisionamiento y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

Existe una relación significativa entre el proceso de producción y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

Existe una relación entre el proceso de distribución y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

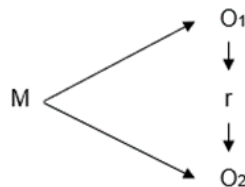
2.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio expone un enfoque cuantitativo y no experimental, porque se busca obtener información que pueda ser medible y compruebe la relación que existe entre las variables.

El nivel es correlacional, porque se pretendió determinar la relación que existe entre las variables de estudio.

El tipo de investigación, es básica, porque aportará y fortalecerá el conocimiento e información que se tiene acerca del tema de estudio.

El modelo del diseño se presenta de la siguiente manera:



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V.1.

O₂ = Observación de la V.2.

r = Correlación entre dichas variables

En el presente estudio, no se pretendió manipular alguna variable, se espera que la información encontrada sea de base para otros estudios ya que se determinará el vínculo que se presenta entre las variables mencionadas.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

La población considerada fue de 49 clientes actuales del año 2023, de la empresa en estudio. ya que, comparten criterios con respecto a la preferencia por adquirir los productos de la empresa.

2.2.2. Muestra

La población al ser menor a 50, se considerará como muestra la misma cantidad de clientes que tienen preferencia por adquirir los productos de la empresa en mención, siendo estos los mismos 49 clientes actuales del año 2023.

Los criterios para su selección son:

Criterios de inclusión

- Personas con emprendimientos del rubro de productos lácteos.
- Distribuidores que compran por grandes cantidades.
- Empresas que utilicen nuestro producto como materia prima.
- Clientes con gran frecuencia de compra.
- Clientes que no mantienen deudas con la empresa.

Criterios de exclusión

- Clientes que mantienen deudas con la empresa.
- Clientes que no son muy recurrentes.
- Clientes que compran por primera vez los productos de la empresa.

2.3. Técnicas e instrumentos, materiales

2.3.1. Técnicas

La técnica a emplear será la encuesta para ambas variables, porque a través de la redacción de una serie de preguntas, que estén alineadas a las dimensiones de las variables, permitirá obtener información directa de la muestra.

2.3.2. Instrumentos

Se aplicará será el cuestionario porque estas preguntas se dirigen directamente a los clientes de la empresa, quiénes son los que brindarán la información necesaria para poder corroborar la hipótesis de investigación.

2.3.3. Confiabilidad del Instrumento

El coeficiente alfa de Cronbach, que va de 0 a 1, se utiliza para evaluar la coherencia de una herramienta de medición; cuanto más se acerque a 1, mayor será el coeficiente de consistencia.

Tabla 1
Confiabilidad de la Encuesta

Alfa de Cronbach	N de elementos
,850	20

Nota. Elaboración del autor

La tabla 1, con respecto al análisis, el valor del Alfa de Cronbach es igual a 0.850, muy cercano a 1, por lo que se afirma que nuestro instrumento posee un nivel de confiabilidad alto. Es decir, nuestra encuesta esta lista para su aplicación, ya que sus resultados serán lo más cercano a la realidad posible.

2.3.4. Procedimiento

El proceso que se siguió para efectos de esta investigación fue la aplicación del cuestionario, que se creó en la plataforma de google forms, el cual fue validado por juicio de expertos y se logró acceder a la base de datos de clientes de la empresa y poder enviarles el link para obtener sus respuestas directamente. Luego de haber obtenido la data, se procedió a colocarlo en un Excel para poder procesar la información por el software SPSS y realizar el cruce de las dimensiones de la primera variable con respecto a la segunda; luego se procedió a redactar los resultados y poder continuar con las discusiones.

