



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa  
CIMEDISA IMPORT S.A.C.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en administración

**AUTORES:**

Fernández Cano, Rocio Lisseth (ORCID:0000-0002-1356-7722)  
Sánchez Valencia, Arquímedes Jesús (ORCID:0000-0001-8299-0682)

**ASESOR:**

Dr. Villanueva Calderón, Juan Amílcar (ORCID:0000-0001-5272-7277)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2021

## **DEDICATORIA**

Dedico este informe de tesis a mis amadas hijas Camila y Micaela por su inspiración y motivación constante para seguir adelante, a mi familia Fernández y Valenzuela por su apoyo y confianza durante todo este tiempo, en especial a mi hermana Ivonne por su confianza y apoyo incondicional que me ha permitido este logro.

Fernández Cano Rocio Lisseth

Dedico este informe de tesis a mi amada esposa Ximena Navarro por su apoyo, su amor y por siempre confiar en mí, a mis queridas hijas Xiomara y Claudia por su paciencia y comprensión y por ser mi constante motivación para no rendirme en mis estudios y ser un ejemplo para ellas.

Sánchez Valencia Arquímedes Jesús

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la fortaleza, salud y guía durante este proceso, a los docentes por su aporte y apoyo constante en nuestra formación profesional que nos brindaron, a mis compañeros por compartir desinteresadamente sus conocimientos y experiencias, y en especial a la empresa CIMEDISA IMPORT SAC. por todo el apoyo brindado para el desarrollo de esta tesis.

Fernández Cano Rocio Lisseth

Gracias a Dios por la fortaleza que me brinda, a mi querida Universidad César Vallejo por abrirme las puertas y darme la oportunidad de formarme profesionalmente, gracias a mis docentes por compartir sus conocimientos y el aliento recibido por ellos, a mis compañeros por compartir desinteresadamente sus talentos y penas y gracias a la empresa CIMEDISA IMPORT SAC. por todo el apoyo brindado.

Sánchez Valencia Arquímedes Jesús

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.1.1. Tipo de investigación.....	11
3.1.2. Diseño de investigación .....	11
3.2. Variables y operacionalización .....	12
3.3. Población, muestra y muestreo .....	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	14
3.5. Procedimientos.....	16
3.6. Método de análisis de datos .....	16
3.7. Aspectos éticos .....	16
IV. RESULTADOS .....	17
V. DISCUSIÓN.....	22
IV. CONCLUSIONES.....	25
V. RECOMENDACIONES.....	26
REFERENCIAS.....	27
ANEXOS .....	34

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> VARIABLE GESTIÓN LOGÍSTICA (Agrupada).....	17
<b>Tabla 2.</b> VARIABLE SATISFACCIÓN EN LOS CLIENTES (Agrupada).....	18
<b>Tabla 3.</b> Rho de Spearman de la variable Gestión Logística y la variable Satisfacción en los clientes .....	20
<b>Tabla 4.</b> Resumen del Rho de Spearman de las dimensiones de la variable gestión logística Vs la variable satisfacción en los clientes .....	21

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Niveles de la variable de la gestión logística de la Empresa CIMEDISA IMPORT S.A.C.....	18
<b>Figura 2.</b> Niveles de la variable de la Satisfacción del Cliente de la Empresa CIMEDISA IMPORT S.A.C.....	19
<b>Figura 3.</b> Interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman.....	19

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación de la gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, Los Olivos 2021.

La metodología de investigación fue de tipo básica y diseño no experimental-transversal, cuya muestra fue 309 clientes de la empresa. La técnica que se utilizó fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, la cual fue validado mediante el juicio de expertos, se obtuvo un coeficiente de 0,952 de alfa de Cronbach, usamos como herramienta estadística el programa SPSS V. 25 para obtener nuestros resultados estadísticos.

