

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



**“GESTIÓN LOGÍSTICA Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA
EMPRESA IMPORTADORA HOUSEMART PERÚ S.A.C. LIMA – 2023”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTORES

ALEJANDRA YSABEL SALAZAR GOMEZ SANCHEZ
BRANDON ANTONY ESCUDERO CHÁVEZ
KEVIN ROJAS VARGAS

ASESOR(A)

Dra. MARÍA CELINA HUAMÁN MEJÍA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Ciencias Sociales y Desarrollo Humano

Callao, 2024
PERÚ

Document Information

Analyzed document	TESIS - ESCUDERO, SALAZAR, ROJAS-1-104.pdf (D182713527)
Submitted	2023-12-27 20:53:00 UTC+01:00
Submitted by	
Submitter email	fca.investigacion@unac.edu.pe
Similarity	18%
Analysis address	iinvesfca.unac@analysis.arkund.com

Sources included in the report

W	URL: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82954/Vela_MRP-SD.pdf?sequence=1 Fetched: 5/21/2022 4:05:59 AM	 14
SA	Tesis final_Contabilidad_2023_Rojas Ramos_V1.pdf Document Tesis final_Contabilidad_2023_Rojas Ramos_V1.pdf (D170570790)	 1
SA	UNU_ADMINISTRACION_2022_T_JOHAN-VELASQUEZ_DAVIS-TUCTO_V1.pdf Document UNU_ADMINISTRACION_2022_T_JOHAN-VELASQUEZ_DAVIS-TUCTO_V1.pdf (D152422494)	 14
SA	UNU_ADMINISTRACION_2019_T_ADRIANZEN DELGADO_V2.pdf Document UNU_ADMINISTRACION_2019_T_ADRIANZEN DELGADO_V2.pdf (D63627786)	 1
SA	EF_CurayOrtizYanira.docx Document EF_CurayOrtizYanira.docx (D151100280)	 14
W	URL: https://es.slideshare.net/AlbertoBalmaseda2/gestion-logisticaintegral-lasluisanibalmoragarcia Fetched: 5/29/2022 9:10:13 PM	 6
W	URL: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4079/ramos_nlv.pdf?sequence=1&isAllowed=y Fetched: 11/6/2021 6:40:34 PM	 4
SA	EF_Helard Torres y leslie Rafael.docx Document EF_Helard Torres y leslie Rafael.docx (D141867972)	 3
SA	1A_FLORES_MENDOZA_SIGRIDMARILU_TITULOPROFESIONAL_2022 .docx Document 1A_FLORES_MENDOZA_SIGRIDMARILU_TITULOPROFESIONAL_2022 .docx (D159472890)	 1
W	URL: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781449278809_A45387852/preview-9781449278809_A45387852.pdf Fetched: 12/16/2023 7:02:01 AM	 7
W	URL: https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11363/20151201_DESARROLLO_PROYECTO_EMPRESA_FOTEL.pdf?sequence=1 Fetched: 5/3/2020 4:25:56 PM	 1
SA	S9-SAUL AYAY 26-10-2022 FINAL.docx Document S9-SAUL AYAY 26-10-2022 FINAL.docx (D147755180)	 1
SA	TESIS_Francisco Ismael Sanabria Cortez.docx Document TESIS_Francisco Ismael Sanabria Cortez.docx (D140765349)	 2
SA	Gestión logística y su relación con la productividad del servicio de las Empresas.pdf Document Gestión logística y su relación con la productividad del servicio de las Empresas.pdf (D163852587)	 2
W	URL: https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5652/Mart%C3%ADnez%20Racchum%C3%AD%20%26%20Torres%20Sanchez.pdf?sequence=1&isAllowed=y Fetched: 9/27/2021 4:02:24 AM	 1
W	URL: http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/distribucion_1563828733.pdf Fetched: 11/21/2020 6:45:12 AM	 1
SA	UNU_CONTABILIDAD_2022_T_NINO-DIAZ_JOSE-GUEVARA_V1.pdf Document UNU_CONTABILIDAD_2022_T_NINO-DIAZ_JOSE-GUEVARA_V1.pdf (D149083116)	 1
SA	T2_TT2_ Maria Cuadros Huaripaucar.docx Document T2_TT2_ Maria Cuadros Huaripaucar.docx (D146707263)	 2
SA	Tesis.Kely.22.10.22.docx Document Tesis.Kely.22.10.22.docx (D147330027)	 1

INFORMACIÓN BÁSICA

FACULTAD : Ciencias Administrativas

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN : Administración

TÍTULO : Gestión logística y calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

AUTORES : Alejandra Ysabel Salazar Gomez Sanchez
Código ORCID: 0009-0005-2201-7414
DNI: 72659738
Brandon Antony Escudero Chávez
Código ORCID: 0009-0000-8773-7205
DNI: 71843129
Kevin Rojas Vargas
Código ORCID: 0009-0009-9608-0482
DNI: 72564498
Dra. María Celina Huamán Mejía

ASESOR(A) : Código ORCID: 0000-0002-1034-0151
DNI: 06152205

LUGAR DE EJECUCIÓN : Housemart Perú S.A.C. Lima

UNIDAD DE ANÁLISIS : Un colaborador de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C.

TIPO DE INVESTIGACIÓN : Aplicada

ENFOQUE : Cuantitativa

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN : No experimental - Transversal

TEMA OCDE : Ciencias Sociales – 5.00.00
Negocios, Administración – 5.02.04

HOJA DE REFERENCIA DEL JURADO Y APROBACIÓN

TESIS TITULADA : Gestión Logística y Calidad del Servicio al
Cliente de la empresa importadora Housemart
Perú S.A.C. Lima – 2023

Alejandra Ysabel Salazar Gomez Sanchez

DNI: 72659738

PRESENTADO POR : Brandon Antony Escudero Chávez

DNI: 71843129

Kevin Rojas Vargas

DNI: 72564498

MIEMBROS DEL JURADO

PRESIDENTE : Dr. Víctor Hugo Duran Herrera

SECRETARIO : Dr. Madison Huarcaya Godoy

VOCAL : Mg. Juan Carlos Santurio Ramírez

ASESOR DE TESIS : Dra. María Celina Huamán Mejía

DNI: 06152205

N° DE ACTA DE
SUSTENTACIÓN : 11

N° DE LIBRO : 01

N° DE FOLIO : 12

FECHA DE
APROBACIÓN : 20/01/2024





UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Av. Juan Pablo II 306 Bellavista - Callao Telf. 429-7296
 "Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la
 conmemoración de las heroicas batallas de Junin y Ayacucho"



ACTA N° 11 DE SUSTENTACIÓN DE TESIS CON CICLO TALLER DE TESIS DE FECHA 20 DE ENERO DEL 2024 PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

LIBRO N° 01 FOLIO N° 12 ACTA N° 11 DE SUSTENTACIÓN DE TESIS CON CICLO TALLER DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN.

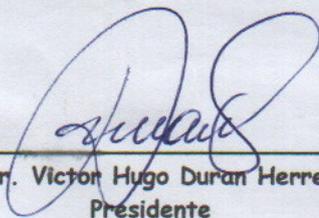
A los 20 días del mes enero del año 2024, siendo las...10.00... horas, se reunió, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao, el **JURADO DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**, para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración, conforme a las Resoluciones de Consejo de Facultad N° 113-2023-CF-FCA-UNAC y 156-2023-CF-FCA-UNAC, integrado por los siguientes docentes ordinarios de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao:

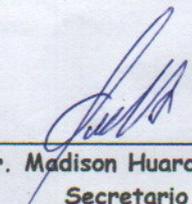
- | | |
|----------------------------------|--------------|
| Dr. Victor Hugo Duran Herrera | : Presidente |
| Dr. Madison Huarcaya Godoy | : Secretario |
| Mg. Juan Carlos Santurio Ramirez | : Vocal |
| Dra. Maria Celina Huaman Mejia | : Asesora |

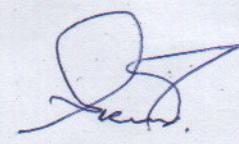
Se dio inicio al acto de sustentación de la tesis de los Bachilleres **ESCUDERO CHAVEZ BRANDON ANTONY, ROJAS VARGAS KEVIN y SALAZAR GOMEZ SANCHEZ ALEJANDRA YSABEL**, quienes habiendo cumplido con los requisitos para optar por el Título Profesional de Licenciado en Administración, sustentan la tesis titulada: "**GESTIÓN LOGÍSTICA Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA IMPORTADORA HOUSEMART PERÚ S.A.C. LIMA - 2023**", cumpliendo con la sustentación en acto público de manera presencial.

Con el quórum reglamentario de ley, se dio inicio a la sustentación de conformidad con lo establecido por el Reglamento de Grados y Títulos. Luego de la exposición, y la absolución de las preguntas formuladas por el Jurado y efectuadas las deliberaciones pertinentes, acordó: Dar por 100% por Usando con la escala de calificación cualitativa Muy Bueno y calificación cuantitativa 17, la presente tesis, conforme a lo dispuesto en el Art. 24° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional del Callao, aprobado por Resolución de Consejo Universitario N° 150-2023-CU del 15 de junio del 2023.

Se dio por cerrada la Sesión a las...11.00... horas del día 20 de enero del 2024.


 Dr. Victor Hugo Duran Herrera
 Presidente


 Dr. Madison Huarcaya Godoy
 Secretario


 Mg. Juan Carlos Santurio Ramirez
 Vocal



INFORME FINAL N°020-2024-PJE/VHDH

PARA : Dr. Julio Wilmer Tarazona Padilla
Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas

DEL : Dr. Víctor Hugo Durán Herrera
Presidente del Jurado Examinador

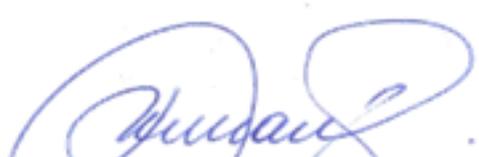
ASUNTO : Informe favorable del Presidente del Jurado Examinador

FECHA : Bellavista, 10 de febrero de 2024.

1. Visto la Ficha de Observación de fecha 5 de febrero del 2024 de la Tesis Titulada: **“GESTIÓN LOGÍSTICA Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA IMPORTADORA HOUSEMART PERÚ S.A.C. LIMA – 2023”** de los tesisistas **ALEJANDRA YSABEL SALAZAR GOMEZ SANCHEZ, BRANDON ANTONY ESCUDERO CHÁVEZ y KEVIN ROJAS VARGAS** para optar el título profesional de **Licenciados en Administración.**
2. En tal sentido se informa que, habiéndose levantado las observaciones realizadas en dicha tesis, **se da conformidad** para su trámite correspondiente.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para reiterarle los sentimientos de mi especial estima y consideración.

Atentamente;



DR. VÍCTOR HUGO DURÁN HERRERA
PRESIDENTE DEL JURADO EXAMINADOR







DEDICATORIA

Dedicamos esta investigación a nuestros padres que siempre confiaron en nuestro desarrollo profesional, brindándonos su apoyo y siendo nuestro soporte más importante. A todas aquellas personas cercanas que siempre nos alentaron a cumplir nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestros maestros y asesores por su apoyo constante, brindándonos conocimientos que motivaron la culminación de nuestra investigación. Agradecemos a nuestra Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao por brindarnos herramientas necesarias para nuestro desarrollo profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INFORMACIÓN BÁSICA	iv
HOJA DE REFERENCIA DEL JURADO Y APROBACIÓN.....	v
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii
1 I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.	1
1.2 Formulación del problema.....	5
1.2.1 Problema General.	5
1.2.2 Problemas Específicos.	5
1.3 Objetivos.....	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Específicos.	6
1.4 Justificación.	6
1.4.1 Justificación Teórica.	6
1.4.2 Justificación Social.	7
1.4.3 Justificación Metodológica.....	7
1.5 Delimitantes de la investigación.....	7
1.5.1 Teórico.....	7
1.5.2 Temporal.....	7

1.5.3	Espacial.....	7
2	II. MARCO TEÓRICO	8
2.1	Antecedentes	8
2.1.1	Internacionales	8
2.1.2	Nacionales.....	11
2.2	Bases Teóricas.....	15
2.2.1	Gestión Logística.....	15
2.2.2	Calidad de Servicio al Cliente.....	47
2.3	Marco Conceptual.....	52
2.4	Definición de Términos Básicos.....	52
3	III. HIPÓTESIS Y VARIABLES	56
3.1	Hipótesis	56
3.1.1	Hipótesis general.....	56
3.1.2	Hipótesis específicas	56
3.2	Operacionalización de variables	57
4	IV. METODOLOGÍA DEL PROYECTO.....	60
4.1	Diseño metodológico.....	60
4.2	Método de investigación.....	61
4.3	Población y muestra.....	61
4.3.1	Población.....	61
4.3.2	Muestra	61
4.4	Lugar de estudio y periodo desarrollado.....	61
4.5	Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.....	61
4.5.1	Técnica.....	61
4.5.2	Instrumento	62
4.5.3	Validez.....	62

4.5.4	Confiabilidad.....	62
4.6	Análisis y procesamiento de datos.....	63
4.7	Aspectos éticos en investigación.	63
5	V. RESULTADOS	64
5.1	Resultados descriptivos.	64
5.1.1	Resultados descriptivos de las variables.....	64
5.1.2	Resultados descriptivos de las dimensiones	66
5.2	Resultados inferenciales.	75
5.2.1	Prueba de normalidad	75
5.2.2	Prueba de hipótesis general.....	77
5.2.3	Prueba de hipótesis específicas	78
6	VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	83
6.1	Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados.	83
6.2	Contrastación de los resultados con otros estudios similares.....	84
6.3	Responsabilidad ética.....	86
7	VII. CONCLUSIONES.....	87
8	VIII. RECOMENDACIONES.....	89
9	IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
	ANEXOS	98
	-Matriz de consistencia	98
	-Instrumentos validados.....	99
	-Consentimiento informado en caso de ser necesario.	104
	-Base de datos.....	105
	-Otros anexos necesarios de acuerdo a la naturaleza del problema.	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Evolución Histórica de la Logística y sus aspectos relevantes</i>	17
Tabla 2 <i>Tipos de inventarios según la actividad empresarial.</i>	28
Tabla 3 <i>Validez del contenido por juicio de expertos del instrumento Gestión Logística.</i>	62
Tabla 4 <i>Validez del contenido por juicio de expertos del instrumento Calidad de Servicio al Cliente.</i>	62
Tabla 5 <i>Estadísticas de fiabilidad para la variable gestión logística.</i>	63
Tabla 6 <i>Estadísticas de fiabilidad para la variable calidad de servicio al cliente.</i>	63
Tabla 7 <i>Análisis descriptivo de la variable gestión logística.</i>	64
Tabla 8 <i>Análisis descriptivo de la variable calidad de servicio al cliente.</i>	65
Tabla 9 <i>Análisis descriptivo de la dimensión gestión de compras y abastecimientos.</i>	66
Tabla 10 <i>Análisis descriptivo de la dimensión gestión moderna de inventarios.</i>	67
Tabla 11 <i>Análisis descriptivo de la dimensión gestión logística en centros de distribución y almacenes.</i>	68
Tabla 12 <i>Análisis descriptivo de la dimensión gestión de transporte y distribución.</i>	69
Tabla 13 <i>Análisis descriptivo de la dimensión elementos tangibles.</i>	70
Tabla 14 <i>Análisis descriptivo de la dimensión confiabilidad.</i>	71
Tabla 15 <i>Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de respuesta.</i>	72
Tabla 16 <i>Análisis descriptivo de la dimensión seguridad.</i>	73
Tabla 17 <i>Análisis descriptivo de la dimensión empatía.</i>	74
Tabla 18 <i>Prueba de normalidad.</i>	75
Tabla 19 <i>Rango de coeficiente de correlación de Spearman.</i>	77
Tabla 20 <i>Correlaciones de Spearman entre gestión logística y calidad de servicio al cliente.</i>	78
Tabla 21 <i>Correlaciones de Spearman entre gestión de compras y abastecimientos y calidad de servicio al cliente</i>	79

Tabla 22 *Correlaciones de Spearman entre gestión moderna de inventarios y calidad de servicio al cliente*..... 80

Tabla 23 *Correlaciones de Spearman entre gestión logística en centros de distribución y almacenes y calidad de servicio al cliente*..... 81

Tabla 24 *Correlaciones de Spearman entre gestión de transporte y distribución y calidad de servicio al cliente*..... 82





ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Funciones de la Gestión Logística</i>	22
Figura 2 <i>Tipos de inventarios según su ubicación en la cadena de suministro</i>	29
Figura 3 <i>Esquema de la clasificación ABC</i>	32
Figura 4 <i>Envíos sin el uso de plataforma de consolidación</i>	34
Figura 5 <i>Envíos con el uso de la plataforma de consolidación</i>	34
Figura 6 <i>Envíos sin uso de plataformas de expedición</i>	35
Figura 7 <i>Envíos con el uso de la plataforma de expedición</i>	36
Figura 8 <i>Envíos sin uso de plataforma cross dock</i>	37
Figura 9 <i>Envíos utilizando una plataforma de cross dock</i>	37
Figura 10 <i>Estanterías selectivas</i>	39
Figura 11 <i>Estanterías de acumulación</i>	40
Figura 12 <i>Estanterías de acumulación dinámica por gravedad</i>	40
Figura 13 <i>Transpaleta manual</i>	41
Figura 14 <i>Transpaleta eléctrica con conductor acompañante</i>	41
Figura 15 <i>Montacargas</i>	42
Figura 16 <i>Canales de distribución</i>	46
Figura 17 <i>Gráfico de barras de la variable gestión logística</i>	64
Figura 18 <i>Gráfico de barras de la variable calidad de servicio al cliente</i>	65
Figura 19 <i>Gráfico de barras de la dimensión gestión de compras y abastecimientos</i>	66
Figura 20 <i>Gráfico de barras de la dimensión gestión moderna de inventarios</i>	67
Figura 21 <i>Gráfico de barras de la dimensión gestión logística en centros de distribución y almacenes</i>	68
Figura 22 <i>Gráfico de barras de la dimensión gestión de transporte y distrib...</i>	69
Figura 23 <i>Gráfico de barras de la dimensión elementos tangibles</i>	70
Figura 24 <i>Gráfico de barras de la dimensión confiabilidad</i>	71
Figura 25 <i>Gráfico de barras de la dimensión capacidad de respuesta</i>	72
Figura 26 <i>Gráfico de barras de la dimensión seguridad</i>	73
Figura 27 <i>Gráfico de barras de la dimensión empatía</i>	74
Figura 28 <i>Gráfico Q-Q normal de gestión logística</i>	76
Figura 29 <i>Gráfico Q-Q normal de calidad de servicio al cliente</i>	76

RESUMEN

El presente informe de tesis tuvo como propósito determinar la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C Lima – 2023. A nivel metodológico, se consideró una investigación tipo aplicada, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional, además se empleó un diseño no experimental transversal. Asimismo, la técnica que se utilizó fue la encuesta y los instrumentos utilizados fueron los cuestionarios, cabe señalar que antes de su aplicación se comprobó la validez mediante el juicio de expertos y la confiabilidad mediante el estimador de consistencia interna Alfa de Cronbach, con el cual se obtuvo un 0.873 y 0.994 para el cuestionario de gestión logística y calidad de servicio al cliente respectivamente. Además, la muestra que se consideró fue de 65 trabajadores de la empresa importadora sujeta a estudio y quienes fueron seleccionados con el muestreo probabilístico.

Finalmente, para obtener los resultados se llevó a cabo un análisis estadístico inferencial con el que se consiguió un nivel de significancia de 0.000, lo cual evidenció que el p-valor es menor a 0.05, por tal razón, se aceptó la hipótesis planteada en la investigación y se rechazó la hipótesis nula, por consiguiente, existe una relación significativa y positiva entre las variables investigadas. Por último, el coeficiente de Rho de Spearman fue de 0.787 que indica una correlación positiva muy fuerte entre las variables de estudio, con estos hallazgos se alcanzaron los objetivos planteados.

Palabras clave: gestión logística, calidad de servicio al cliente

ABSTRACT

The purpose of this thesis report was to determine the relationship between logistics management and the quality of customer service of the importing company Housemart Perú S.A.C Lima – 2023. At a methodological level, an applied research type, quantitative approach, correlational descriptive level was considered. In addition, a cross-sectional non-experimental design was used. Likewise, the technique used was the survey and the instruments used were the questionnaires. It should be noted that before its application, validity was checked through expert judgment and reliability through the Cronbach's Alpha internal consistency estimator, with which 0.873 and 0.994 were obtained for the logistics management and customer service quality questionnaire respectively. Furthermore, the sample that was considered was 65 workers from the importing company subject to study and who were selected with probabilistic sampling.

Finally, to obtain the results, an inferential statistical analysis was carried out with which a significance level of 0.000 was achieved, which showed that the p-value is less than 0.05, for this reason, the hypothesis stated in the research and the null hypothesis was rejected, therefore, there is a significant and positive relationship between the investigated variables. Finally, Spearman's Rho coefficient was 0.787, which indicates a very strong positive correlation between the study variables. With these findings, the stated objectives were achieved.

Keywords: logistics management, quality of customer service

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se titula, “Gestión logística y calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023”

En el vertiginoso mundo del comercio internacional, las empresas importadoras se encuentran en la vanguardia de la globalización, desempeñando un papel crucial en la cadena de suministro y contribuyendo al dinamismo económico. En este escenario, la gestión logística emerge como un elemento vital para el éxito y la competitividad de estas organizaciones, influyendo directamente en la eficiencia, la rentabilidad y lo, lo que es más esencial, la satisfacción del cliente.

En este contexto, la calidad de servicio al cliente se posiciona como una piedra angular que no solo refleja la excelencia operativa de una empresa importadora, sino que también moldea la percepción y fidelidad del cliente.

En este panorama, la tesis se realiza con el objetivo de determinar la relación entre la gestión logística y la calidad del servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C

Esta investigación presenta los siguientes contenidos: Capítulo I Planteamiento del Problema; Capítulo II Marco Teórico; Capítulo III Hipótesis y Variables; Capítulo IV Metodología del proyecto; Capítulo V Resultados; Capítulo VI Discusión de Resultados y finalmente, Conclusiones y Recomendaciones.

Finalmente se concluye que la gestión logística se relaciona significativamente con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática.

En la actualidad, las empresas y los mercados están experimentando cambios constantes debido a la globalización, la aparición de nuevas tecnologías de comunicación e información, entre otros factores. Estos cambios presentan tanto oportunidades como amenazas para las empresas, lo que las obliga a volverse más competitivas para adaptarse a las nuevas condiciones del entorno.

A nivel internacional, la crisis de transporte durante la pandemia ha generado un desbalance logístico, con costos de transporte excesivos, demoras consistentes y cuellos de botella en las cadenas de suministro. A pesar de que el comercio global no ha mostrado un crecimiento sostenido, se ha observado un aumento significativo en la demanda en regiones como Estados Unidos y Europa, impulsado por cambios en los estilos de vida debido a la cuarentena. Empresas como Home Depot, Target, Walmart y Amazon han experimentado niveles sin precedentes de consumo, en parte debido a los sistemas de entrega a domicilio y las facilidades de pago remoto. Esta situación ha llevado a un desbalance logístico masivo, con un incremento exagerado en los costos de transporte y una rentabilidad excesiva para las empresas navieras. La crisis ha impactado diversos sectores, generando una inflación global, y ha requerido estrategias logísticas adicionales, como la organización de centros de distribución intermedios y el mantenimiento de inventarios de seguridad (Ávila, 2022)

Por otro lado, la calidad del servicio al cliente ha experimentado varios cambios en los últimos años a nivel internacional. La tecnología ha desempeñado un papel crucial en la transformación de la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. La automatización y la inteligencia artificial han permitido respuestas más rápidas y personalizadas, mejorando la experiencia del cliente. Además, las redes sociales han amplificado la voz de los clientes, dando lugar a una mayor transparencia y la necesidad de una atención al cliente más eficiente. La pandemia también ha impulsado cambios significativos, con un aumento en la demanda de servicios en línea y un enfoque



en la empatía y la flexibilidad por parte de las empresas. La rapidez y la eficacia se han vuelto aún más críticas en un mundo donde la competencia es feroz.