2.3.5. Aspectos éticos

Se tomó en cuenta el Código de Ética de la Universidad Privada del Norte decretado en la “Resolución Rectoral N° 104-2016” seleccionando los siguientes aspectos:

- La tesis consta de originalidad cuyas ideas, diseños y construcciones son propios del investigador. Asimismo, las citas fueron parafraseadas mencionando el nombre de autor y su respectivo año, lo cual está debidamente referenciado.
- Además, siguiendo las normas APA 7ª edición, se respetó la participación de los autores los cuales fueron útiles como fuentes formales para el estudio.
- Los datos fueron confidenciales, es decir, estuvieron protegidos y no expuestos para otros fines. Por ello, se mantuvo la validez y confiabilidad de la información sin causar riesgo o peligro a la empresa.
- Valor social: El investigador aportó mejoras a la empresa seleccionada.
- Consentimiento informado: Inició desde el momento en que se recopilaron los datos de los participantes de la muestra. Asimismo, esto confirma el compromiso ético de asegurar la capacidad del sujeto para brindar su consentimiento sin coacción alguna.
- Legalidad: Se realizó porque la información almacenada se utilizó debidamente con el fin de lograr los objetivos planteados.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Análisis Descriptivo

Variable Independiente: Procesos Logísticos

Tabla 2

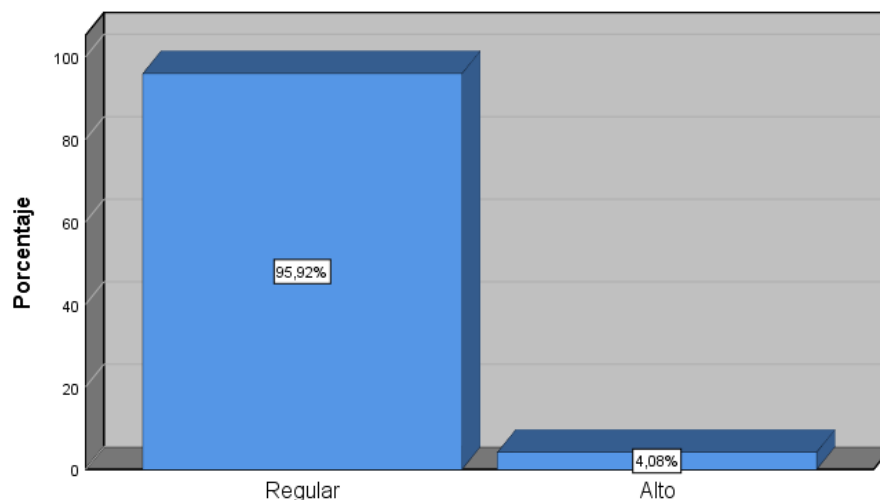
Procesos Logísticos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	47	95,9
	Alto	2	4,1
	Total	49	100,0

Nota. Elaboración del autor

Figura 1

Nivel de los Procesos Logísticos de la empresa de alimentos El Andino EIRL



Nota. Elaboración del investigador

En la tabla 2 y figura 1, podemos observar que en su mayoría (47), un 95.92% mencionaron que los procesos logísticos son desarrollados a un nivel regular en la empresa, asimismo, solo un 4.08% indicó un nivel alto de los procesos logísticos empleados por la organización empresarial El Andino EIRL. Estos resultados evidencian los inconvenientes que presenta la empresa, debido a su exceso de inventario y que no exista un control Kardex

adecuado lo que generaría inconvenientes directamente en el proceso logístico y a su vez inconformidad en los clientes.