Los resultados para la variable gestión logística fueron de nivel medio de 53% y un nivel alto de 24%, lo cual nos indica que hay una necesidad de mejorar los procesos logísticos. En cuanto a la variable satisfacción en los clientes, se obtuvo un nivel medio de 53% y un nivel bajo del 24% por lo que podemos deducir que los clientes de la empresa no se sienten satisfechos.

Se llegó a la conclusión que para subir los niveles de las variables gestión logística y satisfacción de los clientes, los procesos logísticos se fortalezcan y de esa manera la satisfacción de los clientes mejore.

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

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to determine the relationship between logistics management and customer satisfaction of the company CIMEDISA IMPORT SAC, Los Olivos 2021.

The research methodology is of an applied type and non-experimental-transversal design, whose sample was 309 clients of the company. The technique used was the survey and as an instrument the questionnaire, which was validated through the judgment of experts, a coefficient of 0.952 of Cronbach's alpha was obtained, we used the SPSS V. 25 program as a statistical tool to obtain our statistical results.

The outcome for the logistics management variable were of a medium level of 53% and a high level of 24%, which indicates that there is a need to improve logistics processes. Regarding the variable customer satisfaction, an average level of 53% was obtained and a low level of 24%, so we can deduce that the company's customers are not satisfied.

It was concluded that in order to raise the levels of the variables logistics management and customer satisfaction, the logistics processes are strengthened and thus customer satisfaction improves.

**Keywords:** logistics management, customer satisfaction and metalworking.



## I. INTRODUCCIÓN

Los negocios son cada vez más competitivos debido a que la globalización trae consigo la apertura de diversas empresas en el mundo, con las que el Perú debe competir, ante esta realidad y por la pandemia del COVID 19, se ha manifestado nuevos desafíos, tal como lo menciona el Banco Mundial (2021) en el periodo comprendido entre octubre y enero del 2021, en comparación con los indicadores antes de la pandemia refiere que un 25% de las empresas disminuyeron en sus ventas en un 50% y que en forma general un 27%, en este sentido ofrecer productos o servicios de calidad y con garantía, se ha vuelto una prioridad si se desea sobrevivir en el mercado de tal manera que el cliente quede satisfecho, dicho esto debemos destacar que un factor que ha cobrado relevancia en la actualidad es el proceso logístico, como es la orden de compra, el almacenamiento, el mantener un inventario actualizado así como contar con un medio de transporte eficaz y conveniente y herramientas tecnológicas que permitan tener información actual en línea. Según Escudero (2019) la globalización exige empresas competitivas, deben poner especial atención a la calidad, precio, servicio y relaciones comerciales eficientes tanto nacional como internacional.

A nivel internacional la problemática de la satisfacción del cliente se hizo más notoria, debido al COVID 19, las empresas tuvieron que reinventarse siendo la logística una eficaz herramienta para mantener la satisfacción de los clientes, como lo menciona la investigadora Rumana, Ghoumrassi y Tigu (2017) la gestión logística es la que administra todos los procesos inmersos en la cadena de suministro es decir desde el insumo que se necesita para producir el producto o servicio hasta que llegue al usuario final, la función logística también incluye el servicio al cliente y por ende se preocupa por su satisfacción, es decir cumple una función integradora y forma parte importante en toda planificación estratégica, esto se ha demostrado en la investigación que se realizó a 12 Pymes con sede en Argelia en la que se entrevistó a sus gerentes que manifestaron resultados relevantes como la reducción del tiempo de entrega y como la gerencia usa la gestión logística, para satisfacer a los clientes y optimizar los resultados.