A nivel América Latina y el Caribe, según el Índice de Desempeño Logístico ha registrado una puntuación de 2.7 respecto al año 2018 (2,66). Es importante destacar que la región mejoró su calificación en tres de los seis componentes del índice. En el caso de Infraestructura, pasó de un 2.5 en 2018 a un 2.6 en 2023. Competencia y Calidad de Servicios Logísticos registró un 2.7 en 2023, 0.1 puntos por encima que en la edición anterior. Seguimiento y Rastreo, por su parte, obtuvo un 2.8 en 2023, igualmente superior en 0.1 puntos a la calificación de 2018. Aduanas y Envíos Internacionales registraron la misma puntuación en ambas ediciones, 2.5 y 2.7, respectivamente. El único componente cuya calificación se redujo fue Puntualidad, mismo que pasó de 3.1 en 2018 a 3.0 en 2023. De los 22 países de América Latina y el Caribe evaluados con el Índice de Desempeño Logístico, solo 5 países han logrado incrementar su desempeño, los demás han bajado considerablemente (Castro et al., 2023)

La calidad de servicio al cliente, según El informe global de Tendencias de Experiencia del Cliente realizado por Zendesk 2022, encontró que el 55% de las empresas encuestadas en Latinoamérica están de acuerdo en que hay una relación directa entre el servicio al cliente y el rendimiento del negocio. Casi el 90% de los líderes latinoamericanos afirman que su organización considera el servicio al cliente como una prioridad empresarial fundamental, pero el 32% afirma que todavía no está impulsado por la alta dirección ejecutiva. Aunque los resultados apuntan claramente a las inversiones en la experiencia del cliente, esto no va necesariamente acompañado del apoyo de los líderes ejecutivos o de la provisión de programas y soluciones adecuadas (González, 2022).

A nivel nacional, la gestión logística en el Perú de acuerdo con el ranking mundial del Índice de Desempeño Logístico (LPI) 2023 del Banco Mundial, se ubica en el puesto 61 (3.0) de 139 países. El Perú escaló 22 posiciones respecto al ranking mundial del LPI 2018, en el cual ocupaba el puesto 83 (2.69). Nuestro desempeño está a la par de otros países de la región, tales como Chile, Uruguay y Colombia, pero es superado por países como Brasil (el mejor de Latinoamérica, puesto 51) y Panamá (Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial, 2023).

Esta posición global no resulta inesperada, ya que, en nuestro país, los altos costos y las deficiencias en la gestión logística se han convertido en obstáculos significativos para la mejora de la competitividad de las empresas. La pandemia ha dejado en evidencia nuestra situación actual en varios aspectos críticos para el desarrollo del país, y sin lugar a dudas, uno de los más notables es el ámbito de la logística (Sanchez, 2020).

Aunque la mejora en el ranking es notable, esto indica que hay un margen para un mayor crecimiento en la gestión logística y la comparación debe servir como punto de referencia para analizar las estrategias y prácticas que han llevado a estos países a su posición y si hay lecciones que el Perú pueda aprender de ellos.

En el 2020, a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se llevó a cabo la Primera Encuesta Nacional de Logística (ENL) en el Perú. De acuerdo con los resultados, el país ha ido bajando de posiciones respecto a los países de la región en relación con el Índice de Competitividad Global y al Índice de Desempeño Logístico. Esto sobre todo respecto a los casos de Chile y Colombia, países que a partir del 2012 empezaron a implementar planes de desarrollo en la gestión logística (Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal, 2022).

Otro punto importante dentro de una empresa es ofrecer a sus clientes una buena calidad de servicio e interpretar sus necesidades y expectativas para que estos puedan quedar satisfechos. En el estudio realizado por Global Research Marketing (GRM) y JL Consultores, nos menciona que “los limeños consideran que la calidad del servicio influye en un 60% en su decisión de compra de un producto o servicio”. Así mismo se señala que el 71% de los limeños suele no regresar más al lugar de compra ante una mala experiencia de servicio, en estos tiempos donde hay mucha competencia es fácil que los consumidores no se hagan problemas y opten por ir a otra tienda ante una mala atención (Gestión, 2019).

A nivel empresarial, Housemart Perú S.A.C es uno de los principales importadores de materiales de acabados de construcción (cerámicos y

porcelanatos) en el Perú. Tiene proveedores de diferentes países como China, Bolivia, España, India, Italia, México y Perú. La organización opera a través de dos canales de distribución: el canal tradicional, que abarca zonas con comercio de acabados a nivel nacional, y el canal moderno, dirigido al sector minorista (Sodimac y Maestro). La empresa está compuesta por 7 departamentos y/o áreas, que son: ventas, contabilidad, administración, recursos humanos, marketing, importaciones, almacén y seguridad. En la actualidad, cuenta con 5 almacenes distribuidos en los distritos de Comas y San Martín de Porres, y posee maquinaria para las operaciones diarias de la planta, incluyendo aproximadamente 25 montacargas para agilizar la fluidez operativa.

Al analizar la situación actual de la empresa, se observaron los siguientes problemas: la empresa no ha desarrollado una adecuada gestión logística debido a que utiliza una mala distribución de la mercadería debido a que los acabados de cerámica se mantienen por largos periodos de tiempo en almacenes sin destino comercial, desperdiciando recursos en materias improductivas, esto se debe a la falta de información brindada sobre los productos ociosos.

Los transportistas no respetan el horario pactado para el despacho de la mercancía, provocando retrasos en la entrega de los pedidos solicitados por los clientes, lo que conlleva una mala calidad de servicio.

La ineficiente atención al cliente se origina debido a la falta de comunicación de estos, ya que no existe una coordinación en el área logística con respecto a la distribución de sus pedidos, que pueden encontrarse en cualquiera de los dos almacenes de la empresa.

A medida que la empresa creció en el Perú, estos problemas se hicieron evidentes debido a la mayor demanda de los productos.

Por lo tanto, la gestión logística desempeña un papel importante dentro de las empresas por lo que es necesario conocer que variables afectan su desarrollo: gestión de compras y abastecimientos, gestión logística en centros de distribución y almacenes, gestión del transporte y distribución de carga y la gestión moderna de inventarios. Por otro lado, en la calidad del servicio buscamos evaluar sus dimensiones las cuales son los elementos tangibles, capacidad de respuesta, confiabilidad, seguridad y empatía.

Ante la situación presentada se ha decidido investigar la relación entre la gestión logística y la calidad del servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C.

1.2 Formulación del problema.

1.2.1 Problema General.

P_G: ¿Qué relación existe entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?

1.2.2 Problemas Específicos.

P₁: ¿De qué manera la gestión de compras y abastecimientos se relaciona con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?

P₂: ¿De qué manera la gestión moderna de inventarios se relaciona y con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?

P₃: ¿De qué manera la gestión logística en centros de distribución y almacenes se relaciona con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?

P₄: ¿De qué manera la gestión de transporte y distribución se relaciona con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?

1.3 Objetivos.

1.3.1 Objetivo General.

O_G: Determinar la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

1.3.2 Objetivos Específicos.

O₁: Determinar la relación entre la gestión de compras y abastecimientos y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

O₂: Determinar la relación entre la gestión moderna de inventarios y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

O₃: Determinar la relación entre la gestión logística en centros de distribución y almacenes y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

O₄: Determinar la relación entre la gestión de transporte y distribución y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

1.4 Justificación.

1.4.1 Justificación Teórica.

En la presente investigación, se han analizado dos variables: gestión logística y calidad de servicio al cliente. Se busco la relación que existe entre ambas variables cuenta con sus respectivas dimensiones e indicadores basados en autores reconocidos. En el caso de la gestión logística, se ha hecho uso del libro “Gestión Logística Integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento” del ingeniero industrial Luis Aníbal Mora García. Por otro lado, para abordar la calidad de servicio al cliente, se ha consultado el libro “Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia” de los autores Christopher Lovelock y Jochen Wirtz. Se ha llevado a cabo un estudio detallado de cada variable considerando cuidadosamente cada detalle para su desarrollo. Además, se ha realizado una búsqueda de antecedentes a nivel nacional e internacional. Esto ha contribuido como aporte para poder estudiar y analizar los resultados. Asimismo, se han examinado las distintas bases teóricas correspondientes a

cada variable con la finalidad de poder aplicarlo en la empresa importadora que está siendo estudiada en esta investigación.

1.4.2 Justificación Social.

La presente investigación permitirá mejorar la calidad del servicio a los clientes de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C

1.4.3 Justificación Metodológica.

Se propone utilizar técnicas de investigación las cuales resultan esenciales para la recolección de información, tales como encuestas a los clientes que hacen uso del servicio que brinda la empresa con el fin de corroborar información sobre la calidad de servicio, y generar un cambio de política para la mejora continua.

1.5 Delimitantes de la investigación.

1.5.1 Teórico.

En la presente investigación se ha utilizado la sustentación teórica de la gestión logística y la calidad del servicio al cliente en la empresa importadora Housemart Perú S.A.C, como libros, revistas, tesis y artículos para el problema de estudio.

1.5.2 Temporal.

El trabajo de investigación se llevó a cabo en el periodo julio - diciembre del 2023.

1.5.3 Espacial.

El estudio se realizó en la empresa importadora Housemart Perú S.A.C, ubicado en la Av. Chacra Cerro 127, Comas 15316- Lima, Perú.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Para la presente investigación, se han considerado algunos estudios internacionales y nacionales que se relacionan directa e indirectamente con las variables de estudio: gestión logística y calidad de servicio al cliente, lo que permite un mejor conocimiento y entendimiento del problema y de la relación entre las variables de estudio. A continuación, se hace referencia a los antecedentes más relevantes para nuestro estudio.

2.1.1 Internacionales

Richu et al. (2022) desarrollaron el artículo titulado *“Prácticas de gestión logística y satisfacción del cliente: El efecto mediador de la calidad del servicio logístico entre los transportadores en Kenia”* en la Revista Africana de Negocios y Gestión. Universidad de Nairobi, Kenia. El objetivo fue determinar el efecto de la Calidad del Servicio Logístico en la relación entre las Prácticas de Gestión Logística y la satisfacción del cliente de los transportistas en Kenia. Respecto a la metodología, el diseño de investigación es descriptivo transversal y se recopiló datos primarios de los altos directivos del departamento de logística de los transportistas. El estudio fue un censo, realizado entre los 63 importadores y exportadores que eran miembros del Consejo de Transportistas de África Oriental (SCEA), que se utilizó como marco de muestreo. Los hallazgos del estudio fueron estadísticamente significativos y hubo una relación positiva entre las prácticas de gestión logística y la satisfacción del cliente. Un r-cuadrado de 0,482 significó que el 48,2% de la variación en la satisfacción del cliente de los transportistas en Kenia se explicaba por las prácticas de gestión logística y la calidad del servicio logístico. Se concluye que la implementación de las prácticas de gestión logística por parte de los proveedores de servicios logísticos influye en la satisfacción del cliente de los transportistas en Kenia. Los transportistas estaban ligeramente más interesados en que se cumplieran sus expectativas que en ser leales a sus proveedores de servicios logísticos. La calidad del servicio logístico entró en funcionamiento por calidad funcional y calidad técnica

y el estudio encontró que los transportistas en Kenia estaban más satisfechos con la calidad funcional en comparación con la calidad técnica de sus proveedores de servicios logísticos.

Vega de la Cruz y Pérez-Pravia (2022) desarrollaron el artículo científico titulado “*Gestión integrada de riesgos de la seguridad de las cadenas de suministros con enfoque al servicio al cliente*” en la revista Ingeniería y Competitividad. Universidad de Holguín, Cuba. El objetivo es ofrecer una aproximación teórica de la integración de la gestión de riesgos de la seguridad de las cadenas de suministros al sistema organizacional con un enfoque en el servicio al cliente como actividad clave de la logística. Respecto a la metodología, se propone un análisis teórico con el objetivo de generar conocimiento, a partir de una revisión bibliográfica en bases de datos de alto impacto como Scopus y Scielo, además de la revisión de documentos rectores a nivel internacional en materia de riesgos en cadenas de suministro. Se expone un estudio exploratorio para hacer una primera aproximación a la integración de los riesgos de la seguridad de las cadenas de suministros. Esto permitirá decidir si efectivamente se pueden realizar investigaciones posteriores y con mayor profundidad. Se concluye que la integración de la gestión de riesgos de la seguridad de las cadenas de suministros es una cualidad que busca la efectividad de estos sistemas en las organizaciones con un enfoque al servicio al cliente, integrado al control interno, se logrará así una mejor capacidad de respuesta inmediata a las demandas de las redes de suministros.

López et al. (2021) desarrollaron el artículo titulado “*Gestión logística en la industria salinera del departamento de La Guajira, Colombia*” en la revista Información Tecnológica. Universidad de La Guajira, Colombia. El objetivo es analizar la gestión logística en la industria salinera en La Guajira, Colombia. Respecto a la metodología, la investigación fue un análisis descriptivo, no experimental y transversal, con una población y muestra de 39 ingenieros de empresas mineras que se dedican a la explotación y/o procesamiento de la sal en el departamento de La Guajira. La técnica de recolección de datos fue la

encuesta y el instrumento un cuestionario de elaboración propia, el mismo que fue sometido a validación a través de juicio de expertos y determinando su confiabilidad a través del estadístico Alpha de Cronbach (0.93). Se concluye que la gestión logística se realiza en forma medianamente efectiva, resultandos eficientes las estrategias logísticas y reflejándose aceptables la logística interna, los procesos logísticos y la estructura organizacional.

Madriz (2019) desarrolló el artículo titulado *“Estrategias de gestión logística para el mejoramiento de la productividad y la calidad del servicio en hoteles y posadas del Estado Táchira”* en la Revista Provincia. Universidad de Los Andes, Venezuela. El objetivo fue plantear estrategias de gestión logística para el mejoramiento de la productividad y del servicio al cliente en hoteles y posadas, siendo el contexto de estudio los establecimientos ubicados en el municipio San Cristóbal del Estado Táchira, Venezuela. Respecto a la metodología, la investigación fue de tipo cuantitativo, diseño de campo y nivel descriptivo, con una población y muestra de 40 administradores y 120 clientes, utilizándose la encuesta como técnica de recolección de datos, con apoyo en el cuestionario como instrumento, que estuvo sometido a validación por expertos. Se concluye que los hoteles y posadas del municipio San Cristóbal del estado Táchira enfrentan una realidad interna de la gestión logística fundamentada especialmente en debilidades en los procesos de abastecimiento y de distribución y entrega, las cuales son susceptibles de mejoramiento en el corto y mediano plazo. Coexisten aspectos de la realidad externa que plantea el entorno los cuales dificultan la logística en estos establecimientos, y que deben gerenciar estratégicamente a favor de la productividad y la calidad del servicio.

Umair et al.(2019) desarrollaron el artículo titulado *“Impacto de la gestión logística en la satisfacción del cliente: un caso de tiendas minoristas de Islamabad y Rawalpindi”* en la Revista Estadounidense de Gestión Industrial y Empresarial. Facultad de Economía y Gestión, Universidad de Ciencia y Tecnología de Kunming, China. El objetivo fue analizar el impacto de la logística en la satisfacción del cliente de las tiendas minoristas, en las ciudades gemelas

de Islamabad y Rawalpindi. Respecto a la metodología, la investigación fue básica, descriptiva, transversal y diseño de estudio de mínima interferencia, con una población y muestra de 200 tiendas de las ciudades gemelas de Islamabad y Rawalpindi. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento un cuestionario. Los resultados de la investigación demuestran que los factores de la gestión logística (inventario, tiempo de entrega, transporte y logística) afecta la satisfacción del cliente. En conclusión, existe una relación positiva significativa de la satisfacción del cliente con el inventario, el tiempo de entrega, el transporte y la logística.

Ghoumrassi y Tigu (2018) desarrollaron el artículo titulado *“El impacto de la gestión logística en la satisfacción del cliente”* en la revista De Gruyter Open. El objetivo del estudio fue analizar el impacto de la gestión logística en la satisfacción del cliente comprendiendo cómo las prácticas logísticas en las empresas afectan la satisfacción de los clientes, centrándose especialmente en el contexto de pequeñas y medianas empresas industriales en Argelia. La metodología utilizada en este estudio implica entrevistar a gerentes y responsables del proceso logístico en empresas seleccionadas. Este enfoque cualitativo permite obtener percepciones directas de aquellos que están directamente involucrados en la gestión logística y comprender mejor la relación entre las prácticas logísticas y la satisfacción del cliente. La técnica principal de recolección de datos es la entrevista. El instrumento utilizado en este estudio será una guía de entrevista estructurada. Se concluye que la gestión logística tiene un impacto significativo en la satisfacción del cliente, y las empresas que implementan la gestión logística tienden a tener mayores niveles de satisfacción del cliente. Además, se enfatiza que la gestión logística está intrínsecamente conectada a la satisfacción del cliente, ya que optimiza los resultados de la empresa al satisfacer las necesidades de los clientes.

2.1.2 Nacionales

Velásquez Arévalo y Tucto Padua (2023), en su investigación titulada *“La gestión logística y su relación con la calidad del servicio en una factoría ubicada*

en la ciudad de Pucallpa, año 2022". Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Nacional de Ucayali. El objetivo general del estudio fue determinar la relación entre la gestión logística y la calidad del servicio en una factoría ubicada en la ciudad de Pucallpa. Respecto a la metodología, el estudio es de tipo aplicado, nivel correlacional, método hipotético - deductivo y diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo compuesta por 40 trabajadores. La técnica empleada para recolectar información fue la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron cuestionarios que estuvieron debidamente validados a través de juicios de expertos y determinando su confiabilidad a través del estadístico Alfa de Cronbach: (0,725). Entre los resultados, se halló que el Rho de Spearman entre las variables arrojó un valor de 0,783, mostrándose así que existe entre ellas una correlación positiva y alta; por su lado el valor p fue 0,001 el cual siendo menor que la significancia establecida (0,05) ha sido un argumento muy sólido para rechazar la correspondiente hipótesis nula. En conclusión, se obtuvo que la gestión logística se relaciona significativamente con la calidad del servicio en una factoría ubicada en la ciudad de Pucallpa, año 2022.

Mayuri (2023), en su investigación titulada "*Gestión logística y calidad de servicio de la empresa Visual Capital Investments, Jesús María, 2022*" Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración de empresas. Universidad Autónoma del Perú. El objetivo del estudio fue determinar la relación entre la gestión logística y la calidad del servicio de Visual Capital Inversiones, Jesús María. Respecto a la metodología, el estudio es de tipo básico, nivel correlacional, transversal y diseño no experimental. La muestra estuvo compuesta por 50 colaboradores que trabajan en el subcampo de logística propiedad de Visual Capital Investments. La herramienta de medición consta de 20 ítems para el cuestionario de gestión logística y 22 ítems para el cuestionario de calidad del servicio, dichos cuestionarios pasaron por procesos de validación de contenido y análisis de consistencia interna cuyos resultados de alfa de Cronbach fueron de 0.910 para la prueba de gestión logística y 0.906 para la prueba de calidad de servicio. Por otro lado, los resultados obtenidos en la

prueba de hipótesis comprueban que las variables gestión logística y calidad de servicio presentan una correlación positiva muy alta comprobada mediante un resultado de correlación Rho de Spearman de 0.910 con un nivel de significancia bilateral de 0.000. Estos resultados permiten proponer alternativas de solución viables a la problemática identificada en la empresa Visual Capital Investments, Jesús María durante el año 2022.

Zelada (2022), desarrolló el artículo titulado “*Gestión logística y atención al cliente en una empresa industrial del rubro alimentos, Lima 2021*” en la revista Economía & Negocios. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Perú. El objetivo fue determinar la relación que existe entre la gestión logística y la atención al cliente en una empresa industrial del rubro alimentos en Lima 2021. Respecto a la metodología, el método de investigación fue hipotético-deductivo, tipo aplicada, nivel descriptivo y correlacional, diseño no experimental, de corte transversal y enfoque cuantitativo con una población de 400 colaboradores y la muestra fue calculada con la fórmula de población finita, cuyo resultado es de 197 personas. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento un cuestionario de elaboración propia, el mismo que fue sometido a validación a través de juicio de expertos y determinando su confiabilidad a través del estadístico Alpha de Cronbach (0.833). Por otro lado, los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis comprueban que las variables gestión logística y atención al cliente presentan una correlación positiva débil comprobada mediante un resultado de correlación Rho de Spearman de 0.309 con un nivel de significancia bilateral de 0.000. En conclusión, existe relación entre la gestión logística y la atención al cliente, al igual que existe relación con cada una de las dimensiones de la gestión logística (gestión de materiales y distribución física) respecto a la variable dependiente.

Trigoso Vergaray et al. (2023), desarrollaron el artículo titulado “*Gestión logística hospitalaria y calidad de servicio del cliente interno en tiempos de pandemia*” publicado en la revista ReHuSo. Universidad Técnica de Manabí, Ecuador. El objetivo fue determinar en qué medida se relaciona la gestión



logística y la calidad del servicio interno en el área logística del Instituto Nacional de Ciencias Neurológicas, en contexto de pandemia por COVID-19. Respecto a la metodología, el estudio es de tipo básico, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra estuvo compuesta por 135 trabajadores. La técnica empleada para recolectar información fue la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron cuestionarios que estuvieron debidamente validados a través de juicios de expertos y determinando su confiabilidad a través del estadístico Alfa de Cronbach (0,942). En conclusión, existe una relación lineal, baja y directa entre la gestión logística y la calidad del servicio del cliente interno, por lo que, a mayor rango de una, mayor crecimiento de la otra variable. Se recomienda promover la sistematización de la gestión logística a fin de asegurar la calidad del servicio.

Paricahua (2022), desarrolló el artículo titulado *“Gestión logística y su relación con la rentabilidad de empresas constructoras en la provincia de San Román, Puno”* en la revista Quipukamayoc. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. El objetivo fue determinar de qué manera la gestión logística se relaciona con la rentabilidad de las empresas constructoras en la provincia de San Ramón, Puno. Respecto a la metodología, el tipo de estudio fue correlacional, con un diseño no experimental y enfoque cuantitativo con una población de 221 empresas del sector construcción y la muestra fue calculada con la fórmula de población finita, cuyo resultado es de 53 empresas. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento un cuestionario de 33 preguntas con respuestas valorativas de 5 alternativas. Por otro lado, los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis comprueban que las variables gestión logística y rentabilidad presentan una correlación positiva alta comprobada mediante un resultado de correlación Rho de Spearman de 0.700 con un nivel de significancia bilateral de 0.000. En conclusión, existe relación directa entre la gestión logística y rentabilidad de empresas constructoras de la provincia de San Román, asimismo, a mayor control en la gestión de compras e inventarios, mayor rentabilidad.

Acuña Perez et al. (2023) desarrollaron el artículo titulado “*Gestión logística y calidad de servicio en un Municipio de Bagua, Perú*” publicado en la revista Derecho y Desarrollo Sostenible. FACMED Facultad de Ciencias Médicas y Jurídicas, Brasil. El objetivo fue determinar el efecto de la gestión logística sobre la calidad de servicio en el municipio de Bagua, Perú. Respecto a la metodología, el estudio es de tipo básico, mixta, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra estuvo compuesta por 52 usuarios y 8 funcionarios del municipio. La técnica empleada para recolectar información fue la encuesta y la entrevista y los instrumentos de recolección de datos fueron el cuestionario y la guía de entrevista. Por otro lado, los resultados revelaron que si la gestión logística es inadecuada repercute en la calidad de servicio, y cuando mejora dicha variable aumenta la calidad de servicio en un 78.1%, esto quiere decir que la gestión logística cumple correctamente con cada una de las funciones operativas y por ello se produce una mejora en la calidad de servicio. En conclusión, existe un vínculo significativo y moderado entre la gestión logística y la calidad de servicio, lo que demuestra que la mejora continua garantiza una mayor calidad de servicio en todas las áreas que el municipio pone a disposición de todos los ciudadanos.

2.2 Bases Teóricas.

2.2.1 Gestión Logística

En primer lugar, antes de describir la variable gestión logística en el trabajo de investigación se identifica y analiza el contexto en general.

Definición de Gestión.

La palabra gestión, tiene sus raíces etimológicas en el término 'gesto' y se remonta a 1884, proviene del latín 'gestus', que se define como la actitud o movimiento del cuerpo. Este término se deriva de 'gerere', que significa conducir o llevar a cabo (gestiones), y cuenta con sinónimos como: gestionar, gestor, gerente, gerencia y administrador (Corominas, 1987).

Según la Real Academia Española (s/f-a), el término gestión proviene del verbo gestionar: “hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un



deseo cualquiera”

Henry Fayol (1994), principal contribuyente al enfoque clásico de la administración y el modelo de administración básico de la teoría de la gestión administrativa define la gestión como:

Un proceso articulado por cinco acciones o elementos administrativos: planeación, organización, dirección, coordinación y control. Estos elementos, tanto en su estructuración como en su funcionamiento, deben cumplir los principios administrativos que aseguran la buena forma y funcionamiento del cuerpo social, como lo son la división del trabajo, la autoridad, la disciplina, la unidad de mando, la unidad de dirección, la subordinación de los intereses particulares al interés general, la remuneración, la centralización, la jerarquía, el orden, la equidad, la estabilidad personal, la iniciativa y la unión personal. (p. 164)

Esta serie de actividades se refieren, desde una perspectiva directa y simplificada, al desarrollo básico de las funciones de la administración y se basan en un enfoque teórico que se centra en aspectos técnicos con énfasis en la racionalización de la estructura y las funciones de la organización (Manrique, 2016).