Variable Dependiente: Satisfacción de los Clientes

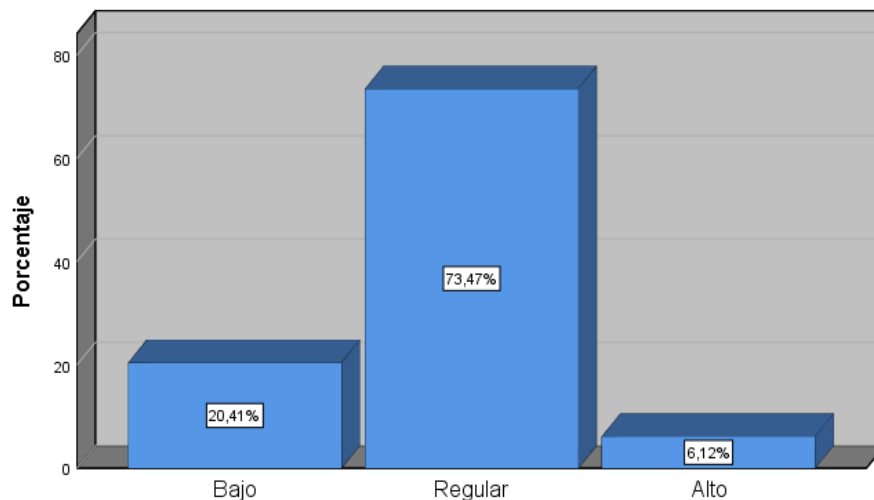
Tabla 3
Satisfacción del cliente

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	10	20,4
	Regular	36	73,5
	Alto	3	6,1
	Total	49	100,0

Nota. Elaboración del autor

Figura 2

Nivel de Satisfacción de los Clientes de la empresa de alimentos El Andino EIRL



Nota. Elaboración del autor

En lo que respecta a la tabla 3 y figura 2, el 73.47% menciona que la satisfacción de los clientes es regular, además, el 20.41% indicó que la satisfacción al cliente está en un nivel bajo, es decir, no están conformes con el servicio, lo que reduce los ingresos considerablemente, daña la marca e incita a que las empresas competidoras del mismo rubro

puedan prosperar. Esto se puede explicar debido a la falta de experiencia por parte de la empresa, al manejar los procesos logísticos, ya que es una empresa relativamente nueva, asimismo al implementar mejoras, estas deben considerar las opiniones de los clientes, ya que de ellos depende el posicionamiento que pueda tener la empresa.

Prueba de Normalidad

Para determinar la prueba de correlación a utilizar, se procederá a realizar una prueba de normalidad, si dichos resultados indican normalidad, la mejor prueba de correlación a aplicar será, la prueba de Pearson, caso contrario, se realizará Rho de Spearman.

Tabla 4

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Procesos Logísticos	,168	49	,001	,870	49	,000
Satisfacción de los clientes	,132	49	,033	,947	49	,027

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Elaboración del investigador

En la tabla 4, los datos exponen un valor sig. menor a 0.05 indican que no siguen una distribución normal, entonces corresponde un Rho de Spearman para evaluar su relación.

Objetivo General

Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L. Chiclayo 2021.

Correlación entre Procesos Logísticos y Satisfacción de los Clientes

			Procesos Logísticos	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Procesos Logísticos	Coeficiente de correlación	1,000	,502*
		Sig. (bilateral)	.	,035
		N	49	49
Satisfacción de los clientes	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,502*	1,000
		Sig. (bilateral)	,035	.
		N	49	49

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Elaborada por el investigador

Los resultados de la tabla 5 y el test correlativo de Spearman indican una relación afirmativa debido al valor de Spearman de 0.502 y significativa ya que su valor sig. es de 0.03 menor al 0.05, afirmando que, los procesos logísticos tienen influencia en la satisfacción de la clientela en la organización empresarial estudiada, es decir, en tanto mejor se realicen los procesos de logística, mayor será la satisfacción de los clientes y esta se verá reflejada en la rentabilidad de la empresa. Cabe mencionar que unos de los problemas que influyen en la satisfacción y que tiene mucho que ver con la relación que existe con los procesos logísticos es cuando los clientes se enteran de que sus pedidos no se consideran puntuales debido a la carencia de materia prima destinada a la manufacturación y no se cumplirán hasta la semana siguiente, en este caso puntual la gestión logística se enfrenta a dificultades en la tramitación de los pedidos , por lo que es necesario para la compañía mejorar este proceso , agilizando y gestionando mejor su cartera de proveedores , para así mantener a sus clientes satisfechos.