En el contexto nacional el Perú tuvo un notable desarrollo, sobre todo en el interior del país, en las grandes ciudades, la problemática del desarrollo logístico, todavía tienen muchos desafíos, notamos que la infraestructura de las vías de transporte como las carreteras, ferrocarriles e incluso el problema portuario y aéreo hacen que el país haya bajado de ranking a nivel mundial, como lo expreso “Logistics Performance Indicator” (LPI), el Perú ocupa el puesto 83, siendo superado por Chile, Panamá, México, Brasil, Argentina, Ecuador entre otros. Por otro lado, las tensiones entre el Poder Ejecutivo y el Legislativo, dio como resultado el decrecimiento económico y en especial al sector logístico que al no poder estar en el standard requerido tanto tecnológico como en sus costos, como dijo Bustamante (2018) resalto el hecho que los costos logísticos que el Perú maneja son elevados con relación a la región del Alianza del Pacífico adicionalmente cabe destacar que los procesos son lentos. Es necesario una mejora en el Perú y de esa manera el desempeño logístico pueda cumplir su función más importante que es la satisfacción de los clientes, señalo Carbajal, (2020) en el aspecto político, se tiene la esperanza de un panorama más estable, que es necesario para mejorar la competitividad y buscar reducir costos logísticos en el Perú. De igual manera el sector metalmeccánico, sector en el cual se desenvuelve la empresa motivo del presente estudio. El gerente general Víctor Lazo de la Asociación de Empresas Privadas Metalmeccánicas del Perú (AEPM), en dialogo con Gestión.pe (2020), la cual se proyectaba que para julio del 2020 el sector debería estar operando al 50%, sin embargo, se encuentra debajo de esta cifra (entre 35% y 40%) lo que significa que los planes de reactivación del sector serán lentos.

En Lima norte, reconocido por ser una zona pujante y emprendedora se desarrolló un interesante centro económico empresarial, que hace atractiva la zona para invertir y hacer empresa, en este contexto se desenvuelve CIMEDISA IMPORT SAC, cuya razón social es comercializar diversos pernos de sujeción y fijación para la industria y el público en general, en la actualidad hay restricciones de movilidad de la ciudadanía, generando que las organizaciones cambien la forma de hacer llegar sus productos, mejorando sus canales de ventas, el 75% de las empresas que estuvieron activas realizaron cambios drásticos, un 24% operó presencialmente, el 25% cambio a canales digitales y por último un 26% a

presencial-delivery según Redacción Gestión (2020). Por tal razón la empresa ha presentado estos incidentes en sus procesos logísticos y como consecuencia los clientes no se encontraron satisfechos, quejándose cada vez que hay una demora en el tiempo de entrega del producto o cuando el producto solicitado no cumplió con lo requerido, además de problemas de stock, se observó que el servicio al cliente, el tiempo y el uso de un buen transporte de productos, el manejo de inventarios así como la forma de procesar los pedidos de los clientes, afecta a la satisfacción de estos, además hay que considerar algunos factores exógenos como el COVID 19, la economía debilitada y la presente coyuntura política, agudizan la problemática que se refleja en la insatisfacción, ya sea porque los colaboradores tienen miedo a contagiarse, de perder sus empleos en plena crisis económica no deja de afectarles anímica y emocionalmente, limitando su pleno desenvolvimiento y junto con todo ello el alza de los precios y el dólar, por este motivo a veces no saben cómo actuar ante momentos críticos, generando un lamentable cuello de botella. Por último, la falta de una buena comunicación entre las áreas de la empresa afectando a su normal desenvolvimiento y esto fue percibido por los clientes los cuales manifiestan su insatisfacción.

En la investigación nos planteamos como problema general: ¿Cuál es la relación entre la gestión logística y la satisfacción de los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC los Olivos, 2021? Consideramos también plantearnos los siguientes problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de gestión logística en la empresa CIMEDISA IMPORT SAC los Olivos, 2021?, ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC los Olivos, 2021?, ¿Cuál es la relación entre las dimensiones de la gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC los Olivos, 2021?