Según argumenta Hitt et al. (2006), la gestión lo definen como “el proceso de estructurar y utilizar un conjunto de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional” (p. 8).

Una idea similar puede encontrarse en Hernández y Rodríguez (2011), quien describe la gestión como un proceso intelectual creativo que faculta al administrador para diseñar y poner en marcha las directrices y procesos estratégicos y tácticos de una empresa. El objetivo de este proceso es mejorar la eficiencia, la eficacia y la efectividad buscando alcanzar la competitividad y la rentabilidad de la organización. Esto se logra coordinando los recursos económicos, humanos, tecnológicos y de relaciones sociales, políticas y comerciales, para alcanzar sus propósitos u objetivos.



La definición aceptada por la administración contemporánea considera que “la gestión implica planear, organizar, dirigir y controlar el talento humano y de otro tipo para alcanzar con eficiencia y eficacia las metas de una entidad”(Jones & George, 2019, p. 5).

Evolución Histórica de la Logística.

El término Logística tuvo sus inicios en el campo militar a partir de la Segunda Guerra Mundial, relacionado con la obtención y suministro de los equipos y materiales que se requiere para cumplir una misión. En la actualidad, el uso de este término es más frecuente en el campo empresarial (Mora, 2023).

La evolución de la logística y sus aspectos relevantes se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1

Evolución Histórica de la Logística y sus aspectos relevantes

Época	Aspectos relevantes
1950	<p>Los orígenes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de producción y venta era muy superior a la capacidad de distribución. • Dificultades para entregar a tiempo y de manera eficiente.
1960	<p>La transición</p> <ul style="list-style-type: none"> • Polarización del mundo: capitalismo y socialismo. • Los medios de transporte fueron la prioridad del desarrollo, especialmente el ferrocarril en Europa y el transporte terrestre en Norteamérica.
1980	<p>Tiempos de respuestas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El concepto de distribución física se unió con el de gestión de materiales. • Períodos de recesión y crecimiento e interés por los temas de servicio al cliente. • Los tiempos de respuesta podía mejorar la rentabilidad si se planeaba las operaciones de distribución.
1980	<p>Gestión de materiales</p>

Época	Aspectos relevantes
	<ul style="list-style-type: none"> • Apareció el concepto de gestión de materiales. • El MRP brinda el soporte específico para propiciar una mayor productividad de las plantas y los principios del Kaizen. • Rápida expansión de las computadoras y la importancia de la disponibilidad del capital.
1990	Globalización <ul style="list-style-type: none"> • Las multinacionales se distinguen por su capacidad para integrar y controlar operaciones internacionales. • Necesidad de gestionar la logística a nivel mundial.

Nota. Adaptada de *Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimientos* (pp. 3-4), por L. A. Mora, 2023, Ecoe Ediciones

Definición de Logística.

Etimológicamente, la logística se relaciona con la palabra griega *lagos* (idea). Logística en griego es *Logistike* y se encuentra implícita en la palabra *techne* que quiere decir arte, por lo tanto, se podría interpretar la logística como "La teoría en virtud de la cual la realidad pueda ser calculada lógicamente y predeterminada" (Alvernia, 2006, p. 42).

Según la Real Academia Española (s/f-b), el término logística tiene diferentes enfoques, su primera definición se refiere a su aplicación en el ámbito militar para el movimiento y el mantenimiento de las tropas en campaña. La segunda definición se relaciona con la lógica que utiliza los métodos y el simbolismo de las matemáticas, y por último considera que es el conjunto de recursos y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa o servicio, especialmente en lo que respecta a la distribución.

Para Bowersox et al. (2007) la logística se define como "la responsabilidad para diseñar y administrar sistemas con el fin de controlar el movimiento y el posicionamiento geográfico de la materia prima, el trabajo en proceso y el inventario terminado al costo total más bajo" (p. 22)

Ballou (2010) afirma que la logística "es un conjunto de actividades funcionales (transporte, control de inventarios, etc.) que se repiten muchas veces

a lo largo del canal de flujo, mediante las cuales la materia prima se convierte en productos terminados y se añade valor para el consumidor” (p. 7).

La definición de logística establecida por el Council of Logistics Management (2013) se entiende por:

El proceso de planificar, implementar y controlar procedimientos para el transporte y almacenamiento eficiente y efectivo de bienes, servicios e información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de cumplir con los requisitos del cliente. (p. 117)

En resumen, la logística no es solo un proceso operativo, sino una estrategia empresarial crítica que impulsa la satisfacción del cliente cuya definición es adoptada por la mayoría de organizaciones a nivel mundial.

Definición de Gestión Logística.

La comunidad académica, científica y prensa comercial le ha dado a la gestión logística una variedad de nombres, entre ellos: gestión de logística, logística empresarial, canal de gestión de materiales, distribución física, logística de distribución, logística industrial, gestión de la cadena de suministros, etc (Stock & Lambert, 1987).

Una de las definiciones más completas del término gestión logística es la propuesta por el Council of Supply Chain Management Professionals (2013) indicando que es:

La parte de la gerencia de la cadena de suministro que planifica, implementa y controla los flujos de distribución – ya sea hacia el cliente o hacia el proveedor - para que sean eficientes y eficaces, así como el almacenamiento de productos, los servicios y la información relacionada entre el punto de partida y el punto de consumo, todo esto a fin de responder a las exigencias de los clientes. La gestión logística cumple con una función integradora que coordina y optimiza todas las actividades logísticas, y que también integra las actividades logísticas en otras

funciones, como es el caso del mercadeo, las ventas, la fabricación, las finanzas y la tecnología de la información. (p. 117)

Esta definición goza de gran popularidad en la actualidad y ha sido adoptada por la mayoría de organizaciones a nivel mundial (Pfohl, 2023).

En primer lugar, la gestión logística tiene en cuenta todas las instalaciones que tienen un impacto en la efectividad del sistema y desempeñan un papel en hacer que el producto cumpla con los requisitos del cliente; desde las instalaciones de proveedores y fabricantes hasta almacenes y centros de distribución, minoristas y tiendas. En segundo lugar, el objetivo de la gestión logística es ser eficiente y rentable; minimizando los costos, desde el transporte y la distribución hasta el inventario de materias primas, productos en proceso y los productos terminados. Por lo tanto, el énfasis no está simplemente en minimizar el costo del transporte o reducir los inventarios, sino en un enfoque de sistemas para la gestión logística. Finalmente, debido a que la gestión logística gira en torno a la planificación, implementación y control de la red de logística, abarca muchas actividades dentro de la empresa, desde el nivel estratégico hasta el táctico y el operativo.

La gestión logística se define como el proceso de garantizar la disponibilidad del producto correcto, en la cantidad y condición correcta, en el lugar y hora correcta, para el consumidor correcto, al costo correcto. Esta definición se conoce como las 7 Cs de la Logística (Pinheiro De Lima et al., 2017).

Según Mora (2023) la gestión logística es un conjunto de actividades, en el cual, se incluye distintos procesos para la realización de una determinada operación, estos procesos pueden ser desde la recepción de materia prima hasta la entrega del producto final, por ello es fundamental medir y estudiar el desempeño de cada uno de estos procesos, con el fin de mejorar su productividad, asimismo, para identificar problemas operativos y tomar acciones respecto a ello.

Según Schönsleben (2023) define la gestión logística como la administración eficiente y efectiva de las actividades logísticas para satisfacer las necesidades y requisitos de los clientes.

Objetivos de la Gestión Logística.

Uno de los objetivos primordiales de la gestión logística es aumentar las ventajas competitivas ante los rivales; mediante la interrelación de la distribución física, aprovisionamiento de materias primas, manejo de información, tiempos de respuesta, control de inventarios, estudio de la demanda y servicio al cliente. Esto se traduce en una tasa de retorno de la inversión más elevada, con un aumento de la rentabilidad (Mora, 2023).

Los objetivos que se consiguen con una buena planificación logística son:

- Obtener los materiales en las condiciones apropiadas.
- Reducir los costos de transporte.
- Reducir los costos de manipulación.
- Reducir los costos de almacenamiento y distribución.
- Reducir los grupos de clasificación del stock.
- Reducir el número de revisiones y control de inventarios.
- Alcanzar el nivel de servicio exigido por los clientes.

Importancia de la Gestión Logística.

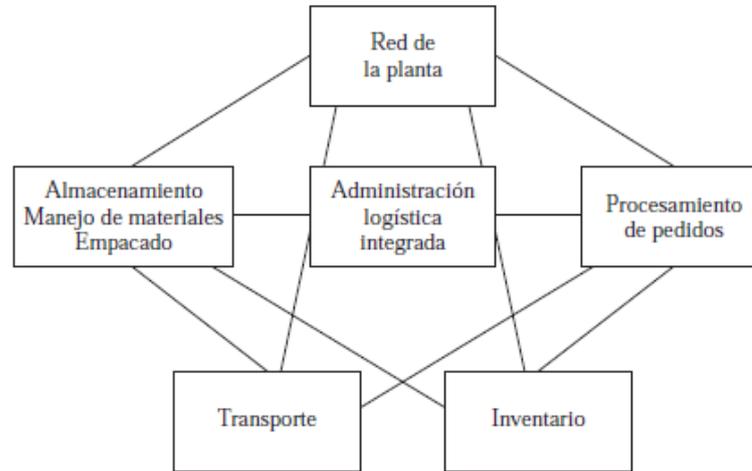
La importancia de la gestión logística radica en la necesidad de crear valor para los clientes, proveedores y accionistas de una empresa. Este valor se expresa principalmente en términos de tiempo y lugar, ya que los productos y servicios no tienen valor hasta que están en posesión de los clientes cuándo (tiempo) y dónde (lugar) ellos deseen consumirlos (Ballou, 2010).

Funciones de la Gestión Logística

Para Bowersox et al. (2020) las funciones integradas de la gestión logística son : (a) procesamiento de pedidos, (b) inventario, (c) transporte, (d) almacenamiento, manejo de materiales y empaqueo y la (e) red de distribución tal como se muestra en la Figura 1.

Figura 1

Funciones de la Gestión Logística



Nota. De *Supply Chain Logistics Management* (p. 40), por D. J. Bowersox, D. J. Closs, M. B. Cooper y J. C. Bowersox, 2020, McGraw-Hill.

El trabajo real de la gestión logística es de naturaleza funcional. Se establecen las ubicaciones de las plantas para formar una red de distribución, la información debe formularse y compartirse, se debe organizar el transporte, el inventario debe aprovecharse y, en la medida necesaria, se deben realizar actividades de almacenamiento, manejo de materiales y empaçado.

La orientación tradicional consistía en realizar cada tarea funcional lo mejor posible prestando una consideración limitada a como un área de trabajo impactaba a las demás. Debido a que el trabajo de la logística es detallado y complejo, existe una tendencia natural a centrarse en el desempeño funcional. Las funciones de la logística se combinan en tres procesos operativos: atención al cliente, apoyo para la fabricación y adquisiciones.

Dimensiones de la Gestión Logística.

Mora (2023) propone los macroprocesos en la gestión logística y abarca la (a) gestión de compras y abastecimientos, (b) gestión moderna de inventarios, (c) gestión logística en centros de distribución y almacenes y (d) gestión del transporte y distribución.

Dimensión 1: Gestión de Compras y Abastecimientos.

En términos de gestión y control de operaciones relacionadas con los flujos físicos de materiales, las compras se constituyen en la primera función de la cadena de suministro (Mora, 2023).

Las compras son una función estratégica para las empresas, considerada dinámica porque interactúan con los proveedores en un mundo globalizado. Su función es adquirir las materias primas y los recursos necesarios para la producción y operación de las actividades clave de una empresa (Rozo, 2014).

Una idea similar puede encontrarse en Carreño (2018), “las compras es el área funcional de la empresa encargada de adquirir los materiales, en la cantidad necesaria, en el momento y lugar preciso, de la calidad adecuada y al precio más conveniente, asegurando la continuidad de las operaciones” (p. 122).

Proceso de Compras.

Establecer un proceso de compras tiene como objetivo: garantizar una compra transparente, disminuir los costos de adquisición, asegurar el flujo de materiales y reducir los costos de la gestión de compras. Los aspectos a considerar para desarrollar un proceso de compras eficiente son los siguientes: (a) Recepción de la solicitud de productos, (b) Selección de proveedores, (c) Emisión de la orden de compra al proveedor, (d) Seguimiento y recepción de la compra, (e) Liquidación de facturas y (f) Mantenimiento de registros (Carreño, 2018).

Recepción de la solicitud de productos.

La solicitud de productos es un documento físico y/o virtual que identifica una necesidad, marcando así el inicio del proceso de compras. La gestión eficiente del stock en el área de producción es esencial para llevar a cabo las operaciones diarias de la empresa. No obstante, hay situaciones particulares, como los nuevos proyectos, la adquisición de equipos o la expansión de la capacidad de producción, que requieren una solicitud. Independientemente del origen de la solicitud, se recomienda que este documento pase por el área de almacén, para verificar la disponibilidad de los productos solicitados.

Además, se enfatiza la importancia de designar personas autorizadas, con cierto nivel en la jerarquía organizativa, para la emisión de tales solicitudes.



Es importante tener presente que una solicitud no constituye una orden a ser cumplida; el área de compras debe realizar un análisis exhaustivo para determinar la cantidad y las condiciones que se ajusten mejor a las necesidades de toda la organización.

Los datos que debe tener una solicitud de productos son los siguientes:

- Fecha de emisión de la solicitud de productos.
- Descripción de los artículos, con su código y norma, si es que los tuviera.
- Cantidad pedida y unidades.
- Fecha máxima de llegada del producto al lugar de entrega.
- Utilización que se dará al artículo.
- Existencias disponibles, consumos pasados.
- Lugar de entrega.
- Área que lo solicita.
- Firmas y autorizaciones correspondientes.

Selección de proveedores.

Si la compra procede, el siguiente paso es identificar a los proveedores que suministrarán el material.

Selección de posibles proveedores: No todos los proveedores son adecuados para abastecer el material solicitado y satisfacer los requisitos de servicio post venta. Por esta razón, el área de compras debe revisar sus registros históricos y análisis de proveedores para identificar cuáles de ellos podrían ser los candidatos a suministrar el producto.

Solicitud de cotizaciones: Una vez que se hayan identificado los proveedores potenciales, se procederá a exigirles las cotizaciones. La solicitud de cotización es un documento mediante el cual se informa a los proveedores las necesidades específicas de la empresa y se solicita información detallada acerca de las condiciones bajo las cuales pueden satisfacer dichas necesidades.

La información que contiene una solicitud de cotización es la siguiente:

- Fecha de emisión de solicitud de cotización.
- Descripción del artículo.
- Cantidad que se solicita y unidades.

- Fecha de vencimiento en la recepción de cotizaciones.
- Fecha máxima de llegada al punto de entrega.
- Punto de entrega.
- Inspección a la que se someterán los artículos comprados.
- Otras consideraciones: calidad requerida, parámetros de evaluación, entre otros.
- Precios.
- Condiciones de pago.
- Plazo de entrega.
- Las observaciones que el proveedor considere pertinentes.

Selección del proveedor: Tras recibir las cotizaciones de los proveedores, se procede a elegir al proveedor más adecuado. En muchas ocasiones, se comete el error de priorizar exclusivamente el factor precio, sin considerar otras dimensiones del servicio que podrían tener un impacto significativo.

- Tiempo de espera
- Desempeño en la puntualidad
- Flexibilidad en el suministro
- Frecuencia de la entrega y tamaño mínimo del lote
- Calidad del suministro
- Costo del transporte entrante
- Términos del precio
- Capacidad de coordinación de la información
- Capacidad de colaboración en el diseño
- Tipos de cambio, impuestos y derechos.
- Emisión de la orden de compra al proveedor
- Seguimiento y recepción de la compra
- Liquidación de facturas
- Mantenimiento de registros

Emisión de la orden de compra al proveedor.

La empresa emitirá una orden de compra al proveedor seleccionado, estableciendo así un acuerdo contractual entre ambas partes. Según los

términos de la orden de compra, el proveedor tiene la obligación de entregar los productos en los plazos establecidos, mientras que el comprador se compromete a realizar los pagos correspondientes según el calendario acordado.

La orden de compra es el documento más importante emitido por el área de compras y, por tanto, su preparación debe ser planificada cuidadosamente.

La información que debe contener toda orden de compra es la siguiente:

- Fecha de emisión de OC.
- Número de la orden de compra (correlativo de compras).
- Nombre y dirección de la empresa que recibe la orden.
- Descripción del artículo, código, norma.
- Cantidad que solicita y unidades.
- Instrucciones sobre entrega (lugar y fecha).
- Cronograma de facturación y condiciones de pago.
- Precios.
- Algunas cláusulas adicionales pertinentes.
- Firmas y autorizaciones correspondientes.

Las cláusulas más comunes en una orden de compra son las siguientes:

- La aceptación de los productos está sujeta a la inspección de calidad.
- En caso de no recibir los productos en los plazos estipulados se procederá a aplicar penalidades por los retrasos o a cancelar la orden.
- Si el precio no está estipulado en la orden, la facturación se hará a un precio no mayor al pagado en la última transacción.
- En caso de encontrarse artículos dañados, se tomarán determinadas medidas.

Seguimiento y recepción de la compra.

El proceso de compras no culmina con la emisión de la orden; es esencial asegurar la recepción puntual para prevenir desabastecimientos. Se enfatiza la necesidad de realizar un seguimiento específico de los materiales críticos, aquellos con potencial para afectar la producción o generar pérdidas de ventas. El seguimiento puede adoptar formas como llamadas telefónicas, informes

escritos o visitas in situ, dependiendo de la cantidad de la compra. Esta labor concluye con la recepción e inspección de los productos en el almacén.

La responsabilidad de la recepción recae en el almacén, donde se verifica la cantidad y estado de los productos. Se emplea una orden de compra ciega sin cantidades, anotando las recibidas y comparándolas con la orden original. Cualquier faltante o daño se comunica al área de compras para la resolución correspondiente, ya sea reenviar el producto o aplicar descuentos en la factura. Compras también evalúa la satisfacción interna mediante encuestas centradas en el rendimiento del producto y posibles mejoras que sean de interés del usuario.

Liquidación de facturas.

En la secuencia del proceso de compras, el siguiente paso implica la liquidación de las facturas proporcionadas por el proveedor para los productos entregados, implicando la verificación y aprobación de dichas facturas. Cualquier discrepancia resultante de comparar la factura con la orden de compra y el informe de recepción debe ser notificado al vendedor para su corrección o ajuste. Además, se destaca la importancia de considerar los descuentos por pronto pago que algunos vendedores podrían ofrecer en ciertos casos.

Mantenimiento de registros.

La gestión de registros y archivos tiene como objetivo la rápida ubicación de documentos relacionados con compras, con el fin de demostrar la transparencia en las transacciones. Dada la extensión de la información generada en el proceso de compras, no todos los datos tienen la misma importancia para todas las empresas. Un resumen de las categorías esenciales de registros en el área de compras incluye: (a) pedidos, (b) órdenes de compra, (c) proveedores, (d) cotizaciones y (e) materiales.

Dimensión 2: Gestión Moderna de Inventarios.

Según Mora (2023) los inventarios “son recursos utilizables que se encuentran almacenados en algún punto específico del tiempo cuya función básica es el desglose, es decir; separar las actividades internas de una compañía, tales como manufactura, distribución o comercialización” (p. 60).

Para Gómez (2013) los inventarios son “los activos poseídos para ser

vendidos en el curso normal del negocio de la empresa (empresas comerciales), para ser consumidos en el proceso de producción mediante su transformación o incorporación al producto (empresas industriales)” (p. 86).

Según Escudero (2019) los inventarios son “el conjunto de productos que tiene la empresa almacenados has su utilización o venta posterior” (p. 140).

Finalmente Carreño (2018) hace alusión a los inventarios, stocks y existencias como “las acumulaciones de materias primas, partes, productos en proceso, productos terminados, o a cualquier otro objeto que se guardan en almacenes y se encuentran en tránsito sobre un medio de transporte o en tiendas listas para su venta” (p. 19).

El objetivo final de una buena gestión del inventario, es mantener la cantidad suficiente para que no se presenten ni faltantes (stockouts) ni excesos de existencias (overstock), en un proceso fluido de producción y comercialización (Mora, 2023).

Tipos de inventarios.

Los tipos de inventarios se clasifican, de acuerdo con diferentes puntos de vista de acuerdo a la Tabla 2 y Figura 2.

Tabla 2

Tipos de inventarios según la actividad empresarial.

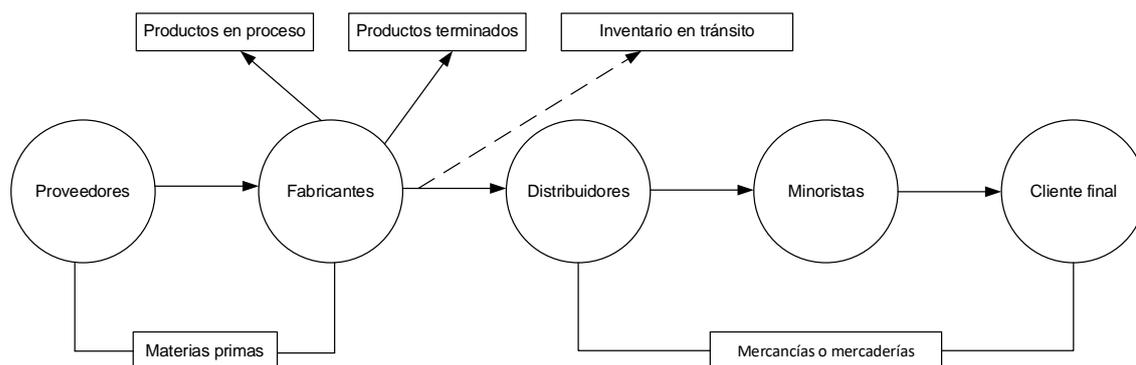
Tipo de actividad	Clasificación
Empresa industrial	<ul style="list-style-type: none">• Materias primas, partes y componentes: comprende todas las clases de materiales comprados por el fabricante y que pueden someterse a operaciones de transformación o manufactura.• Productos en proceso: Consiste en la producción parcialmente manufacturada.• Productos terminados: son todos los artículos manufacturados que están aptos y disponibles para la venta.• Repuestos: son todos los artículos y repuestos de las

Tipo de actividad	Clasificación
Empresa comercial	<p>maquinarias y equipos de la empresa productora.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suministros industriales: utilizados para asegurar la conservación y limpieza de los equipos y maquinarias de la empresa. • Artículos básicos: son los artículos principales que comercializa la empresa. • Artículos complementarios: son artículos que complementan la oferta comercial de la empresa. • Artículos fallados: son artículos que tienen fallas ya sean estas de origen o mal uso de los clientes. • Artículos obsoletos: son productos que pertenecen a temporadas de comercialización pasadas y requieren una acción comercial como rebajas de precios o campañas promocionales para su venta inmediata.

Nota. Fuente: Carreño (2018).

Figura 2

Tipos de inventarios según su ubicación en la cadena de suministro



Nota. De *Cadena de suministro y logística* (p. 20), por A. J. Carreño, 2018, Fondo Editorial PUCP.

Planificación de inventario.

Pronóstico de la demanda.

La demanda de los productos de una empresa se define como la cantidad física o monetaria de mercaderías que la empresa vende en un determinado lugar y periodo de tiempo dado (Carreño, 2018).

El pronóstico de la demanda es un elemento fundamental para la planeación de inventarios, ya que permiten asegurar la disponibilidad de materiales y de los recursos dentro de la empresa. Una condición fundamental para elaborar un adecuado pronóstico es la pertinencia y confiabilidad de información histórica (Rozo, 2014).

Métodos de proyección de la demanda.

- Método de la media móvil, calcula la demanda del periodo siguiente en función de la media aritmética de las últimas n observaciones. Su principal desventaja se encuentra en que no proyecta las variaciones eventuales de demanda y asigna el mismo peso a todas las observaciones.
- Método del ajuste exponencial, levanta la desventaja de la media móvil y proyecta con rapidez las variaciones eventuales de la demanda asignando un peso o ponderación mayor a las observaciones recientes.

Factores que afectan a la demanda.

- Los factores controlables, tales como el precio, las promociones, la publicidad, los plazos de entrega, el servicio post venta, etc.
- Los factores externos o fuera de control, tales como el grado de competitividad del mercado, los consumidores, las políticas de gobierno.

Control de inventario.

El control de inventarios se realiza permanentemente, es decir, se registran todos los movimientos (entradas y salidas) de todos los artículos, productos, lotes, pallets, etc., que la empresa tiene almacenados, para ello se confecciona una ficha para cada producto y se registran las unidades que entran al cotejar la mercancía recibida y las salidas con la nota de entrega (Escudero ,



2019).

Kardex

Es un documento físico o electrónico interno que registra las transacciones de ingresos y las salidas de un almacén. Se consideran ingresos las entradas de producción, transferencias entre almacenes y devoluciones de los clientes, entre otros. Son salidas las ventas, transferencias, las devoluciones a proveedores, entre otros (Carreño, 2018).