Objetivo Específico 1

Analizar la relación que existe entre el proceso de aprovisionamiento y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

Tabla 6

Correlación entre Proceso de aprovisionamiento y Satisfacción de los Clientes

			Proceso de aprovisionamiento	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Proceso de aprovisionamiento	Coefficiente de correlación	1,000	,271
		Sig. (bilateral)	.	,060
		N	49	49
	Satisfacción de los clientes	Coefficiente de correlación	,271	1,000
		Sig. (bilateral)	,060	.
		N	49	49

Nota. Elaboración del autor

En cuanto a la tabla 6, los valores de correlación de 0.271 indican una relación débil o nula entre las variables, asimismo, esto se confirma con los valores de sig. igual a 0.60, mayores a 0.05, lo que confirma que la relación no es estadísticamente significativa, esto quiere decir que, el proceso de aprovisionamiento carece de influencia sobre la satisfacción de los consumidores en la empresa estudiada, esto se puede explicar, debido a que, el cliente no está tan familiarizado con los procesos de compra de materiales, por lo que no afecta considerablemente en la satisfacción del mismo; es importante mantener un correcto orden en cuanto se trata de venta de materiales y materia prima partícipes en el procedimiento diseñado para la obtención de los productos, debido a que, de esto depende un buen

funcionamiento en las siguientes fases productivas de la empresa y distribución de los productos.

Objetivo Específico 2

Analizar la relación que existe entre el proceso de producción y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.

Tabla 7

Correlación entre Proceso de Producción y Satisfacción de los Clientes

		Proceso de Producción	Satisfacción de los Clientes
Rho de Spearman	Proceso de Producción	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,731
		N	49
Satisfacción de los clientes		Coeficiente de correlación	,731
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	49

Nota. Elaboración del autor

En la tabla 7, podemos observar un valor correlativo de 0.731, indicador de una relación altamente positiva y significativa debido al valor sig. de 0.10, menor a 0.05, en conclusión , el proceso de producción impacta en la satisfacción, es decir, la empresa como una organización dedicada a la producción debe garantizar el correcto funcionamiento del área, produciendo eficientemente ,con materia prima de primera mano y siguiendo los estándares de calidad que las industrias alimentarias exigen, en ese sentido la empresa de alimentos el Andino está en búsqueda de obtener la certificación ISO 9001, con ello se busca mejorar los procesos bajo ciertos estándares que logren la satisfacción en el cliente final , mediante un producto de calidad.

Objetivo Específico 3

Analizar la relación que existe entre el proceso de distribución y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L. Chiclayo 2021.

Tabla 8

Correlación entre Proceso de Distribución y Satisfacción de los Clientes

			Proceso de Distribución	Satisfacción de los Clientes
Rho de Spearman	Proceso de Distribución	Coeficiente de correlación	1,000	,604
		Sig. (bilateral)	.	,029
		N	49	49
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,604	1,000
		Sig. (bilateral)	,029	.
		N	49	49

Nota. Elaboración del autor

Finalmente, para el objetivo específico 3, en la tabla 8 se observa un coeficiente de correlatividad de 0.604 con un valor sig. de 0.29, menor al 0.05, por lo cual, se afirma que el proceso destinado a la distribución muestra una influencia positiva en la satisfacción. La empresa al dedicarse en gran medida a la comercialización de alimentos, los procesos de distribución a la hora de la entrega del producto final deben ser de acuerdo a los estándares y tiempos establecidos por los clientes, este punto es crucial y es donde su capital de trabajo debe ser bien invertido, utilizando las herramientas adecuadas para optimizar los tiempos dedicados a la entrega, con la finalidad de evitar retrasos y pérdidas en transporte, que en cierto punto generaría incomodidad en los clientes, es por ello que su estrecha relación se ve reflejada directamente en la satisfacción con un alto valor de correlación.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Valera (2017) determinó la relación entre la gestión logística y la satisfacción laboral de los empleados de productos lácteos La Marquesita, Cajamarca 2016. Como resultado, encontró un valor superior a 0 (cero), lo que sugiere la presencia de un vínculo entre una buena logística y clientes satisfechos.