La justificación social según Kotler y Armstrong (2008) es de responsabilidad social cubrir las necesidades de los clientes y de las instituciones, conservando o mejorando la capacidad de futuras generaciones. La investigación propuso recomendaciones y así optimizar la gestión logística en dicha empresa, trayendo como resultado la mejora del estado de los trabajadores y directivos, teniendo la expectativa que estos procesos estén dentro de lo esperado por los clientes,

teniendo en cuenta la importancia que estos representan, y de esta forma puedan recomendar a CIDEMISA IMPORT SAC. La investigación tuvo una justificación teórica, como lo enunció Muñoz (2016) esta debe tener las siguientes características como ser clara, precisa, alcanzable y verificable. En base a ello se ha recabado información teórica de las variables gestión logística y satisfacción en los clientes, consideramos, además, esta investigación servirá para que se profundice la relación entre ambas variables, contribuyendo con recomendaciones para posibles investigaciones futuras. Desde una justificación metodológica, según Muñoz (2016) tienen un valor importante para las empresas, pero en ocasiones es tomado con un instrumento de dominación y el interés de esta investigación es aportar conocimiento de forma desinteresada que aporte a su desarrollo. Para esto se utilizó un cuestionario como instrumento para poder recolectar los datos que fueron de gran utilidad para poder entender, si existe relación o no entre las variables aplicadas a las personas que frecuentemente compran en la empresa.

El objetivo general de esta investigación fue determinar la relación de la gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, Los Olivos 2021 y los objetivos específicos fueron: a) identificar el nivel de la gestión logística de la empresa, b) identificar el nivel de satisfacción en los clientes de la empresa, c) establecer la relación entre las dimensiones de gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa. Para finalizar se plantearon las hipótesis, que según Hernández, Fernández y Baptista (2014, pág. 104) nos dice: Las hipótesis sirven de orientación para la investigación, buscando probar su veracidad de una manera tentativa. Además, se presentó como hipótesis general: H0: no existe relación entre la gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa, y como H1: si existe relación entre la gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa. Como hipótesis específicas: H0, no existe relación entre las dimensiones de la variable gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa y como H1, si existe relación entre las dimensiones de la variable gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa.

## II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes Nacionales: Rojas (2019) en dicha investigación. El objetivo fue poder implementar un procedimiento de gestión logística a fin de poder alcanzar la satisfacción en los clientes. Su metodología fue de tipo aplicada, de nivel Correlacional con corte transversal, dieron como resultado una adecuación positiva muy fuerte (0,782), atisbando que el Sig. (significa asintótica) manifestando por el informe estadístico SPSS es 0,000 menor al 0,05. Concluyendo como resultado que existe una relación positiva entre la gestión logística y la satisfacción de los clientes de la empresa ferretería El Tambo EIRL. Aguirre y Cánova (2019) en su tesis, cuyo objetivo fue poder establecer la correlación de la gestión logística y satisfacción de los clientes en la empresa Proyectos e Inversiones Danko E.I.R.L., la investigación fue aplicada, no Experimental-transaccional, concluyeron que el 59.9% de los clientes califica de regular a muy mala la gestión logística, pudiendo aseverar que la gestión logística posee una correlación positiva con la satisfacción de los clientes con un coeficiente Rho de Spearman en 0.560. Becerra y Vargas (2018) en su tesis, su objetivo, fue identificar la conexión entre el monitoreo del inventario y la satisfacción de sus clientes de la Ferretería Kevin, su investigación es no experimental-transversal y diseño descriptivo-correlacional, concluyendo que si hay una relación entre el monitoreo del inventario y la satisfacción de sus clientes teniendo como resultando en el Rho de Spearman 0,764. Lliuya (2018) en su tesis, el cual su objetivo general fue establecer el predominio de la gestión logística y la satisfacción del cliente en las empresas que se dediquen a la comercialización plásticos, este trabajo fue de tipo aplicada no experimental y transversal, concluyeron que la relación entre estas dos variables alcanzó una puntuación de 0.654 indicando una correlación positiva considerable, lo que le permitió al autor confirmar su hipótesis eran correctas, indicando que las empresas deben mejorar sus procesos internos y control, administrar de forma óptima el trámite de compras, administración del almacén y la dirección de distribución el cual mejorar de manera significativa la satisfacción en sus clientes. Baca y Torres (2019) en su tesis, su objetivo fue poder analizar el acontecimiento de la administración logística y satisfacción de los clientes internos de la empresa Villa Bellavista S.A.C. de Tarapoto, su investigación fue aplicada a un nivel descriptivo – correlacional y