Valorización

Es un método mediante el cual se puede determinar el valor de los inventarios que mantiene la empresa, y, por consiguiente, los costos de posesión de inventarios.

Existen tres métodos de valorización de Kardex:

- PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas). Los primeros productos en entrar al almacén son los primeros en salir. También llamado FIFO.
- UEPS (Últimas Entradas Primeras Salidas). Los últimos productos en entrar al almacén son los primeros en salir. También llamado LIFO.
- PROMEDIO. El inventario se costea como un promedio de todos los artículos en stock.

En el Perú, se autoriza la utilización de los métodos PEPS o PROMEDIO para la valorización de los Kardex de las empresas, mas no así el UEPS porque considera que puede reducir la utilidad de la empresa, lo que repercutiría en la disminución de las cargas tributarias para con el estado (Carreño, 2018).

Rotación de inventario.

La rotación se refiere al cociente resultante de dividir las salidas de un artículo entre el inventario promedio, para un periodo de tiempo dado. Este factor indica el número de veces que se ha despachado el inventario promedio de esa mercadería en un periodo de tiempo específico (Carreño, 2018).

Las ventajas de tener una alta rotación de inventarios son:

- Disminución de las necesidades de existencias.
- Disminución de los costos de posesión de las existencias.

- Disminución de los gastos necesarios para el almacenamiento.

Clasificación ABC.

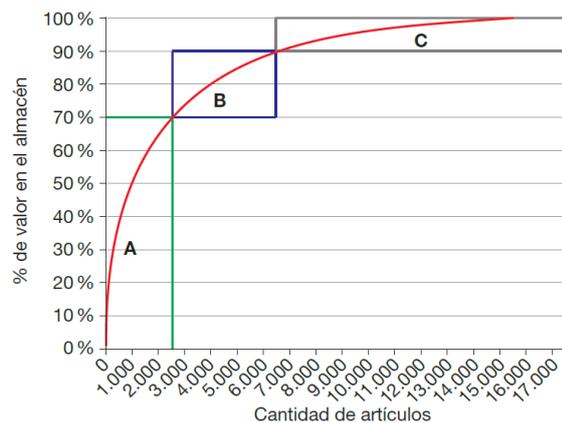
La ley de Pareto (80-20) es un criterio que nos permite clasificar los inventarios e identificar aquellos que si bien son bajos son relevantes.

Nos dice que unos pocos artículos usualmente (a) concentran la mayor parte de los costos de los inventarios, (b) que son los de mayor consumo o movimiento, o (c) que ocupan la mayor cantidad de espacio de almacenamiento.

El objetivo es establecer criterios de gestión apropiados para cada categoría y gráficamente se puede observar en la Figura 3.

Figura 3

Esquema de la clasificación ABC



Nota. De Gestión logística y comercial (p. 91), por J. M. Gómez, 2013, McGraw-Hill/Interamericana de España

Dimensión 3: Gestión Logística en Centros de Distribución y Almacenes.

Para Mora (2023) el almacén es “un espacio planificado para ubicar, mantener y manipular mercancías y materiales” (p. 86).

Según Gómez (2013) el almacén es “el recinto donde se realizan las funciones de recepción, manipulación, conservación y posterior expedición de productos” (p. 120).

Según Escudero (2019) el almacén es “un edificio o lugar donde se guardan o depositan mercancías o materiales y donde, en algunas ocasiones,

se venden artículos al por mayor” (p. 18).

Como bien señala Carreño (2018) el almacén es “un sistema que combina infraestructura, recursos humanos, maquinarias, equipos y procesos para labores de conservación o almacenamiento de inventarios y manipulación de los mismos, que requieran las empresas participantes de la cadena de suministro” (p. 62).

Tipos de Almacenes

Los dos tipos básicos de almacenes, el primer tipo está orientado al almacenamiento o conservación de los materiales (a) Almacén de uso general y el segundo está orientado a facilitar el flujo de materiales (b) Plataformas de consolidación, (c) Plataformas de expedición, (d) Plataformas de cross dock y (e) Centros de distribución.

Almacén de uso general.

Un almacén de uso general está orientado a apoyar la conservación y almacenamiento de grandes lotes de productos maximizando la utilización de la capacidad de almacenamiento. El objetivo principal de este tipo de almacén es reducir los costos. Dentro de esta categoría se encuentran los almacenes aduaneros, que guardan mercadería a la espera de la culminación de una operación de importación o exportación y la cancelación de las cargas arancelarias correspondientes (Carreño, 2018).

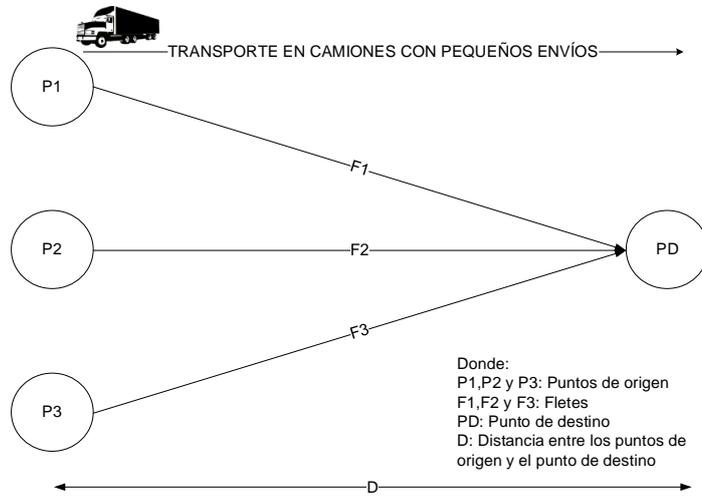
Plataformas de consolidación.

Una plataforma de consolidación está orientado a facilitar el traslado eficiente de los materiales y requiere la implementación de una instalación de almacenamiento cerca de los puntos de origen de la carga para hacer eficiente el traslado a gran distancia al punto de destino. Un ejemplo, son las compañías mineras que operan en el norte peruano tienen muchos proveedores ubicados en Lima, a los que compran en volúmenes pequeños. Estas empresas mineras tienen plataformas de consolidación en Lima, donde juntan las compras hasta completar la carga de un camión y realizar el traslado (Carreño, 2018).

En la Figura 4 se puede observar el traslado de envíos de manera independiente e inmediata sin el uso de la plataforma de consolidación.

Figura 4

Envíos sin el uso de plataforma de consolidación

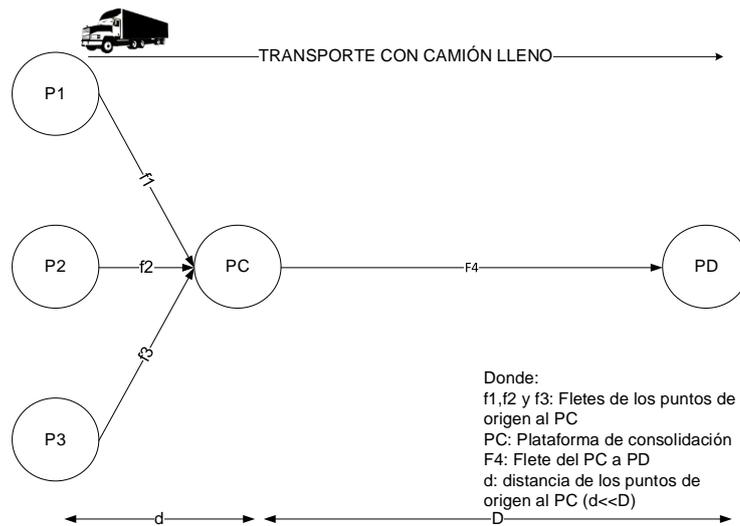


Nota. De Cadena de suministro y logística (p. 63), por A. J. Carreño, 2018, Fondo Editorial PUCP.

En la Figura 5 se puede observar el traslado de envíos con el uso de la plataforma de consolidación.

Figura 5

Envíos con el uso de la plataforma de consolidación



Nota. De Cadena de suministro y logística (p. 63), por A. J. Carreño, 2018, Fondo Editorial PUCP.

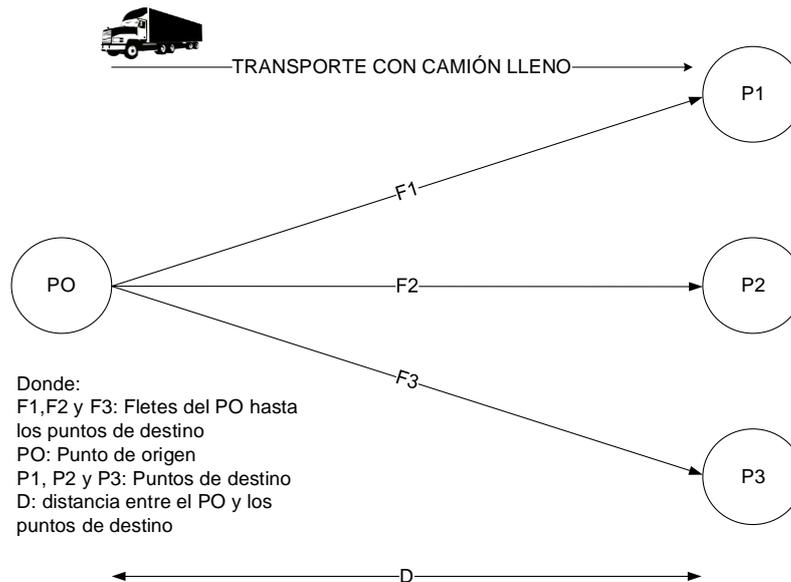
Plataformas de expedición.

Una plataforma de expedición requiere la implementación de una instalación de almacenamiento cerca de los puntos de destino para hacer eficiente el traslado a grandes distancias desde el punto de origen. Por ejemplo, una empresa que embotella cerveza en la ciudad de Lima tiene una plataforma de expedición en Arequipa (ciudad ubicada al sur del país), a la cual llegan camiones llenos con los pedidos de sus clientes del sur. Una vez descargados estos, se realiza la distribución de pedidos pequeños en camiones pequeños que recorren la ciudad, haciendo eficiente la distribución (Carreño, 2018).

En la Figura 6 se observa el traslado de los envíos de manera independiente sin el uso de plataformas de expedición

Figura 6

Envíos sin uso de plataformas de expedición



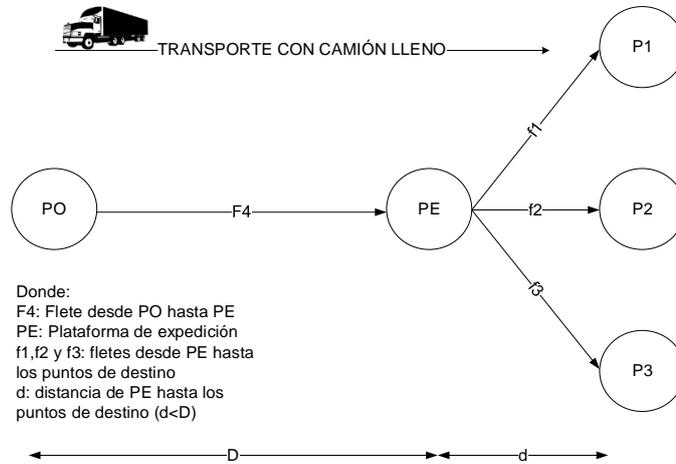
Nota. De *Cadena de suministro y logística* (p. 64), por A. J. Carreño, 2018,

Fondo Editorial PUCP.

En la Figura 7 se observa el traslado de envíos con el uso de plataforma de expedición.

Figura 7

Envíos con el uso de la plataforma de expedición



Nota. De *Cadena de suministro y logística* (p. 64), por A. J. Carreño, 2018, Fondo Editorial PUCP.

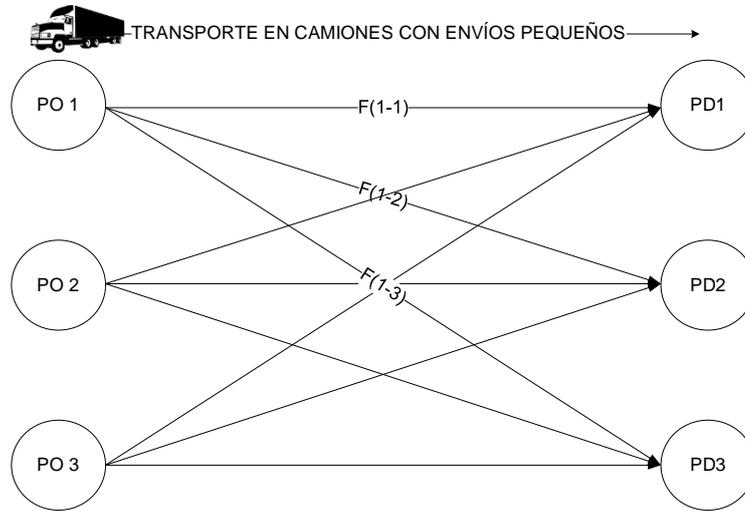
Plataformas de cross dock.

Se utilizan plataformas de cross dock cuando se tienen múltiples puntos de origen con envíos pequeños que deben entregarse a múltiples puntos de destino. Un ejemplo, son las cadenas de tiendas por departamentos que utilizan las potencialidades del cross dock para el abastecimiento de mercaderías a sus tiendas desde los proveedores locales, en lotes pequeños y frecuentes, logrando reducciones dramáticas de los inventarios en sus tiendas, sin afectar la disponibilidad del stock al cliente, eliminando la necesidad de almacenamiento de mercaderías y haciendo realidad esquemas de trabajo basados en el justo a tiempo (Carreño, 2018).

En la Figura 8 se observa el traslado de cada envío de manera independiente desde cada punto de origen a cada punto de destino sin uso de plataforma cross dock

Figura 8

Envíos sin uso de plataforma cross dock

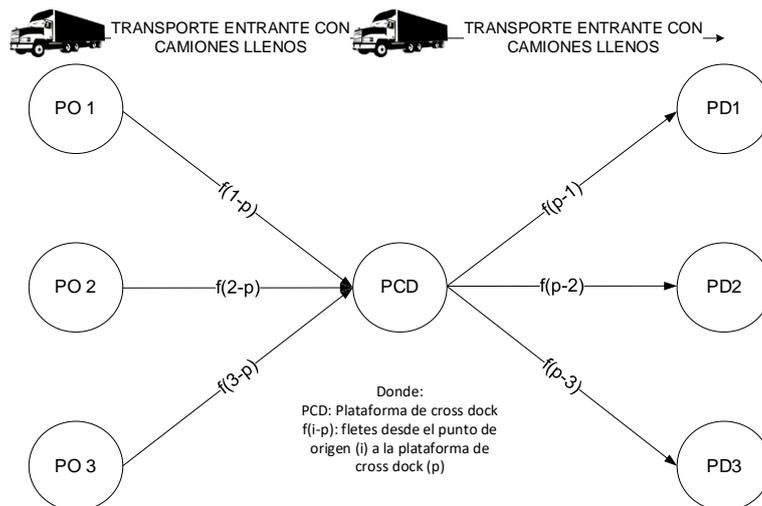


Nota. De Cadena de suministro y logística (p. 65), por A. J. Carreño, 2018, Fondo Editorial PUCP.

En la Figura 9 se observa el traslado de los envíos utilizando una plataforma de cross dock.

Figura 9

Envíos utilizando una plataforma de cross dock



Nota. De Cadena de suministro y logística (p. 65), por A. J. Carreño, 2018, Fondo Editorial PUCP.

Centros de distribución.

Son instalaciones que combinan capacidades de almacenamiento con las capacidades de las plataformas de expedición y de cross dock, las cuales coexisten dentro de la misma instalación y logran mover los stocks a grandes velocidades, manteniendo bajos los costos de operación. Es muy común encontrar la realización de servicios de valor agregado en los centros de distribución, aunque dichos servicios no son exclusivos de un centro de distribución pues también se pueden realizar en otro tipo de instalaciones. Un servicio de valor agregado cambia las características físicas de los productos para entregarlos de una manera personalizada a su destino. Ejemplos de servicio de valor agregado son el etiquetado de productos, el armado de promociones, embalajes sencillos, reparación, acondicionamiento, etc (Carreño, 2018).

Ciclo de Almacenamiento

Recepción

Consiste en dar entrada a los artículos enviados por los proveedores. Durante el proceso de recepción se comprueba que la mercancía recibida coincide con la información que figura en la nota de entrega. También se observa que las características, cantidad, calidad, etc., se corresponden con el pedido.

Almacenamiento

Consiste en ubicar la mercancía en la zona más idónea del almacén, con el fin de poder acceder a ella y localizarla fácilmente. Para ello se utilizan medios de transporte interno (cintas transportadoras, elevadores, carretillas, etc.) y medios fijos como estanterías, depósitos, instalaciones, soportes, etc.

Preparación de pedidos

Se denomina picking al proceso por el que el almacén realiza la selección y recogida de las mercancías de sus lugares de almacenamiento y el transporte posterior a zonas de expedición, con el fin de realizar la entrega del pedido efectuado por el cliente.

Expedición

Consiste en acondicionar los productos según las condiciones exigidas para que lleguen en perfectas condiciones a los clientes.

Estanterías de Almacenamiento

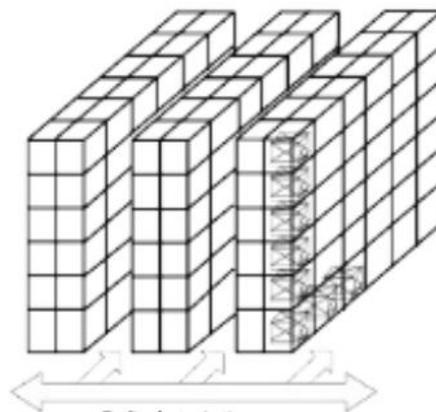
Para Carreño (2018) existen dos tipos de estanterías: el modelo frontal y el de acumulación.

Estanterías frontales o selectivas

Las estanterías de profundidad simples son una opción versátil para almacenes que manejan una gran cantidad de artículos con bajos volúmenes de stock, como los centros de distribución de cadenas de tiendas por departamento o supermercados. Estas estanterías permiten el acceso directo a todos los pallets almacenados, lo que facilita la preparación de los pedidos. Aunque su utilización implica una gran cantidad de espacio en los pasillos de circulación, su capacidad para exhibir todos los pallets de manera simultánea las hace adaptables a cualquier regla de salida de mercaderías, tal como se puede ver en la Figura 10.

Figura 10

Estanterías selectivas



Nota. De *Cadena de suministro y logística* (p. 78), por A. J. Carreño, 2018, Fondo Editorial PUCP.

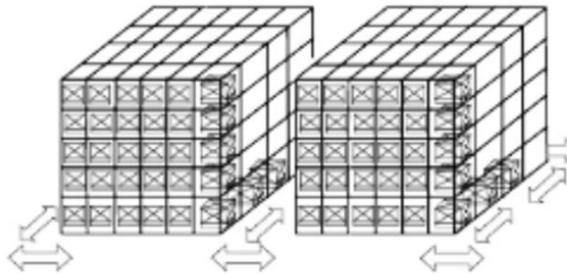
Estanterías de acumulación o drive-in

Las estanterías de profundidad mayor a la simple son una opción recomendable para almacenes con una baja variedad de artículos que se almacenan en grandes volúmenes, como los almacenes de productos terminados de empresas fabricantes. Este tipo de estantes requiere que el

operario de montacargas entre dentro de la misma, por un solo lado del pasillo de circulación, y vaya colocando o retirando los pallets. Además, este tipo de estantería no exhibe todos los pallets a la vez permitiendo un mejor aprovechamiento del espacio, tal como se puede observar en la Figura 11.

Figura 11

Estanterías de acumulación



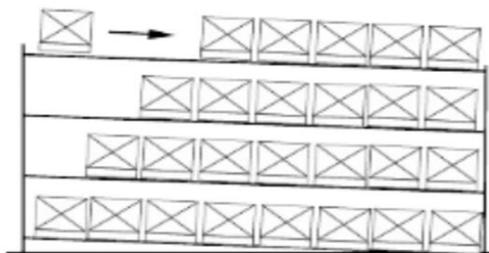
Nota. De *Cadena de suministro y logística* (p. 79), por A. J. Carreño, 2018, Fondo Editorial PUCP.

Estanterías de acumulación dinámica por gravedad

Este tipo de estantes permite el desplazamiento de los pallets a través de un camino ligeramente inclinado, equipado con rodillos. Los pallets se introducen por el extremo más alto y se retiran por el más bajo, como se puede observar en la Figura 12; garantizando la rotación de los productos y permite un gran aprovechamiento del espacio físico.

Figura 12

Estanterías de acumulación dinámica por gravedad



Nota. De *Cadena de suministro y logística* (p. 79), por A. J. Carreño, 2018, Fondo Editorial PUCP.

Equipos de Manipulación.

Transportadores de pallets

Son equipos utilizados en almacenes para el desplazamiento horizontal de los pallets, con capacidades que van de una a tres toneladas. Se clasifican en dos tipos principales: manuales (Figura 13) y eléctricos (Figura 14). Los manuales requieren esfuerzo humano para levantar el pallet, mientras que los eléctricos tienen un motor que realiza los desplazamientos horizontales y la elevación de la carga (Carreño, 2018).

Figura 13

Transpaleta manual



Nota. De *Logística de almacenamiento* (p. 55), por M. J. Escudero, 2019,

Paraninfo

Figura 14

Transpaleta eléctrica con conductor acompañante



Nota. De *Logística de almacenamiento* (p. 55), por M. J. Escudero, 2019,

Paraninfo

Escudero
Escudero
Escudero

Montacargas

Son equipos comunes en los almacenes, ya que permiten el desplazamiento horizontal y vertical de pallets. Estos equipos están provistos de horquillas, elementos que facilitan la manipulación de los pallets, y pueden ser reemplazados por bobinas o prensas según el tipo de producto a manipular. El mástil de la carretilla es el elemento principal que permite el desplazamiento vertical de la carga, y puede tener tres o cuatro ruedas, dependiendo de si trabajan dentro o fuera del almacén (Carreño, 2018).

Figura 15

Montacargas



[Handwritten signatures in blue ink]

Nota. De Logística de almacenamiento (p. 58), por M. J. Escudero, 2019,

Paraninfo

Sistema de Gestión de Almacenes

El Sistema de Gestión de Almacenes (WMS) es el corazón del centro de distribución, siendo una aplicación de software que controla y gestiona todo el proceso logístico, desde la recepción, almacenamiento, reabastecimiento, preparación de pedidos y la carga de camiones. Un buen WMS debe controlar no solo el inventario, sino también gestionar el personal en tiempo real, con configuraciones definidas por el usuario. En un esquema de comercio rápido

como el actual, donde las transacciones son minuto a minuto, una compañía que no puede seguir este ritmo tiende a quedarse atrás con las que sí pueden evolucionar a la misma velocidad de los negocios (Mora, 2023).

Las principales ventajas del *Warehouse Management System* son:

- Put away y picking dirigidos.
- Gerencia de la capacidad del almacén.
- Capacidad de radiofrecuencia para la recepción de datos.
- Planeación de la carga.
- Optimización del picking.
- Estratificación del ABC.
- Interpolación del trabajo.

Dimensión 4: Gestión de Transporte y Distribución

Según Mora (2023) la gestión del transporte “se ocupa de todas las actividades relacionadas directa o indirectamente con la necesidad de situar los productos en los puntos de destino correspondientes, de acuerdo con unos condicionantes de seguridad, servicio y costo” (p. 117).

Una idea similar se puede encontrar en Gómez (2013) sobre la gestión del transporte “es el conjunto de actividades que nos permiten el traslado de los materiales y productos terminados de los proveedores a la empresa, y de ella a los clientes, de forma que lleguen a su destino en las condiciones pactadas” (p. 150)

Finalmente Carreño (2018) define el transporte como “el traslado físico de productos entre dos instalaciones de la cadena de suministros, bajo los siguientes medios: acuático, terrestre, aéreo y los ductos” (p. 97)

Medios de transporte

Transporte marítimo

Es el medio de transporte más empleado para el transporte de gran capacidad a largas distancias. Es un sistema ideal para largos desplazamientos con grandes volúmenes (productos químicos, cemento, cereales). Los costos fijos son más bajos frente a los del ferrocarril, pero más elevados que el resto de los transportes terrestres (Castellanos, 2021).

Transporte carretero.

El principal atributo que se le otorga a este sistema de transporte radica en la flexibilidad que proporciona la entrega puerta a puerta. Posee una estructura de costos fijos bajos, dado que su soporte físico es la red vial pública; sin embargo, sus costos globales son altamente variables, los cuales se adaptan al manejo de pequeños envíos a cortas distancias (Castellanos, 2021).

Transporte ferroviario.