Además, Ramos (2018) afirma en su investigación que la gestión logística tiene una influencia positiva en la satisfacción del cliente mediante el uso de herramientas adecuadas que han reducido la disconformidad del cliente y han optimizado los procesos.

Al respecto, Rojas (2019) en su investigación mencionó la importancia de crear mecanismos para un desarrollo eficiente mediante la adopción de un SGA. Para planificar eficazmente el cumplimiento de los pedidos, se utilizó la DRP. puede hacer un mejor uso de sus recursos financieros y satisfacer las fechas de entrega establecidas si las compras se programan estratégicamente con hasta 8 semanas de antelación. Además, se crearon formularios de gestión de almacén para el recuento de existencias.

López et al. (2015) indicó que la producción se gestiona a través de normas, manuales, procedimientos, bases de datos, conocimientos y técnicas de control, entre otras herramientas. Asimismo, el sector logístico siempre existirá debido a la adición de valor, la gestión, el transporte y el almacenamiento de las materias primas y otros recursos materiales que intervienen en la fabricación, además de los recursos técnicos y el personal suficiente necesarios para obtener la satisfacción final del cliente, por su estrecha relación entre ambos.

CONCLUSIONES

En conclusión, para el objetivo general, los resultados demostraron la relación positiva y significativa entre ambas variables, es por ello, que la organización debe considerar la mejora continua de los procesos logísticos, ya que esto ayudará a mantener satisfecho a los clientes, lo cual generará nuevas ventas a largo plazo y conexiones con clientes potenciales.

Los resultados mencionan que no existe relación clara entre las variables. De igual forma se recomienda mejorar la gestión de almacenes y compras, con el fin de realizar las fases de producción y distribución de una forma eficaz y rápida.

También se obtuvo que efectivamente existe una relación entre ambas variables (0.731), indicando una relación altamente positiva y significativa debido al valor sig. de 0.10, menor a 0.05.

Finalmente, se halló relación entre el proceso de distribución y la satisfacción de los clientes (0.604) con un valor sig. de 0.29, menor al 0.05.

De acuerdo a la investigación realizada se culmina generalizando que de acuerdo con López et al. (2015) las empresas utilizan este método de distribución con el fin de realizar una entrega rápida a la hora especificada por el cliente, en el momento exacto y justo a tiempo. Cuando el producto llega al cliente, el procedimiento logístico ha terminado. Todos estos procesos, se relacionan con la finalidad de crear confianza y fidelización con el cliente, lo que traerá beneficios a la empresa, aumentando considerablemente su rentabilidad a largo plazo.

Referencias

- Alemán, L., Padilla, D. y Cuevas, C. (2019). Diagnóstico del proceso logístico para la toma de decisiones en empresas de biotecnología. *Retos de La Dirección*, 13(2), 182–202.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552019000200182&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Arévalo, P., Cruz, J., Maldonado, G., Palacio, A., Bonilla, S., Bastidas, A., Guadalupe, J., Rodríguez, M., Jadan, J., Arias, H., Ramos, C., Patricio, G., Chávez, A. y Ramos, C. (2020). *Actualización en metodología de la investigación científica*.
https://www.researchgate.net/publication/349038465_Actualizacion_en_metodologia_de_la_investigacion_cientifica
- Armijo, I., Aspillaga, C., Bustos, C., Calderón, A., Cortés, C., Fossa, P., Melipillan, R., Sánchez, A. y Vivanco, A. (2021). *Manual de Metodología de Investigación*. Universidad del Desarrollo.
<https://psicologia.udd.cl/files/2021/04/Metodologi%CC%81a-PsicologiaUDD-2-1.pdf>
- Bowersox, D., Closs, D. y Cooper, B. (2007). *Administración y logística*. In Michigan State University.
- Bueno, R. y Lopez, R. (2020). *Relación entre la calidad de servicio logístico de los agentes de carga y la satisfacción de los agroexportadores de arándano - Perú 2020* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola.
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c8431b46-7a27-4a7e-9fe0-4fec4ff80a33/content>
- Cadelo, J. y Gonzáles, C. (2022). Efecto de la incertidumbre en las organizaciones del mercado accionario: una herramienta para la toma de decisiones y la inteligencia

clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos El Andino E.I.R.L., Chiclayo 2021 organizacional. *Estudios Gerenciales*, 38(162), 57–68.