diseño no experimental. Su estudio dio como resultado un 61% en casi eficiente en la gestión logística y la satisfacción del cliente obtuvo un 45% en casi eficiente, regular obtuvo un 12%, es decir la empresa no está cumpliendo con las expectativas del consumidor debido al proceso de reparto que no se ejecuta de manera correcta pues no cuentan con un sistema de control a la medida de su servicio. Cuyo resultado de relación entre ambas variables es de 0.589 confirmando la hipótesis planteada por el investigador.

Antecedentes Internacionales: Salini Rajendran, Siti Wahab, Yeow Ling y Lim Yun (2018) en su artículo su objetivo fue determinar los principales elementos de los servicios logísticos que influyen en la satisfacción de los compradores online. Su metodología fue de enfoque cuantitativo lo cual permitió averiguar los problemas logísticos a los que se enfrentan los compradores online. El estudio se realizó por medio de una encuesta a través de un cuestionario estructurado. Dieron como resultado en base a la correlación de Pearson en la recuperación del servicio (0,668), la entrega de servicio (0,621), servicio al cliente (0,61) y producto de calidad (0.599), tienen una fuerte relación con nivel de satisfacción de los compradores online, concluyendo así que la recuperación del servicio, la entrega del servicio y la atención al cliente fueron los principales factores influyendopositivamente en la satisfacción de E-commerce. Flores (2021) en su tesis su objetivo fue establecer en qué disposición la logística integral tiene relación con la satisfacción del cliente de los servicios logísticos. Su metodología de investigación es de diseño no experimental - transaccional, de tipo correlacional - aplicada y con un enfoque cuantitativo, la técnica que utilizo fue la encuesta con un alfa de Cronbach de 0,808 y dieron como resultado en el Rho de Spearman un coeficiente de 0,324, obtuvo un valor de significancia de 0,000 siendo este menor a 0,05, confirmando que si existe una correlación positiva media. Con ello concluyó que, hay relación entre la variable gestión logística integral y la satisfacción del cliente. Martínez, De La Hoz, García, Molina (2017) el artículo tuvo como objetivo analizarla gestión logística en las pymes de la división de operadores de carga del departamento del Atlántico. La metodología fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada - correlacional, su diseño no experimental - transaccional, la recolección fue por medio de un cuestionario, con escala ordinal tipo Likert, con un resultado del 80% de confiabilidad en el Alfa