El principal atributo que se le otorga a este sistema de transporte radica en su capacidad para transportar grandes cantidades a largas distancias y de manera rápida. Es el complemento ideal para el transporte marítimo. Los costos fijos son altos debido a las grandes inversiones que se deben hacer a nivel de infraestructura, como son el desarrollo tendido de líneas, las estaciones, la maquinaria, los vagones, etc. Los usuarios principales de este medio son las industrias extractoras de materias primas, las cuales requieren una gran capacidad de carga (Castellanos, 2021).

Transporte aéreo.

El sistema más rápido para el transporte de mercancías a largas distancias, sin embargo, es el menos utilizado debido a que sus costos variables son muy elevados, entre los que se destacan: el mantenimiento de los aparatos, el combustible, los pilotos y las azafatas, etc. Los costos fijos no son tan altos comparados con los del ferrocarril, marítimo o los ductos, ya que las terminales aeroportuarias como las propias vías aéreas son mantenidas por fondos públicos (Castellanos, 2021).

Transporte por ductos

Es un sistema de transporte que se ha venido imponiendo en los últimos años, y se fundamenta en los acuerdos de integración entre los países; los principales productos que se transportan por este medio son el petróleo y el gas natural. Los costos fijos derivan de la construcción de la red de distribución, constituida por los ductos y las estaciones de bombeo. Sin embargo, es el

sistema con los costos operativos más bajos y con capacidad para trabajar las 24 horas del día (Castellanos, 2021).

Canal de distribución

Según Escudero (2019), el canal de distribución es “el recorrido que sigue el producto desde el origen (fabricante) hasta el destino (consumidor)” (p. 7).

Para Carreño (2018), el canal de distribución es “un sistema formado por un conjunto de empresas que tiene como objetivo el hacer llegar los productos o servicios desde los lugares de producción hasta los lugares de consumo” (p. x).

Para existen tres modelos de canal de distribución:

Canal corto (Fabricante – cliente final).

Es el contacto directo de productor/exportador con el comprador a través de su propia red de distribución radicada en el país destino, o por medio de su equipo de venta, que se desplaza periódicamente al mismo.

Canal medio (Fabricante-Mayorista-Minorista-Cliente final).

Consiste en que el productor vende directamente al detallista a través de un distribuidor que se ocupa, bajo el control del productor, de almacenar y distribuir físicamente el producto en un país determinado.

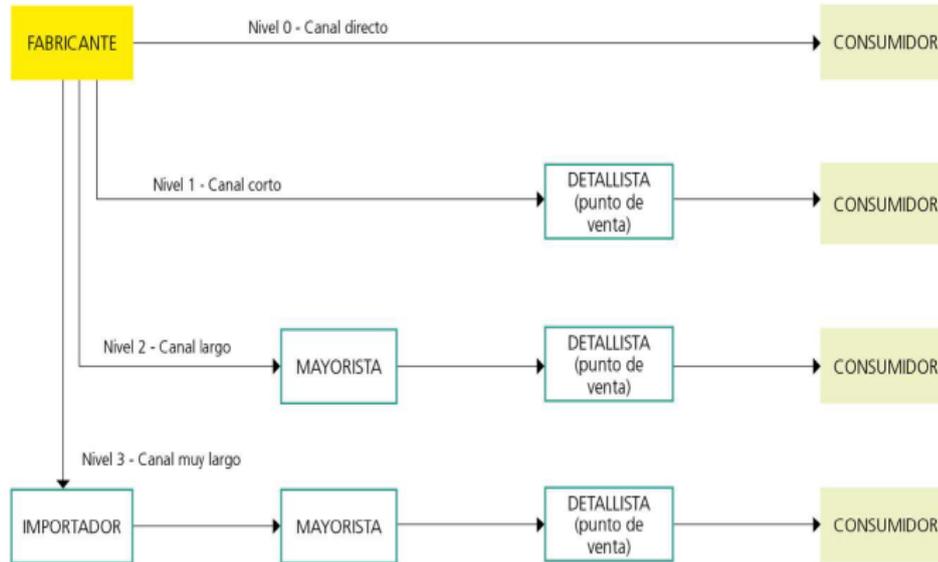
Canal largo (Fabricante-agente comercial-mayorista-minorista-cliente final).

El fabricante suministra sus productos a intermediarios, mayoristas e importadores, quienes compran, pagan, almacenan el producto y lo ponen a disposición de los consumidores, a veces, a través de una indefinida red de intermediarios.

En la Figura 16 se puede observar gráficamente los modelos de canal de distribución.

Figura 16

Canales de distribución



Nota. De Logística de almacenamiento (p. 9), por M. J. Escudero, 2019,

Paraninfo

Tipos de Intermediarios

- Minoristas: intermediario que coloca o vende los productos a disposición de quien los utiliza (consumidores o usuarios finales). También llamados detallistas.
- Distribuidores: son comerciantes intermediarios que venden a minoristas o a otros distribuidores y poseen instalaciones de almacenamiento y flota de transporte para realizar entregas en el centro de distribución o local del minorista.
- Mayoristas: intermediarios que mueven grandes volúmenes de mercancías entre los centros de producción y los detallistas, y por lo general no mantienen o desarrollan un contacto con el consumidor final.
- Agente intermediario: corredor que negocia compras o ventas de bienes sin adquirir propiedad de los mismos y su función es facilitar la transferencia de propiedad.

2.2.2 Calidad de Servicio al Cliente

Definición de Calidad

En primer lugar, antes de describir la variable calidad de servicio al cliente, se identifica y analiza el contexto en general.

La calidad ha sido importante en todas las actividades humanas desde el inicio de la civilización. Desde los orígenes del hombre, se ha comprendido que hacer las cosas bien y de la mejor forma posible proporciona una ventaja competitiva sobre los demás y el entorno. El hombre ha tenido que controlar la calidad de los productos que consume para diferenciar entre los que son beneficiosos y los que son perjudiciales para su salud. Este proceso se replicó en todas las actividades primarias, como la construcción de viviendas y la fabricación de prendas de vestir (Cubillos Rodríguez & Rodríguez, 2009).

El usuario y el productor se conocían bien y negociaban cara a cara, sin especificaciones ni garantías. Con la formación de comunidades humanas y el surgimiento del mercado, se dio lugar a un estado primitivo de fabricación, donde el hacedor y el usuario se separaron, lo que dificulta la obtención de la calidad de diseño y la satisfacción del consumidor (Cantú Delgado, 2011).

Harrington (1990) definió la calidad como “el hecho de cumplir o exceder las expectativas del cliente a un precio que sea capaz de soportar” (p. 1).

Según Drucker (1990) definió como “la calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (p. 41).

Definición de Calidad de Servicio al Cliente

Según Pizzo (2013) definió la calidad de servicio como el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aun bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando mayores ingresos y menores costos para la empresa.



Para Matsumoto (2014) la calidad en el servicio se define “como el resultado del proceso de evaluación entre las expectativas y percepciones del consumidor. Es decir, la medición de calidad se realiza mediante la diferenciación entre el servicio que espera el cliente y el que recibe de la empresa” (p. 184).

Perspectivas de la Calidad de Servicio al Cliente.

Lovelock y Wirtz (2009) identifican cinco perspectivas sobre la calidad

La perspectiva transcendental de la calidad es sinónimo de excelencia innata: una señal de estándares inquebrantables y alto desempeño. Este punto de vista se aplica a la actuación en las artes visuales y plantea que la gente aprenda a reconocer la calidad únicamente por medio de la experiencia que obtiene a través de la exposición repetida. Sin embargo, desde un punto de vista práctico, no es útil sugerir que los gerentes o los clientes distinguirán la calidad cuando la vean.

El método basado en el producto considera la calidad como una variable precisa y medible; plantea que las diferencias en la calidad reflejan diferencias en la cantidad de un ingrediente o atributo que posee el producto. Debido a que esta perspectiva es totalmente objetiva, no toma en cuenta las discrepancias en los gustos, necesidades y preferencias de los clientes individuales (o incluso de segmentos completos de mercado).

Las definiciones basadas en el usuario parten de la premisa de que la calidad reside en los ojos del observador. Esas definiciones equiparan la calidad con la satisfacción máxima. Esta perspectiva subjetiva y orientada hacia la demanda reconoce que los distintos clientes tienen deseos y necesidades diferentes.

El método basado en la manufactura se fundamenta en la oferta y se relaciona principalmente con las prácticas de ingeniería y manufactura. (En los servicios, diríamos que la calidad está impulsada por las operaciones). El método se enfoca en el cumplimiento de especificaciones desarrolladas internamente, las cuales a menudo son impulsadas por metas de productividad y de contención de costos.

Las definiciones basadas en el valor abordan la calidad en términos de valor y precio. La calidad se define como “excelencia costeable” al considerar el

intercambio entre el desempeño (o cumplimiento) y el precio.

Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio al Cliente

Lovelock y Wirtz (2009), manifiestan que el modelo SERVQUAL, se basa en la premisa de que los clientes pueden evaluar la calidad del servicio de una empresa al comparar las percepciones que tienen del servicio con sus propias expectativas.

El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988) cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones.

El cuestionario SERVQUAL está basado en el modelo clásico de evaluación al cliente, que considera que todo cliente que adquiere un servicio genera expectativas del mismo, y una vez recibido hay una serie de factores, dimensiones, que le permite tener una percepción del servicio recibido.

Dimensiones de la Calidad del Servicio

Según Parasuraman et al. (1988), las dimensiones del Modelo SERVQUAL de la Calidad de Servicio pueden ser definidas del siguiente modo:

Dimensión 1: Elementos tangibles

Los elementos tangibles son los materiales de los equipos y personal, así como también materiales de comunicación y las instalaciones a las que tienen acceso los clientes para que de esa manera se pueda tener una buena realización de un servicio percibido. Por otro lado, las habilidades de atención y otros tipos de elementos que se deben tomar como la decoración, las instalaciones, el mobiliario pueden llegar a ser parte de los elementos tangibles, ya que de esa manera el cliente podría valorar mucho más el servicio que se le brinda. Es imposible que la persona que está recibiendo el servicio no valore dichos esfuerzos, ya que, la primera perspectiva de un cliente es la imagen del personal y del establecimiento, estos elementos son tomados en cuenta por el

cliente, lo primero que ve un cliente al ingresar a un almacén es si el local se encuentra en buenas condiciones y si fuera el caso se sentirá atraído o cómodo para poder ingresar al recinto y solicitar un servicio. Cuando se brinda un servicio al cliente el cual se siente satisfecho, dicho cliente recomendaría a otras personas para que puedan ser atendidas de la misma forma, ya que lo que busca este es que sea atendido de la mejor manera posible.

Dimensión 2: Capacidad de Respuesta

La capacidad de respuesta constituye una de las dimensiones establecidas que se emplearán en la presente investigación para evaluar la calidad del servicio de atención al cliente. A su vez, al igual que las otras dimensiones, se utiliza para evaluar la eficacia y calidad del servicio prestado en cualquier ámbito, teniendo siempre presente que esta dimensión está vinculada a la disposición y voluntad de los empleados para ayudar a un cliente y proporcionar el servicio. Cuando un cliente visita un establecimiento, ya tiene ciertas expectativas con respecto a la posibilidad de adquirir un producto o recibir un servicio. En general, lo que busca el cliente es encontrar lo que necesita. Por lo tanto, es esencial ofrecerle exactamente lo que busca o algo similar que se ajuste a sus necesidades y cumpla con sus expectativas respecto al servicio recibido. Por otro lado, es necesario tener en cuenta que en algunas ocasiones, cuando un cliente llega a un establecimiento, puede necesitar un servicio de forma inmediata, incluso si no está seguro de lo que está buscando. Por ello, es importante destacar que, en términos de capacidad de respuesta, se debe facilitar información técnica a los clientes sobre el servicio ofrecido o algún procedimiento con características específicas. Esto se debe a que lo que busca el cliente es una solución inmediata, y al satisfacer sus necesidades de manera pronta, demostramos que contamos con la capacidad adecuada para resolver cualquier tipo de dudas.

Dimensión 3: Seguridad

La seguridad se posiciona como otra dimensión dentro del modelo SERVQUAL, donde es esencial considerar el conocimiento y atención demostrados por los empleados, así como sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. En una organización, la seguridad adquiere una



importancia significativa, ya que tanto los clientes como los trabajadores deben contar con los medios necesarios para evitar riesgos. Para garantizar esto, la organización debe disponer de diversos documentos, como legislación vigente, que aseguren el cumplimiento de condiciones operativas óptimas en el establecimiento. La prevención de riesgos laborales se vuelve crucial en cualquier tipo de organización, ya que diversos riesgos pueden surgir, con especial atención al riesgo físico. Dado que muchas personas se esfuerzan en su trabajo diario, es imperativo que cuenten con los implementos necesarios para recibir asistencia en caso de necesidad. En este sentido, cada establecimiento debe contar con señalización adecuada para permitir una visualización rápida en situaciones de peligro, contribuyendo así a que los clientes se sientan lo más seguros posible.

Dimensión 4: Confiabilidad

La confiabilidad se refiere a la capacidad de una empresa o servicio para brindar de manera consistente y precisa los servicios prometidos. Implica la capacidad de cumplir las expectativas del cliente de manera confiable y precisa. En el contexto de la calidad de servicio, la confiabilidad implica que la empresa es capaz de ofrecer sus servicios de manera consistente, sin errores y de acuerdo con las expectativas en el debido tiempo.

Dimensión 5: Empatía

La empatía constituye la última dimensión abordada en esta investigación, centrándose en la atención individualizada que las empresas ofrecen a sus consumidores. En este contexto, cada cliente que se dirige a una empresa, por cualquier motivo, merece ser atendido con empatía por parte del personal. Esto implica que el trabajador debe ponerse en el lugar del cliente y demostrar habilidades para escuchar sus solicitudes en cualquier momento. Es crucial reconocer que todo cliente que se acerca a un establecimiento ya lleva consigo una necesidad, y lo que menos desea es que su situación sea ignorada por el personal. El cliente busca, ante todo, una solución inmediata. Cuando el trabajador demuestra empatía hacia el cliente, logra transmitir la sensación de comprensión de sus necesidades. Esta actitud no solo mejora el servicio brindado, sino que también hace sentir al cliente que está siendo entendido,

fortaleciendo así la relación entre ambas partes. Por ende, el asesoramiento personalizado y la atención de calidad son procesos fundamentales que se vinculan estrechamente con la escucha activa. A través de una comunicación efectiva entre ambas partes, se facilita el entendimiento de las necesidades del cliente, promoviendo la búsqueda de soluciones rápidas. En última instancia, este enfoque colaborativo contribuye al éxito en la prestación del servicio.

2.3 Marco Conceptual.

Según Mora (2023) la gestión logística o gerencia de la cadena de abastecimiento, desde la materia prima hasta el punto donde el producto o servicio es finalmente consumido o utilizado. Con tres flujos importantes de materiales (inventarios), información (trazabilidad) y capital de trabajo (costos).

Como función gerencial, la logística involucra, además de la distribución física (el almacenamiento y el transporte), otros conceptos como la localización de las plantas y bodegas, los niveles de inventarios, los sistemas de indicadores de gestión y el sistema de información; los cuales se constituyen en aspectos importantes del proceso logístico integral.

Según Parasuraman et al. (1988), conceptualizan que la calidad de servicio es aquella “amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (p.21).

2.4 Definición de Términos Básicos.

Abastecimiento: es el proceso que agrupa las actividades que se realizan con el fin de identificar las opciones más favorables para la empresa en el momento de adquirir bienes y servicios que se ajustan perfectamente a las necesidades de la misma para garantizar su buen funcionamiento.

Cadena de suministro: movimiento de materiales, fondos e información relacionada a través del proceso de la logística, desde la adquisición de materias primas a la entrega de productos terminados al usuario final.

Motivación: La motivación es la energía psíquica que nos empuja a emprender o sostener una acción o una conducta. Su desaparición acarrea necesariamente el abandono de lo que se hace. Por eso, es mucho más difícil alcanzar objetivos cuando se carece de motivación.



Diagnóstico Logístico: El diagnóstico logístico es una mirada global externa de los procesos de la empresa que busca detectar oportunidades de mejora inmediata y orientar la toma de decisiones de futuras inversiones.

Logística Integral: Son todas aquellas decisiones, estrategias y acciones concretas que ayudan a aumentar la productividad de la cadena de suministro y, de esta manera, cumplir con los objetivos comerciales previstos.

Fidelización de clientes: La fidelización de clientes tiene como objetivo conseguir, mediante diversas estrategias y técnicas de marketing y ventas, que el consumidor que haya adquirido con anterioridad alguno de nuestros productos o servicios nos siga comprando y se convierta en un cliente habitual.

Satisfacción al cliente: Satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el momento de adquirirlo.

Productividad: es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, tierra, etc.) durante un periodo determinado.

Algoritmización: aplicación de algoritmos, otorga a las empresas un poder sin precedentes sobre (casi) todo lo que se hace

Riesgo económico: es una consecuencia directa de las decisiones de inversión. De manera que la estructura de los activos de la empresa es responsable del nivel y de la variabilidad de los beneficios de explotación.

Rentabilidad: es un índice que mide la relación que existe entre la utilidad o ganancia obtenida o que se va a obtener, y la inversión realizada.

Competitividad interna: es la capacidad de una organización para lograr la mayor eficiencia posible de sus recursos y aumentar la productividad de los factores (trabajadores, capital y tierra principalmente).

Aprovisionamiento: operación logística que tiene como fin proveer de materias primas o mercancía en general a un almacén, centro logístico, fábrica o tienda, para asegurar el correcto desarrollo de la actividad empresarial (producción, distribución o, venta).

Demanda: necesidad de un producto o componente

Pronostico: es un estimado de la demanda futura, puede ser determinado por medios matemáticos, usando información histórica, o ser creado subjetivamente mediante el uso de estimados provenientes de fuentes informales.

Proveedor: es quien suministra bienes o servicios. Persona u compañía con quien el comprador hace negocios.

Estantería: dispositivo de almacenaje para manipular material de estiba.

Pallet: plataforma horizontal para el ensamble, almacenaje y manipulación de materiales y/o productos en una unidad de carga usualmente consistente de tres niveles, con maderos en la parte superior e inferior.

Flete: tarifa del servicio de transporte que implica un cálculo que combina las variables de distancia del viaje y peso, volumen, valor y riesgos propios de la carga.

Inventario: mercancías o artículos usados para apoyar la producción (materias primas y artículos en proceso de trabajo), actividades de apoyo (mantenimiento, reparación y suministros operativos), y servicio al cliente (productos terminados y repuestos).

Control de inventario: actividades y técnicas para mantener los niveles deseados de inventarios ya sean materias primas, artículos en proceso o productos terminados.

Rotación de inventario: número de veces que un inventario hace ciclos o gira durante un año.

Valoración del inventario: es el proceso de dar valor al inventario a partir de su costo o de su valor en el mercado, ya que este puede cambiar con el tiempo. El valor del costo del inventario es usualmente computado sobre bases FIFO, LIFO, o de costo estándar para establecer el costo de las mercancías vendidas.

Ley de Pareto: concepto desarrollado por Wilfredo Pareto, un economista italiano que dice que un pequeño porcentaje de un grupo cuenta por la fracción más grande del impacto o valor.

Distribución: actividades asociadas con el movimiento del material, usualmente de productos terminados o repuestos provenientes del fabricante para el cliente.

Importación: ingreso legal al territorio nacional de mercancía extranjera para su uso o consumo en el país.

Cotización: manifestación de precio y términos de venta. Es una descripción de mercancías o servicios ofrecidos por un proveedor a un comprador en prospecto. Se constituye en una oferta, cuando se da la respuesta a una solicitud.

Costo: lo que para la firma compradora representa el precio total por la consecución y el uso de lo adquirido.

Seguimiento: control del progreso del trabajo para ver que las operaciones sean ejecutadas como se planearon o que los materiales y productos comprados, sean recibidos en el tiempo programado.

Cadena de abastecimiento: proceso de unir a las compañías proveedoras y usuarias, desde la consecución de la materia prima, hasta el consumo final del producto terminado.

Orden de compra: compromiso adquirido a largo plazo por un proveedor, y por medio del cual hará entregas a corto plazo para satisfacer requerimientos.

Materias primas: artículos comprados o extraídos que son convertidos en componentes y productos a través del proceso de manufactura.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

3.1.1 *Hipótesis general*

H_G: Existe relación significativa entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

3.1.2 *Hipótesis específicas*

H₁: Existe relación significativa entre la gestión de compras y abastecimientos y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

H₂: Existe relación significativa entre la gestión moderna de inventarios y la calidad del servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023

H₃: Existe relación significativa entre la gestión logística en centros de distribución y almacenes y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

H₄: Existe relación significativa entre la gestión de transporte y distribución y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

3.2 Operacionalización de variables

Variable 1: Gestión Logística

Según Mora (2023) la gestión logística es una actividad interdisciplinaria que vincula las diferentes áreas de la compañía, desde la programación de compras hasta el servicio postventa; pasando por el aprovisionamiento de materias primas; la planificación y gestión de la producción; el almacenamiento, manipuleo y gestión de stock, empaques, embalajes, transporte, distribución física y los flujos de información.

Variable 2: Calidad de Servicio al Cliente

Según Pizzo (2013) la calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aun bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

Matriz de operacionalización de la variable Gestión Logística

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala
Gestión Logística	Según Mora (2023) la gestión logística es una actividad interdisciplinaria que vincula las diferentes áreas de la compañía, desde la programación de compras hasta el servicio postventa; pasando por el aprovisionamiento de materias primas; la planificación y gestión de la producción; el almacenamiento, manipuleo y gestión de stock, empaques, embalajes, transporte, distribución física y los flujos de información.	La variable Gestión Logística presenta 4 dimensiones, cada una con sus indicadores. Al respecto se utilizó un cuestionario de 23 ítems que evalúa la variable Gestión logística y las dimensiones: Gestión de compras y abastecimientos, Gestión moderna de inventarios, Gestión logística en centros de distribución y almacenes y Gestión de transporte y distribución, a través de la escala Likert: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca.	Gestión de compras y abastecimientos	<ul style="list-style-type: none"> Recepción de solicitud Selección de proveedores Orden de compra Seguimiento y recepción de compra Liquidación de facturas 	1 al 8	Cuestionario	Ordinal
			Gestión moderna de inventarios	<ul style="list-style-type: none"> Planificación de inventario Control de inventario Rotación de inventario Clasificación ABC 	9 al 12		Valores:
			Gestión logística en centros de distribución y almacenes	<ul style="list-style-type: none"> Ciclo de almacenamiento Estanterías de almacenamiento Equipos de manipulación Sistema de gestión de almacenes 	13 al 19		Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
			Gestión de transporte y distribución	<ul style="list-style-type: none"> Medios de transporte Canal de distribución Lugar y tiempo de entrega 	20 al 23		

Matriz de operacionalización de la variable Calidad de Servicio al Cliente

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala
Calidad de servicio al cliente	Según Pizzo (2013) la calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aun bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.	La variable Calidad de Servicio al Cliente presenta 5 dimensiones, cada una con sus indicadores. Al respecto se utilizó un cuestionario adaptado del modelo SERVQUAL de 20 ítems que evalúa la variable Calidad de servicio al cliente y las dimensiones: Elementos tangibles, Confiabilidad, Capacidad de respuesta y Seguridad y Empatía, a través de la escala Likert: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca.	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> Equipos modernos Instalación física Apariencia del personal Accesibilidad 	1 al 4	Cuestionario	Ordinal
			Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de promesas Interés de atención Atención oportuna Puntualidad 	5 al 8		Escala de Likert
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> Información oportuna Atención rápida Disposición 	9 al 12		Valores:
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> Comportamiento confiable Eficiencia Cortesía Personal calificado 	13 al 16		Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> Horario de atención Atención personalizada Necesidades específicas 	17 al 20		

IV. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

4.1 Diseño metodológico.

Tipo de investigación: Aplicada

El tipo de investigación es aplicada, ya que, pretende emplear los avances y hallazgos de la investigación básica para aprovecharlos en la generación del bienestar de la sociedad (Muñoz, 2011, p. 26).

Enfoque de investigación: Cuantitativo

La investigación se llevó a cabo según el enfoque cuantitativo, ya que se basan en la medición numérica. Las investigaciones que se realizan con este enfoque utilizan la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confían en el uso de la estadística, para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población (Sánchez et al., 2018, p. 59).

Nivel de investigación: Descriptivo - Correlacional

El nivel de investigación es descriptivo, ya que reseña las características o rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio. La realización de este tipo de investigación se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental (Bernal, 2010, p. 122).

La investigación es correlacional, ya que tiene como propósito examinar relación entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica causas o consecuencias. En otras palabras, la correlación examina asociaciones, pero no relaciones causales (Bernal, 2010, p. 114).

Diseño de investigación: No experimental - Transversal

El estudio se desarrolló bajo un diseño no experimental y se define como la investigación que se realiza sin manipular en forma deliberada las variables. Es decir, el investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado, para luego analizarlos (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 174).