<https://doi.org/10.18046/J.ESTGER.2022.162.4689>

De Aza, J., Arias, S. y Matthew, M. (2020). *Propuesta de mejora para la logística de distribución de bebidas a base de extracto de guaraná de la empresa x* [Tesis de pregrado, Universidad UNAPEC]. Repositorio de la universidad UNAPEC. https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/CM_CI_NEG_03_2020_ET210023.pdf

Duque, E. (2005). Del servicio y sus modelos de medición. *Revista Innovar*, 64–80. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012150512005000100004&script=sci_abstract

Figueroa, A. (2018). *Propuesta de un modelo de gestión por procesos logísticos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Alimentos El Sabor Cia. Ltda* [Tesis de Maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10842/1/T-UCSG-POS-MAE-171.pdf>

Fontalvo, T., de la Hoz, E. y Mendoza, A. (2019). Los Procesos Logísticos y La Administración de la Cadena de Suministro. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(2), 102–112. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/SABER.2019V14N2.5880>

Lara, C. (2017). Gestión logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 167.

López, M., Novillo, E. y Guerrero, J. (2015). Diseño del proceso logístico. In *Logística empresarial*, 3, 49-58.

Lunarejo, C. y Nieman, B. (2020). *Diseño de procesos logísticos y la satisfacción del cliente interno del área de confitería en un cine* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27248/Lunarejo%20Sanchez%2c%20Claudia%20Ximena-%20Nieman%20Rodriguez%2c%20Barbara%20Ambrosina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Manrique M., Teves, J., Taco, A. y Flores, J. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, (88), 1136-1146. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/30168/31185>

Mejías, A. y Manrique, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores. *Red de Revistas Científicas de América Latina*, 32(1), 43–47. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433575007.pdf>

Moreno, E. (2021). *Metodología de investigación*. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>

Núñez, L. (2018). *Implementación de un sistema de gestión logística en la empresa Importadora Ralamn S.A.C., para mejorar el servicio al cliente – Lambayeque 2016* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio de la Universidad San Martín de Porres. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4079/ramos_nlv.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Roja, Y. (2019). *Sistema de gestión logístico para la satisfacción de los clientes de la Ferretería El Tambo EIRL* [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. Repositorio de la Universidad Continental. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7174/3/IV_FIN_108_TI_Rojas_Mayta_2019.pdf

- Romero, L. (2020). Importancia de la sección “Materiales y métodos” en los artículos científicos – Comunicar. Escuela de Autores. *Revista Comunicar*, 2. <https://www.revistacomunicar.com/wp/escuela-de-autores/importancia-de-la-seccion-materiales-y-metodos-en-los-articulos-cientificos/>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E. y Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85–101. <https://doi.org/10.29059/CIENCIAUAT.V15I2.1369>
- Silva, R., Julca, F. y Luján, P. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 1–20. <https://doi.org/10.31876/RCS.V26I4.34669>
- Terry, G. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Fundación Confemetal. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=HGy1eJxZVJkC&oi=fnd&pg=PA5&dq=como+medir+la+satisfaccion+del+cliente&ots=6fIZMX-Tji&sig=f_cn2WFbdxng55y6OvieEQor8#v=onepage&q=como%20medir%20la%20satisfaccion%20del%20cliente&f=false