Por el periodo en el que se realizó la investigación es considerado transversal o transeccional, dado que recolectan datos en un solo momento, en

un tiempo único (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 176).

4.2 Método de investigación.

El método de investigación es hipotético – deductivo, ya que, consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos (Bernal, 2010, p. 60).

4.3 Población y muestra.

4.3.1 Población

Bernal (2010) define la población como “la totalidad de elementos o individuos que tiene ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” (p. 160).

La población de la investigación está conformada por 78 trabajadores de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C.

4.3.2 Muestra

En cuanto a la muestra del estudio, para Hernández Sampieri et al.(2014), es un subgrupo representativo de la población o universo de interés, del cual se recolecta información, la cual fue calculada por la formula estadística de población finita.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (1 - 0.5) \cdot (78)}{(0.05)^2 \cdot (78 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (1 - 0.5)} = 65$$

Por tanto, la muestra está formada por 65 colaboradores de la empresa importadora. Se aplicó un muestreo probabilístico, en donde todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos o seleccionados (Hernández Sampieri et al., 2014).

4.4 Lugar de estudio y periodo desarrollado.

La investigación se realizó en la empresa importadora Housemart Perú S.A.C, situada en la Parcelación Rustica Int A, Av. Chacra Cerro 127, Comas.

4.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.

4.5.1 Técnica

- Encuesta

4.5.2 Instrumento

- Cuestionario

4.5.3 Validez

El juicio de expertos sirve para constatar la validez de los ítems, consistente en preguntar a personas expertas en el dominio que miden los ítems, sobre su grado de adecuación a un criterio determinado. Los expertos evaluaron de manera independiente la relevancia, coherencia, suficiencia y claridad con la que están redactados los ítems o reactivos (Sánchez et al., 2018, pp. 124–125).

Tabla 3

Validez del contenido por juicio de expertos del instrumento Gestión Logística.

N°	Grado académico	Nombres y apellidos del experto	Dictamen
1	Mg.	Felipe Lizandro Delgado Estrada	Aplicable
2	Mg.	Florcita Hermoja Aldana Trejo	Aplicable
3	Mg.	Adán Fausto Rivera Morales	Aplicable

Respecto a la Tabla 3, el instrumento de Gestión Logística es aplicable según el criterio de los expertos.

Tabla 4

Validez del contenido por juicio de expertos del instrumento Calidad de Servicio al Cliente.

N°	Grado académico	Nombres y apellidos del experto	Dictamen
1	Mg.	Felipe Lizandro Delgado Estrada	Aplicable
2	Mg.	Florcita Hermoja Aldana Trejo	Aplicable
3	Mg.	Adán Fausto Rivera Morales	Aplicable

Respecto a la Tabla 4, el instrumento de Calidad de Servicio al Cliente es aplicable según el criterio de los expertos.

4.5.4 Confiabilidad

El instrumento utilizado aportó a la confiabilidad al utilizar el Alfa de

Cronbach, que permite determinar la consistencia interna, no obstante, existen diversos procesos para determinarla, son estas fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad. La mayoría oscilan entre cero y uno, donde un coeficiente de cero (0) significa nula confiabilidad y uno (1) representa un máximo de confiabilidad (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018, p. 239).

En las Tabla 5 y Tabla 6 hemos demostrado la alta confiabilidad de los datos obtenidos por lo que hemos realizado la medición de las preguntas de la Gestión Logística obteniendo 0.873 y las preguntas de la Calidad de Servicio al Cliente obteniendo 0.994.

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad para la variable gestión logística.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,873	23

Tabla 6

Estadísticas de fiabilidad para la variable calidad de servicio al cliente.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,994	20

4.6 Análisis y procesamiento de datos.

Para el análisis y procesamiento de la información se empleó el SPSS. Los resultados se presentan en tablas y figuras para darnos cuenta si nuestros instrumentos son eficientes para esta investigación.

4.7 Aspectos éticos en investigación.

Respecto a los aspectos éticos, la investigación se desarrolló respetando las normas éticas y conductas responsables de investigación, esto disgregado en el uso de los resultados del estudio para fines académicos y científicos, asimismo se guardó privacidad acerca de la base de datos obtenida por la técnica de recolección aplicada con un anonimato total. Respecto a las indicaciones de la universidad, el presente estudio se redactó cumpliendo el protocolo de investigación dispuesto por la directiva N° 004-2022-R del VRI como del estilo APA 7ma edición que fue empleado en la redacción de citas y referencias bibliográficas.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados descriptivos.

5.1.1 Resultados descriptivos de las variables

Resultados descriptivos de la variable gestión logística.

Tabla 7

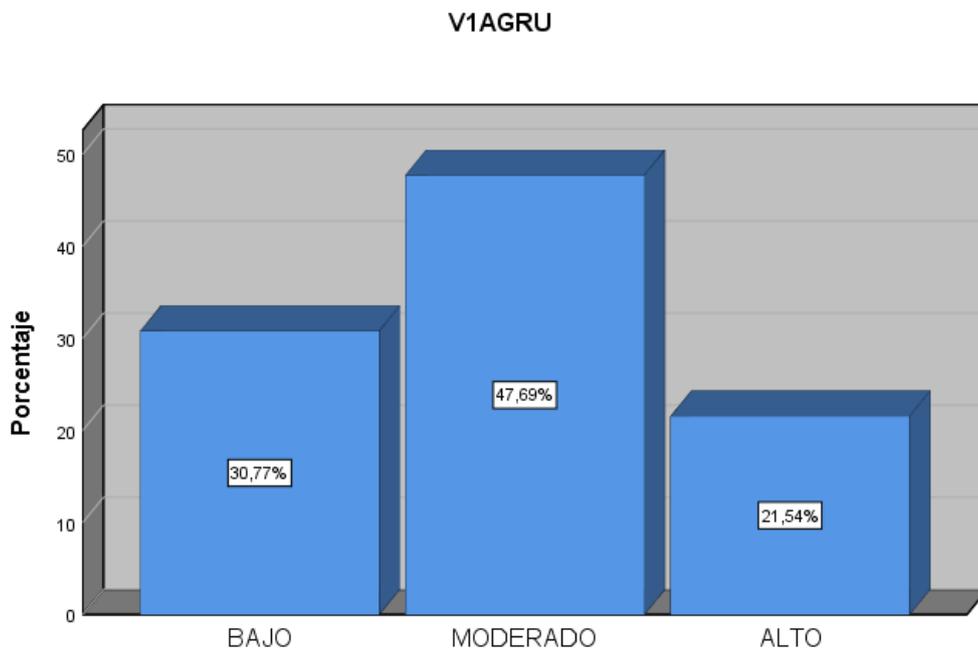
Análisis descriptivo de la variable gestión logística.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	20	30,8	30,8	30,8
	MODERADO	31	47,7	47,7	78,5
	ALTO	14	21,5	21,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 17

Gráfico de barras de la variable gestión logística.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 7 y Figura 17, sobre el análisis descriptivo de la variable gestión logística expresados por los colaboradores, donde el 31% de los colaboradores considera a la gestión logística en un nivel bajo, el 48% de los colaboradores considera la gestión logística en un nivel moderado y el 21% de los colaboradores considera la gestión logística se desarrolla en un nivel alto.

Resultados descriptivos de la variable calidad de servicio al cliente.

Tabla 8

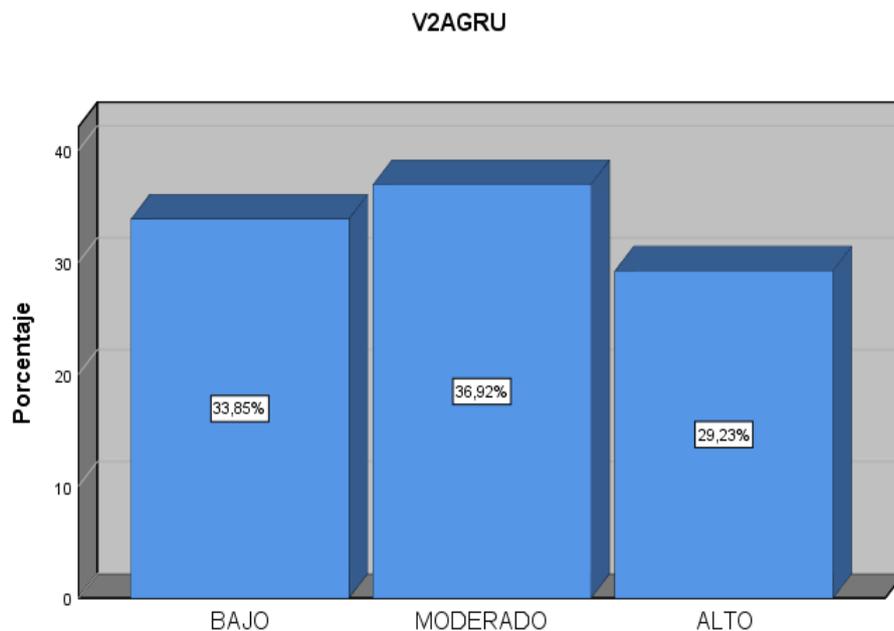
Análisis descriptivo de la variable calidad de servicio al cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	22	33,8	33,8	33,8
	MODERADO	24	36,9	36,9	70,8
	ALTO	19	29,2	29,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 18

Gráfico de barras de la variable calidad de servicio al cliente.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 8 y Figura 18, sobre el análisis descriptivo de la variable calidad de servicio expresado por los colaboradores, se observa que el 34% de los colaboradores considera la calidad de servicio al cliente en un nivel bajo, el 37% de los colaboradores considera la calidad de servicio al cliente en un nivel moderado y el 30% de los colaboradores considera la calidad de servicio en un nivel alto.

5.1.2 Resultados descriptivos de las dimensiones

Resultados descriptivos de las dimensiones de la gestión logística.

Tabla 9

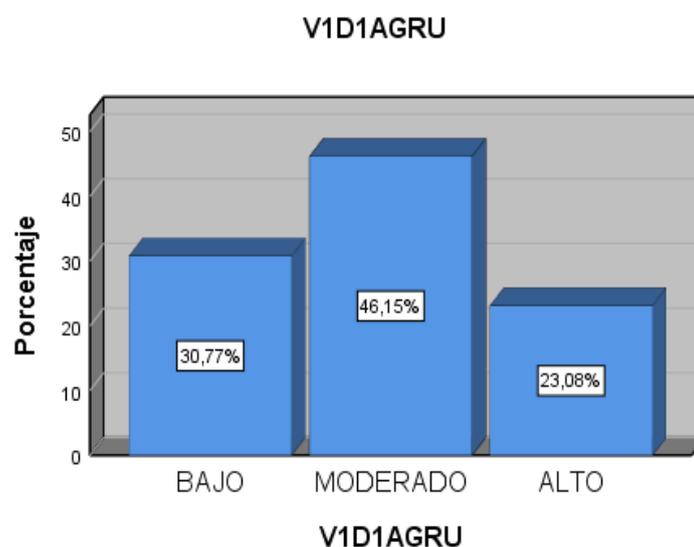
Análisis descriptivo de la dimensión gestión de compras y abastecimientos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	20	30,8	30,8	30,8
	MODERADO	30	46,2	46,2	76,9
	ALTO	15	23,1	23,1	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 19

Gráfico de barras de la dimensión gestión de compras y abastecimientos.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 9 y Figura 19, los colaboradores entrevistados sostienen que, dentro de la gestión logística, la función de gestión de compras y abastecimientos posee una relevancia del aproximadamente el 69% lo que significa que esta actividad posee una vital importancia.

Tabla 10

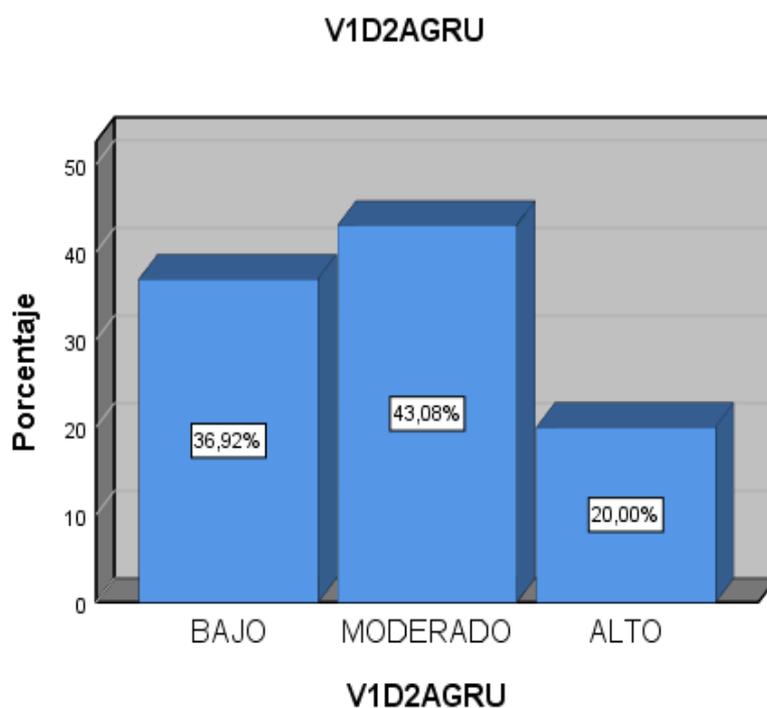
Análisis descriptivo de la dimensión gestión moderna de inventarios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	24	36,9	36,9	36,9
	MODERADO	28	43,1	43,1	80,0
	ALTO	13	20,0	20,0	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 20

Gráfico de barras de la dimensión gestión moderna de inventarios.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 10 y Figura 20, se aprecia que el 63% de las respuestas de los colaboradores opina que la gestión moderna de inventarios es determinante en el manejo de la actividad logística y, esto se complementa con las técnicas modernas de gestión de inventarios.

Tabla 11

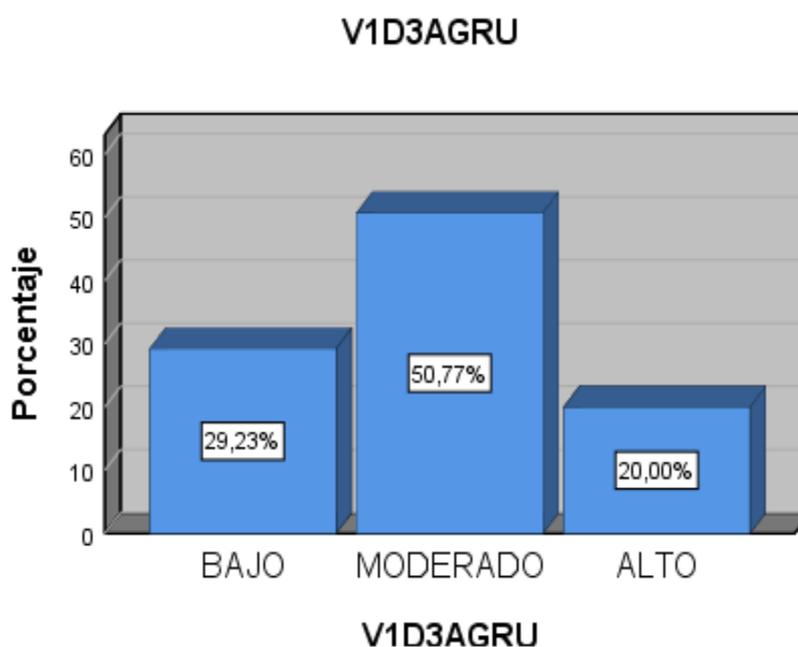
Análisis descriptivo de la dimensión gestión logística en centros de distribución y almacenes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	19	29,2	29,2	29,2
	MODERADO	33	50,8	50,8	80,0
	ALTO	13	20,0	20,0	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 21

Gráfico de barras de la dimensión gestión logística en centros de distribución y almacenes.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 11 y Figura 21, aproximadamente el 70% de los colaboradores entrevistados manifiestan que la gestión logística en centros de distribución y almacenes es importante y, esto se justifica que en esta área logística se concentra la inversión de la empresa en materiales los cuales deben de administrarse con eficiencia.

Tabla 12

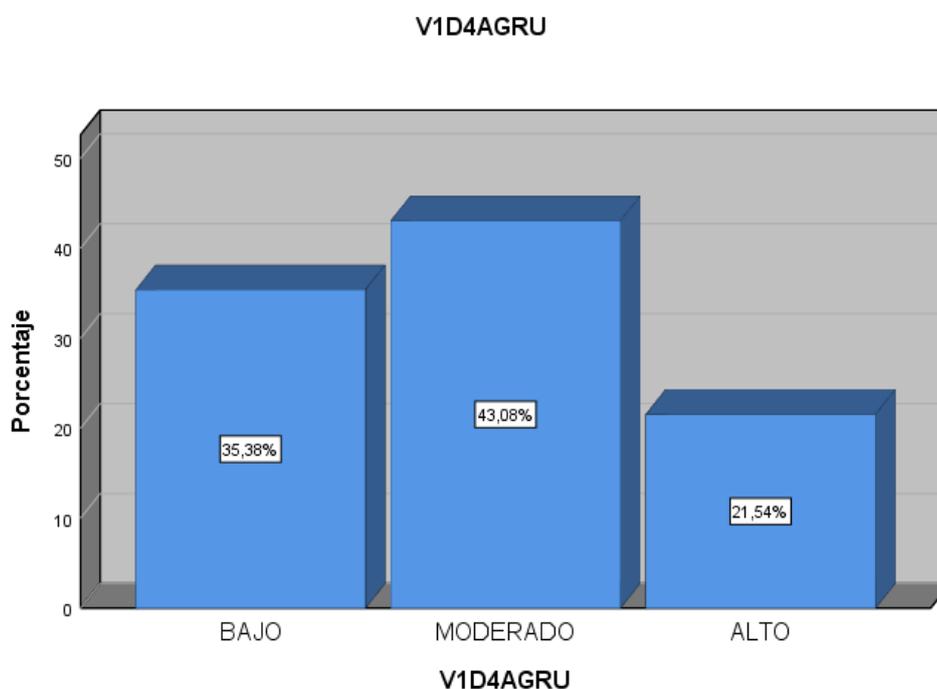
Análisis descriptivo de la dimensión gestión de transporte y distribución.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	23	35,4	35,4	35,4
	MODERADO	28	43,1	43,1	78,5
	ALTO	14	21,5	21,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 22

Gráfico de barras de la dimensión gestión de transporte y distribución.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 12 y Figura 22, la gestión de transporte y distribución es otro de los ejes fundamentales en la gerencia logística por lo que la gestión del transporte y la distribución juegan un papel importante para cerrar el circuito logístico tal como se aprecia con el 64% de las apreciaciones de los colaboradores.

Resultados descriptivos de las dimensiones de la calidad de servicio al cliente.

Tabla 13

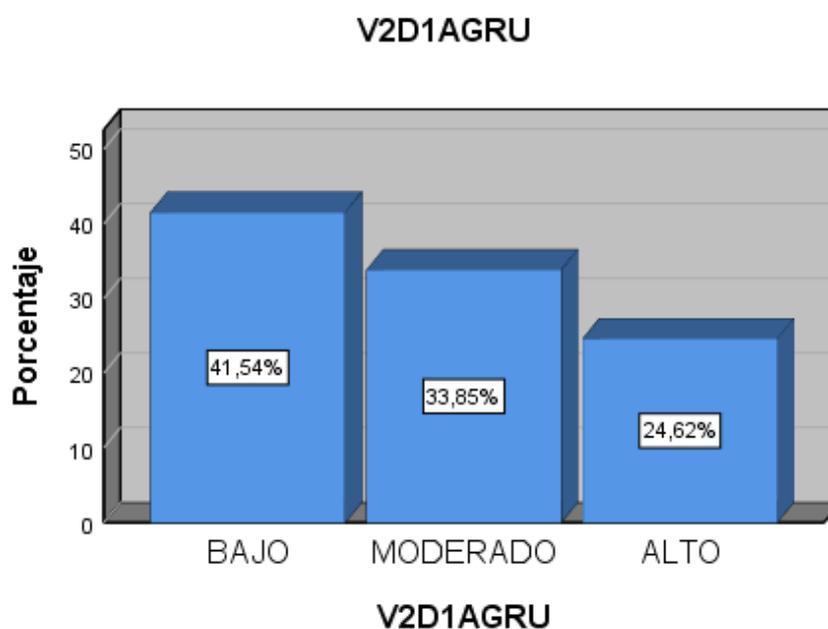
Análisis descriptivo de la dimensión elementos tangibles.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	27	41,5	41,5	41,5
	MODERADO	22	33,8	33,8	75,4
	ALTO	16	24,6	24,6	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 23

Gráfico de barras de la dimensión elementos tangibles.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

[Handwritten signatures and notes on the right margin]

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 13 y Figura 23, evidentemente los elementos tangibles son la parte esencial del manejo logístico, diríamos que es la esencia de la logística y esto queda evidenciado con el aproximadamente 57% de las respuestas de los colaboradores, todo ello para satisfacer las necesidades de los públicos internos y externos.

Tabla 14

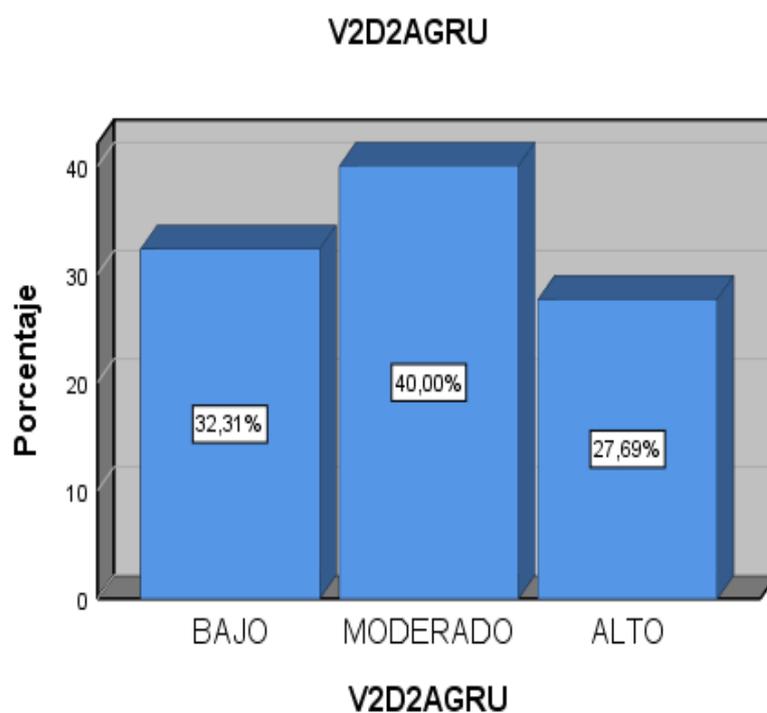
Análisis descriptivo de la dimensión confiabilidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	21	32,3	32,3	32,3
	MODERADO	26	40,0	40,0	72,3
	ALTO	18	27,7	27,7	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 24

Gráfico de barras de la dimensión confiabilidad.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 14 y Figura 24, se observa que el 67% de las opiniones de los colaboradores apuntan a que se requiere del uso de herramientas de alta confiabilidad por la sensibilidad en el uso, acopio y protección de los materiales adquiridos y custodiados, todo ello para garantizar el servicio al cliente.

Tabla 15

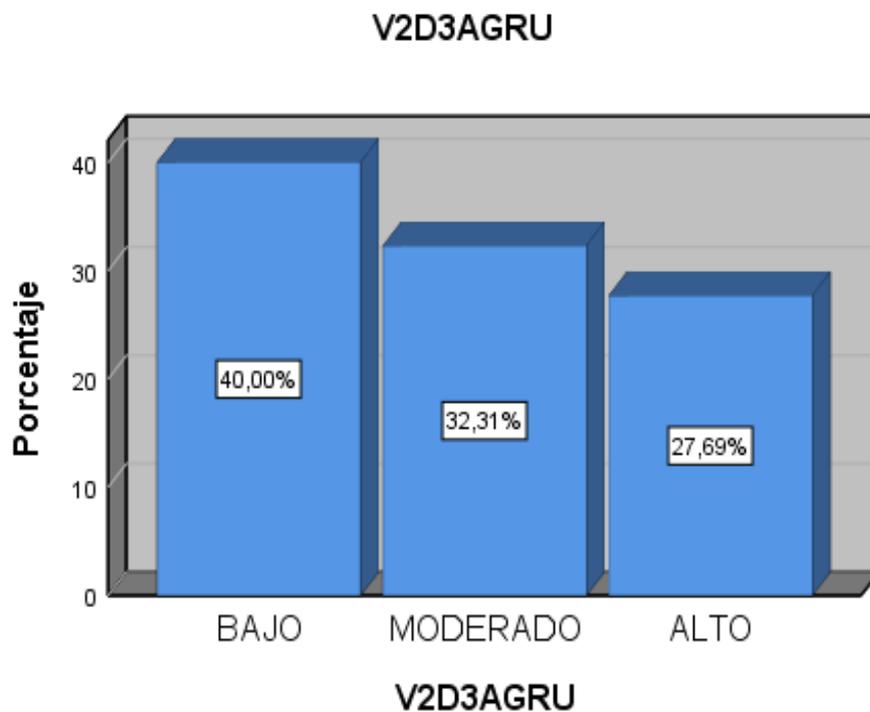
Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de respuesta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	26	40,0	40,0	40,0
	MODERADO	21	32,3	32,3	72,3
	ALTO	18	27,7	27,7	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 25

Gráfico de barras de la dimensión capacidad de respuesta.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 15 y Figura 25, el 59% aproximadamente de las respuestas de los colaboradores manifiestan que la capacidad de respuesta es importante toda vez que cuando se solicita un material se debe de dar respuesta casi instantánea para satisfacer al área solicitante y así cumplir con eficacia los requerimientos.

Tabla 16

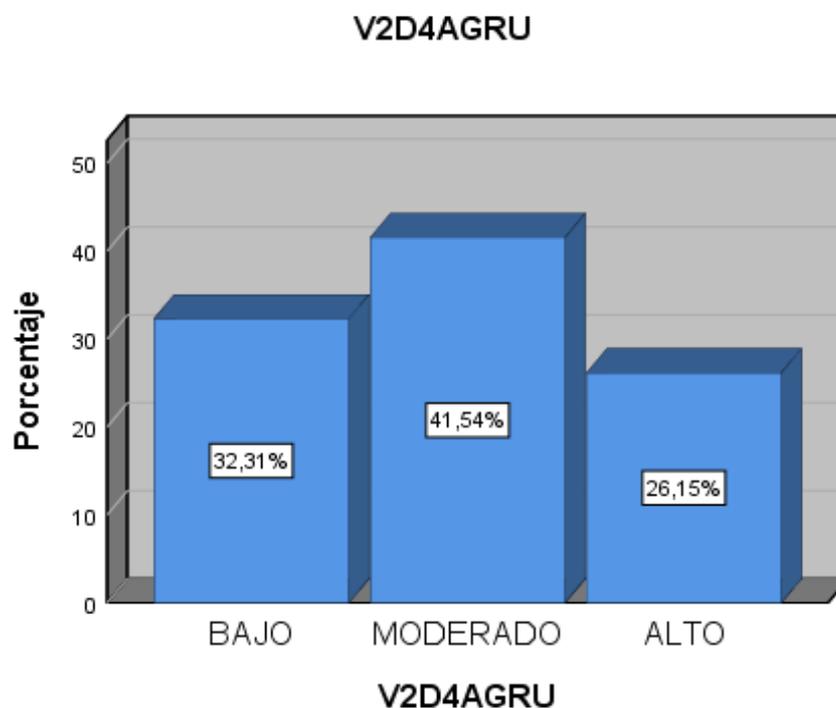
Análisis descriptivo de la dimensión seguridad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	21	32,3	32,3	32,3
	MODERADO	27	41,5	41,5	73,8
	ALTO	17	26,2	26,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 26

Gráfico de barras de la dimensión seguridad.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 16 y Figura 26, uno de los aspectos importantes en la gestión logística es la seguridad en la conservación de los materiales, el transporte de los mismos y en estado marginal, la rotura de los stocks, es por ello que los colaboradores manifiestan que la seguridad juega un papel de relevancia en la calidad del servicio al cliente.

Tabla 17

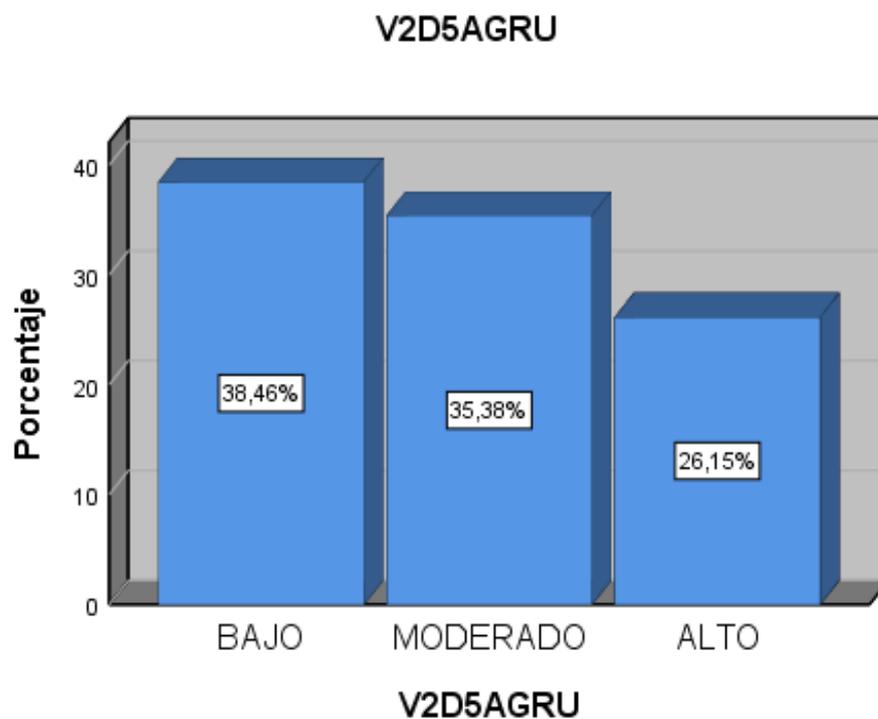
Análisis descriptivo de la dimensión empatía.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	25	38,5	38,5	38,5
	MODERADO	23	35,4	35,4	73,8
	ALTO	17	26,2	26,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 27

Gráfico de barras de la dimensión empatía.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

En cuanto al resultado mostrado en la Tabla 17 y Figura 27, muchas veces de lo único que nos preocupamos es de la entrega o despacho de manera ligera sin saber la importancia que tiene el material para el solicitante por lo que debemos emplear la empatía para poder entender lo que significa la calidad del servicio al cliente y entender de manera instantánea la necesidad y prioridad de los solicitantes, esto lo demuestra el 61% de las respuestas de los colaboradores.

5.2 Resultados inferenciales.

5.2.1 Prueba de normalidad

Antes de efectuar el contraste de hipótesis, es indispensable realizar la prueba de normalidad. Como se trata de una muestra superior a 50 elementos, se aplicó la prueba de Kolmogórov-Smirnov.

Hipótesis para la prueba de normalidad

H₀: Datos se aproximan a la distribución normal ($p \geq 0.05$)

H₁: Datos no se aproximan a la distribución normal ($p < 0.05$)

Tabla 18

Prueba de normalidad.

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión logística	,115	65	,033	,962	65	,042
Calidad de servicio al cliente	,158	65	,000	,843	65	,000

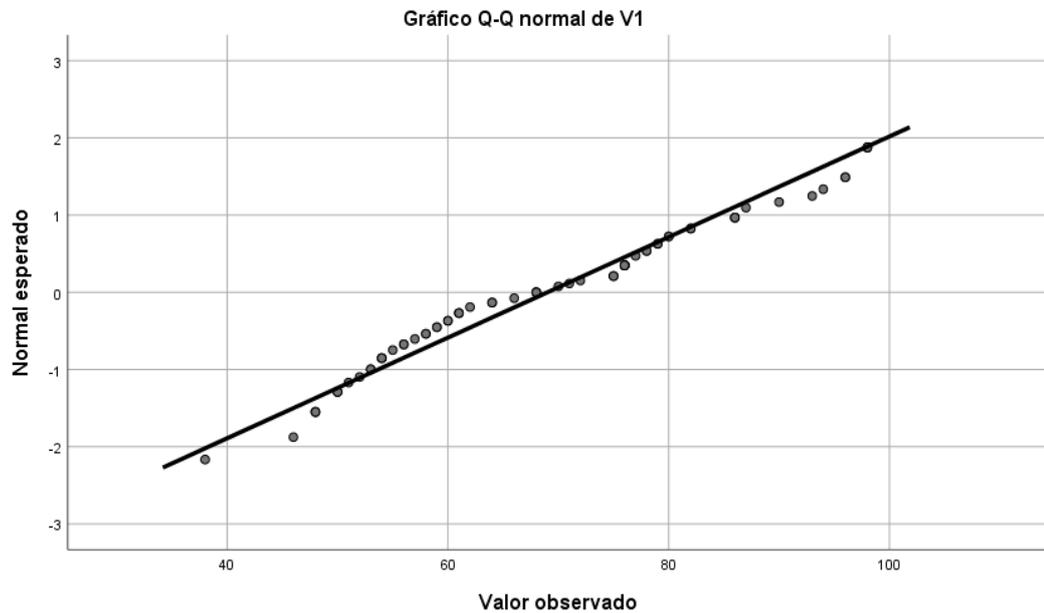
a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Los resultados mostrados en la Tabla 18 indican las condiciones de la distribución normal de los datos respecto a las variables, se observa que la variable gestión logística tiene un grado de significancia de 0.033 y para la variable calidad de servicio al cliente el valor de significancia es 0.000; los puntajes de ambas variables no presentan una distribución normal, puesto que el nivel de significancia en ambos casos es menor a 0.05. Estos resultados indican ser una prueba no paramétrica y aplicar el Rho de Spearman.

Figura 28

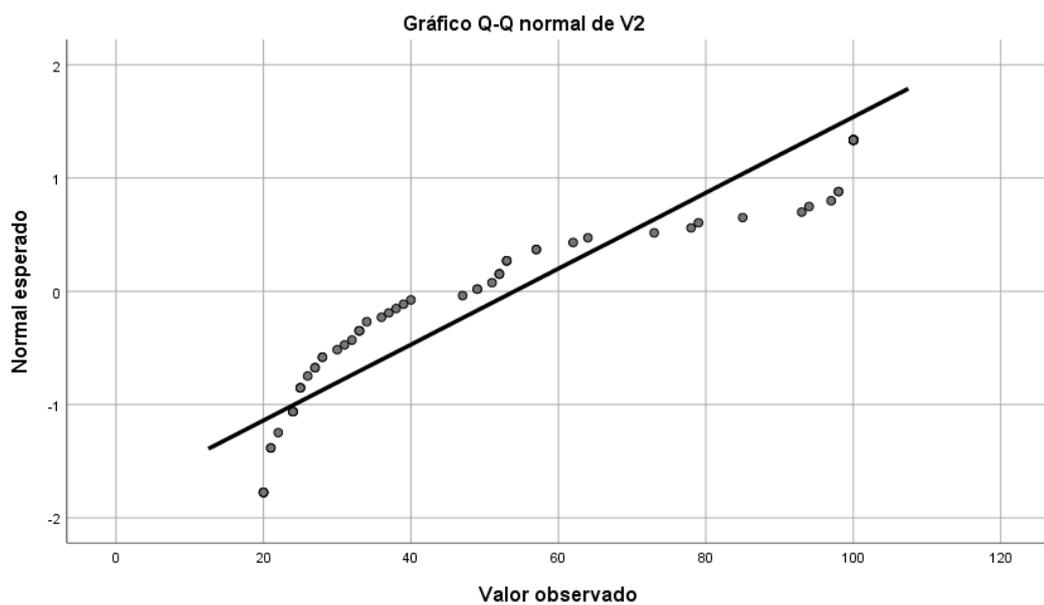
Gráfico Q-Q normal de gestión logística.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Figura 29

Gráfico Q-Q normal de calidad de servicio al cliente.



Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Para probar la hipótesis general y las hipótesis específicas se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman que permitió medir el nivel de correlación entre dos variables ordinales. Para interpretar los resultados se consideró la escala de la Tabla 19.

Tabla 19

Rango de coeficiente de correlación de Spearman.

Valor de Rho	Significado
-0.91 a -1.00	Correlación negativa muy fuerte
-0.76 a -0.90	Correlación negativa considerable
-0.51 a -0.75	Correlación negativa media
-0.11 a -0.50	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva muy 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

Nota. Adaptado de *Metodología de la investigación* (p. 305), por R. Hernández Sampieri, C. Fernández-Collado y M. Baptista Lucio, 2014, McGraw-Hill Education

5.2.2 Prueba de hipótesis general

H_0 : No existe relación significativa entre la Gestión Logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

H_1 : Existe relación significativa entre la Gestión Logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023

Regla de decisión:

Si Valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0).

Si Valor $p < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0). Y acepta la hipótesis alterna (H_1).

Tabla 20

Correlaciones de Spearman entre gestión logística y calidad de servicio al cliente.

		Gestión logística	Calidad de servicio al cliente
Rho de Spearman	Gestión logística	Coeficiente de correlación	,787**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	65
	Calidad de servicio al cliente	Coeficiente de correlación	,787**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	65

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

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Como se puede apreciar en la Tabla 20, se ha rechazado la H_0 toda vez que la significancia es menor al 5% y estamos en condición de afirmar que existe una correlación entre la Gestión Logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023, esto representa el 0,787.

5.2.3 Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

H_0 : No existe relación significativa entre la gestión de compras y abastecimientos y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023.

H_1 : Existe relación significativa entre la gestión de compras y abastecimientos y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023.

Regla de decisión:

Si Valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0).

Si Valor $p < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0). Y acepta la hipótesis alterna (H_1).

Tabla 21

Correlaciones de Spearman entre gestión de compras y abastecimientos y calidad de servicio al cliente

			Gestión de compras y abastecimientos	Calidad de servicio al cliente
Rho de Spearman	Gestión de compras y abastecimientos	Coefficiente de correlación	1,000	,689**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad de servicio al cliente	Coefficiente de correlación	,689**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.	
	N	65	65	

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

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Como se puede observar en la Tabla 21, se ha rechazado la H_0 toda vez que la significancia es menor al 5% y estamos en condición de afirmar que existe una correlación ascendente entre la gestión de compras y abastecimientos y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023, esto representa, esto representa el 0,689.

Hipótesis específica 2

H_0 : No existe relación significativa entre la gestión moderna de inventarios y la calidad del servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023.

H_1 : Existe relación significativa entre la gestión moderna de inventarios y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023.

Regla de decisión:

Si Valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0).

Si Valor $p < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0). Y acepta la hipótesis alterna (H_1).

Tabla 22

Correlaciones de Spearman entre gestión moderna de inventarios y calidad de servicio al cliente

			Gestión moderna de inventarios	Calidad de servicio al cliente
Rho de Spearman	Gestión moderna de inventarios	Coeficiente de correlación	1,000	,514**
		Sig. (bilateral)	.	,000
			N	65
	Calidad de servicio al cliente	Coeficiente de correlación	,514**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
		N	65	65

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

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Como se puede observar en la Tabla 22, se ha rechazado la H_0 toda vez que la significancia es menor al 5% y estamos en condición de afirmar que existe una correlación ascendente entre la gestión moderna de inventarios y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023, esto representa, esto representa el 0,514.

Hipótesis específica 3

H_0 : No existe relación significativa entre la gestión logística en centros de distribución y almacenes y la calidad del servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023.

H_1 : Existe relación significativa entre la gestión logística en centros de distribución y almacenes y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023.

Regla de decisión:

Si Valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0).

Si Valor $p < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0). Y acepta la hipótesis alterna (H_1).

Tabla 23

Correlaciones de Spearman entre gestión logística en centros de distribución y almacenes y calidad de servicio al cliente

			Gestión logística en centros de distribución y almacenes	Calidad de servicio al cliente
Rho de Spearman	Gestión logística en centros de distribución y almacenes	Coefficiente de correlación	1,000	,747**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad de servicio al cliente	Coefficiente de correlación	,747**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

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

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Como se puede avizorar en la Tabla 23, se ha rechazado la H_0 toda vez que la significancia es menor al 5% y estamos en condición de afirmar que existe una correlación entre la gestión logística en centros de distribución y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023, esto representa, esto representa el 0,747.

Hipótesis específica 4

H_0 : No existe relación significativa entre la gestión de transporte y distribución y la calidad del servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023.

H_1 : Existe relación significativa entre la gestión de transporte y distribución y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023.

Regla de decisión:

Si Valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0).

Si Valor $p < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0). Y acepta la hipótesis alterna (H_1).

Tabla 24

Correlaciones de Spearman entre gestión de transporte y distribución y calidad de servicio al cliente

			Gestión de transporte y distribución	Calidad de servicio al cliente
Rho de Spearman	Gestión de transporte y distribución	Coefficiente de correlación	1,000	,694**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad de servicio al cliente	Coefficiente de correlación	,694**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

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

Nota. Fuente: Elaboración propia (SPSS 25)

Como se puede avizorar en la Tabla 24, se ha rechazado la H_0 toda vez que la significancia es menor al 5% y estamos en condición de afirmar que existe una correlación entre la gestión de transporte y distribución y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023, esto representa, esto representa el 0,694.

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1 Contratación y demostración de la hipótesis con los resultados.

Con relación al supuesto general planteado y con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.787 y con una significancia bilateral $p=0.000<0.05$ se comprobó que existe una relación significativa y se evidenció una correlación positiva muy fuerte entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente. Por tanto, según los resultados y hallazgos identificados se demostró el cumplimiento del objetivo general.

De acuerdo al supuesto específico 1 planteado y con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.689 y con una significancia bilateral $p=0.000<0.05$ se comprobó que existe una relación significativa y se evidenció una correlación positiva considerable entre la gestión de compras y abastecimientos y la calidad de servicio al cliente. Además, por los resultados y hallazgos identificados se demostró el cumplimiento del objetivo específico 1.

En relación al supuesto específico 2 planteado y con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.514 y con una significancia bilateral $p=0.000<0.05$ se comprobó que existe una relación significativa y se evidenció una correlación positiva considerable entre la gestión moderna de inventarios y la calidad de servicio al cliente. Así también, por los resultados y hallazgos identificados se demostró el cumplimiento del objetivo específico 2.

De acuerdo al supuesto específico 3 planteado y con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.747 y con una significancia bilateral $p=0.000<0.05$ se comprobó que existe una relación significativa y se evidenció una correlación positiva muy fuerte entre la gestión logística en centros de distribución y la calidad de servicio al cliente. Además, por los resultados y hallazgos identificados se demostró el cumplimiento del objetivo específico 3.

En relación al supuesto específico 4 planteado y con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.694 y con una significancia bilateral $p=0.000 < 0.05$ se comprobó que existe una relación significativa y se evidenció una correlación positiva considerable entre la gestión de transporte y distribución y la calidad de servicio al cliente. Por los resultados y hallazgos identificados se demostró el cumplimiento del objetivo específico 4.

6.2 Contrastación de los resultados con otros estudios similares.

Se logra aceptar la hipótesis general dado que existe una relación significativa entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023. Estos resultados coinciden con Ghomrassi y Tigu (2018) donde menciona que la gestión logística optimiza los resultados empresariales al satisfacer las necesidades del cliente, lo cual es coherente con la perspectiva de la hipótesis general. En términos generales, los resultados del antecedente respaldan la hipótesis general planteada en este estudio. Ambos estudios destacan la importancia de la gestión logística en la satisfacción del cliente, aunque se reconoce que las diferencias en contexto y metodología podrían influir en la generalización de los resultados. Esta comparación fortalece la validez de la hipótesis general y sugiere la existencia de patrones consistentes en la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente.

Se consigue aprobar la hipótesis específica donde existe una correlación significativa de 0.689 entre la gestión de compras y abastecimientos y la calidad de servicio al cliente con una significancia menor al 0.05 siendo el caso también de Umair et al. (2019), quienes abordaron múltiples aspectos de la gestión logística. Esto destaca la importancia de evaluar cómo diferentes componentes de la gestión logística pueden influir en la satisfacción en el servicio del cliente.

Se alcanza a demostrar una relación significativa entre la gestión moderna de inventarios y la calidad del servicio al cliente con un coeficiente de Spearman de 0.514 y aunque la hipótesis y el estudio de Richu et al. (2022) comparten el interés en la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente, existen diferencias clave en el enfoque y la profundidad del análisis. Mientras la hipótesis de la presente investigación se centra en la gestión moderna de inventarios,



Richu et al. (2022) aborda las prácticas de gestión logística de manera más integral, considerando la calidad del servicio logístico como un mediador significativo. Sin embargo, en dicho estudio se encuentra una relación positiva entre las prácticas de gestión logística y la satisfacción del cliente en transportistas en Kenia. La calidad del servicio logístico actúa como mediador, explicando el 48,2% de la variación en la satisfacción del servicio al cliente.

Se transige que subsiste una relación significativa entre la gestión logística en centros de distribución y almacenes y la calidad de servicio al cliente siendo de igual manera a través de una significancia bilateral, ya que, el valor p es menor al 5% acompañado de una correlación de 0.747 y contrastándolo con Trigos Vergaray et al. (2023) se destaca la validez y confiabilidad del instrumento en ambos casos indicando una relación significativa y positiva entre la gestión logística en centros de distribución y almacenes y la calidad de servicio al cliente. En el estudio de Trigos Vergaray et al. (2023), se encuentra una relación lineal, baja y directa entre la gestión logística y la calidad del servicio del cliente interno, respaldada por un Alfa de Cronbach de 0.942 y una significancia en la correlación relacionada a los centros de distribución y almacenes en los cuales se evalúa dicha hipótesis.

Por último, existe una relación significativa entre la gestión de transporte y distribución y la calidad de servicio al cliente, con un nivel de paralelismo de 0.694 indicando que existe una significancia bilateral entre ambos mucho menor al teórico 0.05. Ambos estudios coinciden en encontrar una correlación positiva y significativa entre las variables analizadas. Aunque la hipótesis de la presente investigación se enfoca en la calidad de servicio al cliente y el estudio de Paricahua (2022) en la rentabilidad, la relación positiva entre la gestión logística y el resultado deseado se mantiene. La comparación entre la hipótesis y el estudio de Paricahua (2022) sugiere una consistencia en los resultados al respaldar la existencia de una relación significativa entre la gestión logística (ya sea de transporte y distribución o de manera más general) y un resultado positivo en el ámbito específico de interés (calidad de servicio al cliente o rentabilidad). Esta coherencia refuerza la importancia de una gestión logística efectiva en diversos contextos empresariales.



6.3 Responsabilidad ética.

Los tesisistas responsables del desarrollo del trabajo de tesis “Gestión logística y calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023”, declaramos que la información recolectada y procesada ha sido obtenido en base a la aplicación de la técnica de encuesta por intermedio de un cuestionario, el cual es de nuestra entera responsabilidad por ser información primaria, y con respecto a las fuentes de información, y la bibliografía consultada se tuvo el debido respeto por las normas nacionales e internacionales, con las citas correspondientes. Todo lo declarado y vertido está dentro de los lineamientos de originalidad y asumimos la responsabilidad en caso de incumplimiento.

VII. CONCLUSIONES

1. De la investigación realizada, se alcanzó como principal conclusión que la gestión logística se relaciona significativamente con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023, por ello, se probó que existe una relación directa, lo cual nos indica que a medida que mejora la gestión logística, es decir, la gestión de compras, inventarios, almacenamiento, transporte y distribución, mejora la calidad de servicio al cliente de la empresa, también, se obtuvo un coeficiente de Spearman de 0.787, lo cual muestra una correlación positiva muy fuerte entre las variables sujetas a estudio.
2. De modo complementario, se expuso que la dimensión gestión de compras y abastecimientos se relaciona significativamente con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora, dando a conocer que existe una relación directa, lo cual nos indica que a medida que mejora la gestión de compras y abastecimientos, en este caso, la selección de proveedores, el seguimiento y recepción de las compras, mejora la calidad de servicio al cliente, asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.689, lo cual indica una correlación positiva considerable.
3. En cuanto a la dimensión gestión moderna de inventarios, se comprobó que se relaciona significativamente con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora y con ello, se concluyó que existe una relación directa, lo cual nos revela que a medida que mejora la gestión moderna de inventarios, en relación a la planificación, control y rotación, mejora la calidad de servicio al cliente de la empresa sujeta a estudio, con ello, se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0.514, lo cual muestra una correlación positiva considerable.

4. De manera simultánea, se identificó que la dimensión gestión logística en centros de distribución y almacenes se relaciona significativamente con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora, con este resultado se probó que existe una relación directa, lo cual nos indica que a medida que mejora la gestión de almacenes, en lo que concierne al ciclo de almacenamiento, estanterías, equipos y WMS, mejora la calidad de servicio al cliente, de este modo, se obtuvo el coeficiente de Spearman de 0.747, lo cual muestra una correlación positiva muy fuerte.

5. Por último, se comprobó que la dimensión gestión de transporte y distribución se relaciona significativamente con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora, con estos datos, se identificó que existe una relación directa, lo cual nos indica que a medida que mejora la gestión de transporte y distribución, es decir, los medios de transporte y el canal de distribución, mejora la calidad de servicio al cliente, de esta manera, se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0.694, lo cual señala una correlación positiva considerable.