Anexos

Anexo N°1: Matriz de Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO	ESCALA DE MEDICIÓN	METODOLOGÍA
Procesos logísticos	Es la gestión de un proceso productivo eficaz y la eficiente de las entradas y salidas de un sistema de operaciones que debe estar gestionando por un sistema logístico acorde a las necesidades de la	Esta medida que es el conjunto de actividades que realiza la empresa para brindar un producto o servicio, se mide a través de las dimensiones: Proceso de aprovisionamiento, Proceso de producción,	Proceso de aprovisionamiento	Tiempo de entrega del proveedor.	Cualitativa	Escala de Likert	Tipo de investigación: Básica. Diseño de investigación: Correlacional-transversal. Técnica de recolección de información: Encuesta.
				Número de compras a proveedores certificados			
			Proceso de producción	Cumplimiento del cronograma de producción			
				Tiempo total del ciclo			
		Proceso de distribución	N° de Unidades de transporte operativas				

	empresa. López et al., (2015)	Proceso de distribución		N° de Unidades de transporte disponibles.			Instrumento de recolección de la información: Cuestionario
Satisfacción de los clientes	Es el resultado del éxito de un servicio en satisfacer las demandas y expectativas de sus usuarios (Mejías y Manrique, 2011).	Esta medida que es la respuesta de los consumidores hacia un producto o servicio, se mide a través de las dimensiones: Calidad funcional percibida, Calidad técnica percibida, Valor del servicio, Confianza y Expectativas.	Calidad funcional percibida	Percepción sobre la prestación del servicio	Cualitativa	Escala de Likert	
			Calidad técnica percibida	Características del servicio ofrecido			
			Valor del servicio	Relación calidad-precio que percibe el cliente			
			Confianza	Índice de satisfacción			
			Expectativas	Nivel de referencia del consumidor			

Anexo N°2: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES –DIMENSIONES E INDICADORES		METODOLOGIA	
<p>Problema general:</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre los procesos logísticos y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el proceso de aprovisionamiento y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Analizar la relación que existe entre el proceso de aprovisionamiento y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021</p>	V1: Procesos logísticos	<p>D1: Proceso de aprovisionamiento</p> <p>D2: Proceso de producción</p> <p>D3: Proceso de</p>	<p>I1: Tiempo de entrega del proveedor</p> <p>I2: Número de compras a proveedores certificados</p> <p>I1: Cumplimiento de cronograma de producción</p> <p>I2: Tiempo total del ciclo</p> <p>I1: Número de unidades de transporte operativas</p>	<p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Nivel de investigación: Correlacional</p> <p>Diseño de investigación: No experimental</p> <p>Población: 49 clientes de la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L.</p>

<p>¿Cuál es la relación que existe entre el proceso de producción y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el proceso de distribución y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021?</p>	<p>Analizar la relación que existe entre el proceso de producción y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.</p> <p>Analizar la relación que existe entre el proceso de distribución y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L Chiclayo 2021.</p>	<p>V2: Satisfacción de los clientes</p>	<p>D1: Calidad funcional percibida</p> <p>D2: Calidad técnica percibida</p> <p>D3: Valor del servicio</p> <p>D4: Confianza</p> <p>D5: Expectativas</p>	<p>I2: Número de unidades de transporte disponibles.</p> <p>I1: Percepción sobre la presentación del servicio</p> <p>I1: Características del servicio ofrecido</p> <p>I1: Relación calidad-precio que percibe el cliente.</p> <p>I1: Índice de satisfacción</p> <p>I1: Nivel de referencia del consumidor</p>	<p>Muestra: 49 clientes de la empresa productora y comercializadora de alimentos el Andino E.I.R.L.</p> <p>Técnicas e Instrumentos de recolección de datos</p> <p>-Encuesta</p> <p>-Cuestionario</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Anexo N°3: Cuestionario

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Estimado (a):

El presente cuestionario se diseñó como parte de una investigación titulada: “Relación de los procesos logísticos y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos El Andino E.I.R.L., Chiclayo 2021”

En tal sentido, se busca recolectar información relacionada con el objeto de la investigación, por medio de diversas opiniones facilitadas. A tal efecto su colaboración es de carácter significativo a fin de continuar con el análisis antes mencionado. Cabe precisar que se garantiza la confidencialidad de toda la información recolectada. Gracias por su tiempo y colaboración.