VIII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al Jefe de Operaciones de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C., enfocar esfuerzos y recursos para mejorar la gestión logística y así potenciar la calidad del servicio al cliente. Por ende, se sugiere implementar estrategias logísticas, como el uso de tecnologías avanzadas para las compras, inventarios, almacenamiento, transporte y distribución, así como la mejora continua en la capacitación del personal involucrado en estas actividades para optimizar la gestión logística y obtener un impacto positivo directo en la calidad de servicio al cliente.
2. Se sugiere al Jefe de Operaciones de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C., implementar medidas específicas para optimizar los procedimientos de compras y abastecimiento. Esto podría incluir la revisión y mejora de los criterios de selección de proveedores, la implementación de sistemas de seguimiento más eficientes y la adopción de mejores prácticas en la recepción de compras. El monitoreo constante permitirá ajustar estrategias y asegurar que las mejoras implementadas tengan un impacto positivo sostenido en la calidad del servicio al cliente.
3. Se propone al Jefe de Almacén de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C., implementar prácticas más eficientes y modernas que optimicen la planificación y control de inventarios, así como estrategias efectivas para la rotación de los productos. Para ello, se puede considerar análisis predictivos para la planificación más precisa y estrategias ágiles de rotación de inventarios para obtener un impacto positivo en la calidad del servicio al cliente.



4. Se aconseja al Jefe de Almacén de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C., priorizar y mejorar la gestión logística en centros de distribución y almacenes, centrándose especialmente en aspectos claves como el ciclo de almacenamiento, disposición de estanterías, mantenimiento de equipos y sistemas de gestión de almacenes (WMS) para tener resultados positivos en la calidad del servicio al cliente.

5. Finalmente, se recomienda al Jefe de Operaciones de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C., que se implemente el transporte y distribución asegurando un control de calidad eficiente, y una seguridad de los productos que brinda la empresa, generando confianza y aumento en sus ventas y ganancias y a la vez cumpliendo con las necesidades del cliente.



IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña Perez, B. J., Rodríguez Puican, V. H., Espinoza Vargas, J. L., Delgado Camacho, F. M., & Navarro Rimapa, L. R. (2023). Logistics Management and Quality Of Service in a Municipality of Bagua, Peru. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(2), 1–19.
<https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i2.640>
- Alvernia, E. L. (2006). La logística en su marco referencial y conceptual. *Ciencia y Poder Aéreo*, 1(1), 41–44.
<https://doi.org/10.18667/cienciaypoderaereo.103>
- Ávila, J. C. (2022, febrero 23). *La complejidad de la logística mundial en el 2022*. Blog del MBA de la Universidad de Lima.
<https://www.ulima.edu.pe/posgrado/maestrias/mba/blog/la-complejidad-de-la-logistica-mundial-en-el-2022>
- Ballou, R. H. (2010). *Logística. Administración de la cadena de suministro* (5a ed.). Pearson Educación.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología De La Investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3a ed.). Pearson Educación de México, SA de CV.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2007). *Administración y logística en la cadena de suministros* (2a ed.). McGraw-Hill.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., Cooper, M. B., & Bowersox, J. C. (2020). *Supply chain logistics management* (5a ed.). McGraw-Hill.
- Cantú Delgado, J. H. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad* (4a ed.). McGraw-Hill.

- Carreño Solís, A. J. (2018). *Cadena de suministro y logística*. Fondo Editorial PUCP.
- Castellanos Ramírez, A. (2021). *Logística comercial internacional* (2a ed.). Editorial Universidad del Norte.
- Castro Guzmán, P. E., Flores, O., & Jimenez Villanueva, A. D. (2023, julio 3). *Índice de Desempeño Logístico 2023*. Gobierno de la República Dominicana. https://cnc.gob.do/ova_doc/indice-de-desempeno-logistico-2023/
- Corominas, J. (1987). *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana* (3a ed.). Gredos.
- Council of Supply Chain Management Professionals. (2013). *Supply Chain Management Terms and Glossary*.
- Cubillos Rodríguez, M., & Rodríguez, D. R. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista de la Universidad de La Salle*, 2009(48), 80–99.
- Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal. (2022, marzo 27). *Encuesta Nacional de Logística 2020*. Ministerio de Transportes y Comunicaciones. <https://www.gob.pe/institucion/mtc/informes-publicaciones/4037329-mtc-presenta-resultados-de-la-primera-encuesta-nacional-de-logistica-en-el-peru>
- Drucker, P. F. (1990). *El ejecutivo eficaz* (2a ed.). Editorial Sudamericana.
- Escudero Serrano, M. J. (2019). *Logística de almacenamiento* (2a ed.). Paraninfo.



- Fayol, H. (1994). *Administración industrial y general: Coordinación, control, previsión, organización, mando* (16a ed.). El Ateneo.
- Gestión. (2019, septiembre 14). *Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños*. Diario Gestión.
<https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/>
- Ghoumrassi, A., & Tigu, G. (2018). The impact of the logistics management in customer satisfaction. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 12(1), 407–415. <https://doi.org/10.2478/picbe-2018-0036>
- Gómez Aparicio, J. M. (2013). *Gestión logística y comercial*. McGraw-Hill/Interamericana de España.
- González, D. (2022, enero 20). *Latinoamericanos consideran que el servicio al cliente tiene un rol secundario*. América Retail. <https://www.america-retail.com/estudios/latinoamericanos-consideran-que-el-servicio-al-cliente-tiene-un-rol-secundario/>
- Harrington, H. J. (1990). *El coste de la mala calidad*. Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.



- Hernández y Rodríguez, S. J. (2011). *Introducción a la administración. Teoría general administrativa: Origen, evolución y vanguardia* (5a ed.). McGraw-Hill.
- Hitt, M. A., Black, S. J., & Porter, L. W. (2006). *Administración* (9a ed.). Pearson Educación.
- Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial. (2023, julio 10). *Radiografía de los corredores logísticos en el Perú*. La Cámara - Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima. <https://lacamara.pe/radiografia-de-los-corredores-logisticos-en-el-peru/>
- Jones, G. R., & George, J. M. (2019). *Administración contemporánea* (10a ed.). McGraw-Hill.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios: Personal, tecnología y estrategia* (6a ed.). Pearson.
- Manrique López, A. (2016). Gestión y diseño: Convergencia disciplinar. *Pensamiento & Gestión*, 40, 129–158.
<https://doi.org/10.14482/pege.40.8808>
- Matsumoto Nishisawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *PERSPECTIVAS*, 34, 181–209.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941264005>
- Mayuri Ramos, J. (2023). *Gestión logística y calidad de servicio de la empresa Visual Capital Investments, Jesús María—2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad



Autónoma del Perú.

<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/2252>

Mora García, L. A. (2023). *Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimientos* (3a ed.). Ecoe Ediciones.

Muñoz Razo, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis* (2a. ed.). Pearson Educación.

Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Paricahua Laura, H. R. (2022). Gestión logística y su relación con la rentabilidad de empresas constructoras en la provincia de San Román, Puno. *Quipukamayoc*, 30(62), 67–75.

<https://doi.org/10.15381/quipu.v30i62.22179>

Pfohl, H.-C. (2023). *Logistics management: Conception and functions*. Springer.

<https://doi.org/10.1007/978-3-662-66564-0>

Pinheiro De Lima, O., Breval Santiago, S., Rodríguez Taboada, C. M., & Follmann, N. (2017). Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(2), 264–276. <https://doi.org/10.4067/S0718-33052017000200264>

Pizzo, M. (2013). Construyendo una definición de Calidad en el Servicio.

Recuperado el 11 de Junio de 2014

<http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-unadefinicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

Real Academia Española. (s/f-a). Gestionar. En «*Diccionario de la lengua española*»—*Edición del Tricentenario*. Recuperado el 3 de diciembre de 2023, de <https://dle.rae.es/gestionar>

Real Academia Española. (s/f-b). Logística. En «*Diccionario de la lengua española*»—*Edición del Tricentenario*. Recuperado el 3 de diciembre de 2023, de <https://dle.rae.es/logístico>

Richu, S., Stephen, O., Gituro, W., & Mary, K. (2022). Logistics management practices and customer satisfaction: The mediating effect of logistics service quality among the Shippers in Kenya. *African Journal of Business and Management (AJBUMA)*, 7(1), 53–70.
<http://erepository.uonbi.ac.ke/handle/11295/160197>

Rozo Villegas, A. (2014). *Gerencia logística: Estrategia y análisis en la cadena logística*. Esumer.

Sánchez Carlessi, H. H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma. Vicerrectorado de investigación.

Sanchez, E. (2020, agosto 4). *El Perú en el Indicador de Desempeño Logístico*. UDEP Hoy. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2020/08/el-peru-en-el-indicador-de-desempeno-logistico/>

Schönsleben, P. (2023). *Handbook integral logistics management: Operations and supply chain management within and across companies* (6a ed.). Springer.

Stock, J. R., & Lambert, D. M. (1987). *Strategic logistics management* (2a ed.). Irwin.

- Trigoso Vergaray, J., Huamán-Espejo, M., Bernedo-Moreira, D. H., & Romero-Carazas, R. (2023). Gestión logística hospitalaria y calidad de servicio del cliente interno en tiempos de pandemia. *ReHuSo*, 8(1), 146–161. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v8i1.4615>
- Umair, A. S., Zhang, W., Han, Z., & Ul Haq, S. H. (2019). Impact of Logistics Management on Customer Satisfaction: A Case of Retail Stores of Islamabad and Rawalpindi. *American Journal of Industrial and Business Management*, 9, 1723–1752. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2019.98113>
- Vega de la Cruz, L. O., & Pérez-Pravia, M. C. (2022). Gestión integrada de riesgos de la seguridad de las cadenas de suministros con enfoque al servicio al cliente. *Ingeniería y competitividad*, 24(2), 1–14. <https://doi.org/10.25100/iyc.v24i2.11197>
- Velásquez Arévalo, J. L., & Tucto Padua, D. D. (2023). *La gestión logística y su relación con la calidad del servicio en una factoría ubicada en la ciudad de Pucallpa, año 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Ucayali]. Repositorio Institucional UNU. <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/6378>
- Zelada Flórez, E. A. (2022). Gestión logística y atención al cliente en una empresa industrial del rubro alimentos, Lima 2021. *Economía & Negocios*, 4(2), 57–79. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1338>

ANEXOS

-Matriz de consistencia.

TÍTULO: GESTIÓN LOGÍSTICA Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA IMPORTADORA HOUSEMART PERÚ S.A.C. LIMA - 2023

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES/DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p><u>Problema General</u></p> <p>¿Qué relación existe entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?</p> <p><u>Problemas Específicos</u></p> <p>¿De qué manera la gestión de compras y abastecimientos se relaciona con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?</p> <p>¿De qué manera la gestión moderna de inventarios se relaciona y con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?</p> <p>¿De qué manera la gestión logística en centros de distribución y almacenes se relaciona con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?</p> <p>¿De qué manera la gestión de transporte y distribución se relaciona con la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023?</p>	<p><u>Objetivo General</u></p> <p>Determinar la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023</p> <p><u>Objetivos Específicos</u></p> <p>Determinar la relación entre la gestión de compras y abastecimientos y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023</p> <p>Determinar la relación entre la gestión moderna de inventarios y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023</p> <p>Determinar la relación entre la gestión logística en centros de distribución y almacenes y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023</p> <p>Determinar la relación entre la gestión de transporte y distribución y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023</p>	<p><u>Hipótesis General</u></p> <p>Existe relación significativa entre la Gestión Logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023</p> <p><u>Hipótesis Específicas</u></p> <p>Existe relación significativa entre la gestión de compras y abastecimientos y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023</p> <p>Existe relación significativa entre la gestión moderna de inventarios y la calidad del servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023</p> <p>Existe relación significativa entre la gestión logística en centros de distribución y almacenes y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023</p> <p>Existe relación significativa entre la gestión de transporte y distribución y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023</p>	<p>Variable 1: Gestión Logística</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Gestión de compras y abastecimientos Gestión moderna de inventarios Gestión logística en centros de distribución y almacenes Gestión de transporte y distribución <p>Variable 2: Calidad de servicio al cliente</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Elementos tangibles Confiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> Aplicada <p>ENFOQUE:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cuantitativo <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> Descriptivo Correlacional <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> No experimental Transversal <p>MÉTODO:</p> <ul style="list-style-type: none"> Hipotético Deductivo <p>POBLACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> 78 trabajadores de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023 <p>MUESTRA:</p> <ul style="list-style-type: none"> 65 trabajadores de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C Lima – 2023 <p>TÉCNICA E INSTRUMENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Encuesta Questionario

-Instrumentos validados.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Título del proyecto: “Gestión logística y calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023”

CUESTIONARIO:

Objetivo: Determinar la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023	LEYENDA	
	SIEMPRE	5
Instrucciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la respuesta que considere correcta, de acuerdo a su conocimiento y veracidad.	CASI SIEMPRE	4
	A VECES	3
	CASI NUNCA	2
	NUNCA	1

GÉNERO		EDAD	
M	MASCULINO		20 a 30 años
			31 a 40 años
F	FEMENINO		41 a 50 años
			51 a más años

N°	ÍTEMS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
GESTIÓN LOGÍSTICA						
DIMENSIÓN 1: GESTIÓN DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS						
1	Considera usted que los colaboradores encargados, verifican los productos que requieren ser abastecidos en el área de almacén.					
2	Al momento de realizar la selección de proveedores, la empresa considera la puntualidad en la entrega y la calidad de los productos requeridos.					

N°	ÍTEMS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
3	El proveedor cumple las especificaciones del requerimiento de las necesidades de la empresa.					
4	Al momento de realizar la emisión de la orden de compra al proveedor, la empresa toma en cuenta la cantidad que solicita y la fecha de entrega.					
5	Al momento de realizar la emisión de la orden de compra al proveedor, la empresa toma en cuenta el cronograma de facturación y condiciones de pago.					
6	Considera usted que, la empresa realiza el seguimiento a la orden de compra.					
7	Considera usted que, al momento de realizar el seguimiento y recepción de compra, la empresa verifica tanto las cantidades recibidas como el estado de los productos.					
8	Considera usted que, al realizar la liquidación de facturas, la empresa verifica tanto los productos entregados como la correspondencia entre la orden de compra y la factura.					
DIMENSIÓN 2: GESTIÓN MODERNA DE INVENTARIOS						
9	Considera usted que, la empresa realiza la planificación de inventario en base a la demanda estimada.					
10	Considera usted que, la empresa mantiene un control preciso del inventario para garantizar la disponibilidad de productos.					
11	Considera usted que, la empresa revisa y ajusta periódicamente el índice de rotación del inventario.					
12	Considera usted que, los productos ingresados al almacén cuentan con una clasificación según el sistema de inventarios ABC.					
DIMENSIÓN 3: GESTIÓN LOGÍSTICA EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENES						
13	En el área de almacén se realiza un adecuado proceso de recepción de los productos.					
14	Considera usted que, el almacén conserva los productos en condiciones óptimas.					
15	La empresa realiza la preparación de pedidos considerando el					

N°	ÍTEMS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
	etiquetado, rotulado de cajas, embalaje y empaquetamiento.					
16	La empresa cuenta con almacenes accesibles y suficientes para la expedición de los pedidos.					
17	Considera usted que, el orden de los estantes de almacenamiento está acorde a la necesidad y cantidad de artículos a almacenar como al proceso de flujo de salida de los productos.					
18	Considera usted que, el almacén cuenta con equipos de manipulación que facilitan tanto la recepción, almacenamiento y despacho de los productos					
19	Considera usted que, la empresa cuenta con un sistema de gestión de almacenes que facilita las operaciones diarias.					
DIMENSIÓN 4: GESTIÓN DE TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN						
20	Considera usted que, los medios de transporte para el traslado físico de productos son adecuados y optimizan los tiempos de entrega.					
21	Considera usted que, los canales de distribución que emplea la empresa cumplen con las expectativas del cliente.					
22	Considera usted que, la empresa cumple con la entrega puntual de los pedidos en el lugar acordado, sin experimentar ningún tipo de retraso a los clientes.					
23	Considera usted que existen confusiones en la entrega de pedidos atribuibles a la ubicación de los almacenes.					

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Título del proyecto: “Gestión logística y calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima – 2023”

CUESTIONARIO:

Objetivo: Determinar la relación entre la gestión logística y la calidad de servicio al cliente de la empresa importadora Housemart Perú S.A.C. Lima - 2023	LEYENDA	
	SIEMPRE	5
Instrucciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la respuesta que considere correcta, de acuerdo a su conocimiento y veracidad.	CASI SIEMPRE	4
	A VECES	3
	CASI NUNCA	2
	NUNCA	1

GÉNERO		EDAD	
M	MASCULINO		20 a 30 años
			31 a 40 años
F	FEMENINO		41 a 50 años
			51 a más años

N°	ÍTEM	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE						
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES						
1	Los equipos con los que cuenta la empresa se perciben como modernos y adecuados					
2	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.					
3	Los trabajadores están aseados y con apariencia ordenada.					
4	Los materiales relacionados con el servicio son los adecuados (empaques, estado de los productos, limpieza, etc.).					

N°	ÍTEMS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 2: CONFIABILIDAD						
5	Los trabajadores prometen hacer algo en determinado tiempo y lo cumplen.					
6	Cuando usted tiene un problema, los trabajadores se muestran realmente interesados en resolverlo.					
7	Los trabajadores realizan la atención al cliente en un tiempo razonable.					
8	Los trabajadores se empeñan en entregarle su producto en tiempo y forma.					
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
9	Los trabajadores informan exactamente el tiempo en que tardaran en despachar el pedido.					
10	Los trabajadores ofrecen una atención rápida, en relación a su pedido.					
11	Los trabajadores cumplen con los requisitos de normatividad sanitaria.					
12	Los trabajadores cuentan con disponibilidad ante una consulta.					
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD						
13	El comportamiento de los trabajadores le inspira confianza y seguridad					
14	Los trabajadores son eficientes para atender su requerimiento adecuadamente.					
15	Los trabajadores permanentemente se comportan de forma cortés.					
16	Los trabajadores tienen conocimientos para responder sus preguntas.					
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA						
17	La empresa opera en las horas más convenientes para usted y el resto de los clientes.					
18	La empresa cuenta con trabajadores que brindan una atención personalizada.					
19	La empresa cumple con las expectativas de servicio, atención y requisiciones de los clientes					
20	Los trabajadores entienden las necesidades específicas de los clientes					

-Consentimiento informado en caso de ser necesario.



Lima, 30 de octubre de 2023

Señores

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

Presente

Por medio de la presente hago constar que se ha otorgado permiso a los bachilleres: Escudero Chávez Brandon Antony identificado con DNI 71843129, Rojas Vargas Kevin identificado con DNI 72564498, Salazar Gomez Sanchez Alejandra Ysabel identificada con DNI 72659738 a realizar la aplicación de los cuestionarios de la investigación que viene realizando en vuestra casa de estudios y que lleva por título: **“GESTIÓN LOGÍSTICA Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA IMPORTADORA HOUSEMART PERÚ S.A.C LIMA – 2023”**

Estas actividades fueron realizadas los días 26, 27 y 28 de octubre del 2023 en La Parcelación Rustica Int A - Av. Chacra Cerro 127 – Comas 15316, respetando los protocolos de bioseguridad establecidos por la empresa **HOUSEMART PERÚ S.A.C**

Los bachilleres Escudero Chávez Brandon Antony, Rojas Vargas Kevin y Salazar Gomez Sanchez Alejandra Ysabel contaron con todas las facilidades necesarias para la aplicación de los cuestionarios a los clientes, quienes han llenado de forma voluntaria y considerando que la información brindada tiene carácter de confidencial.

Atentamente


XU CHAO
GERENTE GENERAL

Av. Trapiche Lote 127 Int. A
Fnd. Parcela Rustica Chacra Cerro
(Alt. Cdra. 16 Av. Trapiche Cruce con la av. Los Incas)
Comas- Lima-Telf. 652-7007

-Base de datos.

N°	VARIABLE INDEPENDIENTE - GESTIÓN LOGÍSTICA																					
	D1 - GESTIÓN DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS							D2 - GESTIÓN DE INVENTARIOS					D3 - GEST. LOGISTICA EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENES						D4 - GEST DEL TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	1	1	5	5	5	4	4	5	4	3	2	3	1	4	4	2	4	2	3	4	2	1
2	4	3	2	4	3	3	3	3	5	3	3	3	2	5	4	3	5	4	5	5	3	3
3	2	5	5	5	5	5	3	1	5	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5
4	1	3	5	5	3	3	5	5	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
5	4	4	5	3	4	3	4	5	2	3	5	4	4	3	3	5	2	3	2	3	2	4
6	1	3	5	5	5	4	3	5	1	5	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1
7	2	3	4	5	5	2	5	5	4	5	3	3	1	3	1	3	1	2	2	1	1	1
8	5	3	4	4	5	4	4	1	4	3	3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	4	3
9	3	2	1	5	3	3	4	5	1	4	3	4	5	2	4	4	5	4	3	4	4	4
10	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2
11	2	3	3	5	5	5	4	5	3	5	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	5
12	5	3	3	5	5	3	5	5	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
13	2	3	3	5	5	3	4	1	1	3	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	1	5
14	5	4	4	5	5	3	3	1	4	1	4	2	1	2	3	2	3	2	3	3	2	5
15	3	3	3	5	5	5	5	1	4	2	5	1	3	2	4	3	2	3	2	2	3	5
16	3	5	5	5	5	4	4	1	5	1	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5
17	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	5	5	5	2	4	3	2	4	3	4	3	5
18	4	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	1	3	3	1	2	1
19	4	3	2	5	5	4	5	5	2	4	5	5	3	5	3	3	3	4	4	3	3	5
20	2	2	3	5	5	5	4	5	3	5	3	5	2	3	3	3	2	2	1	2	5	5
21	4	4	4	5	5	3	5	4	5	3	5	4	1	2	3	5	2	5	5	2	5	5
22	2	3	2	5	2	2	4	5	3	4	5	5	5	1	1	1	2	1	1	3	2	1
23	2	3	3	5	5	5	5	1	4	3	1	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	3	2	5	5	4	4	5	2	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	1	1
25	4	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	5	4	4	4	4	2
26	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	2	2
27	2	3	2	5	4	3	2	1	4	1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	1
28	3	4	3	2	5	2	1	2	3	2	3	2	5	5	5	4	5	5	4	5	2	2
29	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	2	3	3	3	2	3	2	3	3	5
30	3	5	5	5	5	3	5	5	3	4	3	5	3	2	4	3	3	2	3	3	2	5
31	3	4	5	1	3	3	4	2	4	1	3	1	3	1	3	2	1	1	1	3	2	2
32	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	5	5	2	5	2	3	4	1
33	2	3	3	2	1	4	2	5	3	3	2	2	3	1	4	2	2	4	2	3	2	1
34	3	5	5	4	5	3	4	5	5	2	1	1	3	2	5	4	3	5	4	5	5	1
35	3	3	2	1	1	1	1	5	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	3	2	3	4	4	3	2	1	3	2	1	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	1
37	2	3	1	1	1	1	1	5	4	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	1
38	3	2	5	2	2	1	2	4	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
39	2	3	4	3	2	2	2	4	3	3	2	2	1	5	1	3	1	2	2	1	1	1
40	1	3	4	2	3	1	1	4	3	2	4	1	3	4	4	4	3	4	4	3	4	1
41	4	2	1	4	5	3	2	5	1	1	1	2	5	3	4	2	5	4	3	4	3	2
42	1	4	4	2	4	1	2	4	3	4	1	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	1
43	2	3	3	4	1	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
44	3	3	3	2	3	4	2	4	3	3	2	2	5	4	2	3	2	3	3	3	1	1
45	1	3	3	3	3	1	4	1	5	1	4	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	1
46	1	4	4	5	2	2	2	4	4	3	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	2	1
47	2	3	3	4	1	1	2	4	4	2	1	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	1
48	3	5	5	4	4	3	2	4	5	3	3	1	3	3	3	3	2	2	2	3	1	1
49	1	3	3	5	3	2	2	4	3	2	3	2	4	2	4	3	2	4	3	4	3	1
50	3	3	2	4	3	3	2	3	4	3	2	1	2	3	4	2	2	1	3	1	2	1
51	2	4	4	4	3	2	2	4	3	3	4	2	3	5	3	3	4	4	3	3	3	1
52	2	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	1	5	3	3	2	2	2	1	2	2	2
53	1	4	4	4	5	1	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	5	5	2	3	2	3
54	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	3	2	4	4
55	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
56	2	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
57	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4	3
58	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3
59	4	3	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	1	4	4	2	4	2	3	2	5
60	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	5	2	3	3	2	2	1	2	2	3
61	3	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	3	2	2	4	2	2	2	5	5	2	4
62	2	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	1	1	3	2	2
63	3	4	5	2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	5	5	5	5	3	3
64	3	2	3	5	4	3	3	1	2	3	2	2	3	3	5	2	3	3	3	3	3	5
65	4	3	4	5	4	3	4	1	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2