INSTRUCCIONES

El encuestado marcará la opción que considere correcta o acorde con su realidad. Para ello resultará oportuno atender los siguientes señalamientos:

Lea cuidadosamente las preguntas y responda la que considere sea su caso.

- Totalmente en desacuerdo 1
- En desacuerdo 2
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3
- De acuerdo 4
- Totalmente de acuerdo 5

Por favor, no deje ninguna pregunta sin responder. Recuerde que no existe respuesta correcta o incorrecta.

Variable 1: Procesos logísticos					
Dimensión 1: Proceso de aprovisionamiento	1	2	3	4	5

1	¿La empresa cumple con los tiempos estimados de entrega de mercadería?					
2	Cuando realiza su pedido ¿la empresa responde a su orden en el tiempo adecuado?					
3	¿Si usted conociera a los que abastecen a El Andino EIRL le garantizaría que sus productos son de calidad?					
Dimensión 2: Proceso de producción						
4	¿Algún retraso en la producción de la empresa, se le comunica para que no haya disconformidad con la espera de su pedido?					
5	¿Cree que el tiempo de entrega de un pedido está relacionado con un buen manejo del proceso de producción?					
6	¿Cree que, si la empresa maneja adecuadamente sus tiempos en el proceso de producción, puede haber una reducción en el precio de venta de sus productos?					
7	¿Relaciona la calidad del producto con las ventas que usted registra mensualmente?					
Dimensión 3: Proceso de distribución						

8	¿La empresa cumple a tiempo con el requerimiento de compra que usted realiza?					
9	¿El tener inconvenientes con la entrega de pedido demuestra un ineficiente proceso logístico?					
Variable 2: Satisfacción de los clientes						
Dimensión 1: Calidad funcional percibida		1	2	3	4	5
10	¿Acerca de la percepción sobre el producto, cree que satisfaga sus necesidades?					
11	¿La percepción sobre el producto, inspira seguridad de compra?					
Dimensión 2: Calidad técnica percibida						
12	¿Las características del producto ofrecido denotan calidad?					
13	¿Las características del producto ofrecido van acorde a su presentación?					
Dimensión 3: Valor del servicio						
14	¿Con respecto al producto, la					
15	¿La relación calidad precio que percibe cubre sus expectativas?					
Dimensión 4: Confianza						
16	¿Se siente satisfecho al acudir a esta organización, porque sabe					

17	¿Su índice de satisfacción por esta entidad, haría que la recomendara con otras personas?					
Dimensión 5: Expectativas						
18	¿El servicio que ofrece la empresa cubre sus expectativas como cliente?					
19	¿Según su nivel de referencia, considera que el personal de la empresa es claro con las explicaciones o informaciones que le brinda?					
20	¿Según su nivel de referencia, el personal de esta empresa posee los conocimientos necesarios acerca de los servicios prestados?					

Anexo N°4: Validación del instrumento de investigación

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	"Relación de los procesos logísticos y la satisfacción de los clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos El Andino E.I.R.L., Chiclayo 2021"			
Linea de investigación:				
Apellidos y nombres del experto:	Dra. Matilde Arroyo Castillo			
El instrumento de medición pertenece a la variable:				
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias:				
Firma del experto:				
 MATILDE ARROYO CASTILLO DNI. N° 1 8 0 3 9 7 7 7 BRA. EN EDUCACIÓN				

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	Relación de los Procesos logísticos y la Satisfacción de los Clientes en la empresa productora y comercializadora de alimentos El Andino E.I.R.L.		
Línea de investigación:	Logística y Satisfacción del Cliente		
Apellidos y nombres del experto:	Pablo Elvira Castro, Dr. en Administración y D.20-01-037-00000		
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Satisfacción del Cliente		

Mediante la matriz de evaluación de expertos, usted tendrá la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las casillas de SI o NO. Asimismo, le solicitamos en la columna de los ítems, indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están repetidas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el envío y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son apropiadas las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población objeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de una manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

Pablo Elvira Castro
0985-17751