Cronbach para la variable Gestión logística. El estudio de la información se efectuó a través de estadística descriptiva, resolviendoa partir del baremo generado en base a las escalas que van de 1 a 5, clasificando en categorías muy bajas (1- 1.79), bajo (1.80 – 2.59), medio (2.60 – 3.39), alta (3.40- 4.19) y muy alta (4.20 – 5), los resultados de las actividades de la gestión logística en las pymes. Se tuvo en cuenta 5 indicadores (tiempo de inventario obtuvo un promedio de 4,1, Calidad de pedido obtuvo un resultado de 4, entrega perfecta recibida obtuvo un resultado de 3, certificado de proveedores obtuvo 4,5 y volumen de compras alcanzó un ponderado de 3,5) haciendo notar la alta tendencia en las tareas de gestión logística en las pymes. Con ello se concluyó que la certificación de proveedores tiene una alta inclinación en las actividades de gestión logística, agrupado a la verificación del cumplimiento del tiempo de entrega del proveedor, asociado a la calidad de pedido, considerando la existencia de documentos para llevar el registro de los pedidos que se efectúan, asimismo de demostrar que el pedido coincida con la exigencia requerida por la compañía. Según Mohamad, Tajudin y Wahab (2018) en su artículo su objetivo fue proponer un marco estratégico que combina tanto el proceso de gestión estratégica y el proceso de Planificación Estratégica de Sistemas de Información (SISP) y proporcionar un enfoque holístico en la de determinaciones en cuanto al sector de la logística siendo estas eficaces. Su metodología fue correlacional por naturaleza, por medio de una encuesta (cuestionario) dieron como resultado R Cuadrado ( $R^2$ ) de 0.908. Por tanto, la idoneidad del modelo es del 90,8% donde el rendimiento de la empresa puede predecirse mediante la gestión de relaciones con el cliente, un positivo moderado de las correlaciones de Pearson de 0.549. Significa que la estrategia financiera se correlaciona con el desempeño de la empresa de logística. El valor significativo es 0,000 que es menor que 0,05. Determinando así la relación entre ambas variables. Mitaire y Osahon (2021) en su artículo su objetivo fue determinar la gestión de inventario y la satisfacción de los clientes a través de la literatura existente en los países en desarrollo, centrándose en Delta State en Nigeria. Su metodología tuvo un enfoque cuantitativo, tipo de investigación aplicada para establecer la correlación entre las variables, diseño no experimental, se empleó un cuestionario a doscientos sesenta y cinco pacientes. Se mostró una relación positiva de 0,0241497 entre la satisfacción del cliente y el plazo de entrega

y se obtuvo una relación negativa de  $-0,0283682$  entre la satisfacción del cliente y tecnología de formación. Además, tiempo de entrega tiene un papel regulador entre la relación de los representantes de la gestión de inventarios y satisfacción del cliente. Concluyendo así que este estudio ha ampliado la literatura sobre el impacto de la gestión de inventario, incluida una moderación variable de tiempo de espera sobre la satisfacción del cliente en los hospitales de propiedad del gobierno en el estado de Delta.

Las teorías para la variable gestión logística; teniendo en cuenta que la gestión está relacionada con todo trámite que se debe realizar para obtener un resultado; por lo cual citamos las siguientes teorías: Ballou (2004) la gestión logística, es un proceso o grupo de actividades coordinadas que forma parte de una cadena de suministros en una empresa, cuyo propósito es controlar el flujo de bienes o servicios desde que el cliente lo solicita hasta que llegue a él, en la cual hay que considerar las siguientes actividades principales como la atención en los clientes, transporte, manejo de inventarios y el procesamiento de pedidos. Las cuáles serán tomadas como las dimensiones del presente trabajo. Con relación a la dimensión del servicio del cliente nos dice que cuando en la empresa existe un plan estratégico para la atención de los clientes, luego de lo cual esto será un valor importante para alcanzar el éxito. En la dimensión transporte enuncia que organizar una ruta del transporte a través de diferentes actividades con el propósito de enviar los productos a los clientes, dando la sensación de que los almacenes estuvieran más cerca de la población. En la dimensión sobre manejo de inventarios señala que una de las razones para mantener inventarios es para que los clientes puedan tener su producto al alcance de ellos, considerando el stock adecuado. En cuanto a la dimensión de procesamiento de datos la cual está muy ligado al manejo de la información y se menciona que los pedidos es una actividad clave, ya que, si se atiende oportunamente, podemos disminuir los costos y los tiempos de entrega, por lo cual se vuelve necesario capacitaciones constantes con el personal en la administración de la información y de almacenes de tal forma que los clientes tengan la información de su producto desde que se hizo el pedido hasta su entrega y tomaremos los siguientes indicadores, necesidades del cliente, niveles de servicio, garantía de carga, transporte adecuado, tiempo de entrega, costos



pertinentes, disponibilidad del producto, tecnología y pedidos. Según Castellano (2015), la logística forma parte de la cadena de suministro encargados de llevar el producto desde su origen hasta las manos del cliente y que toma como dimensiones la planificación, el control del flujo de efectivo, el almacenamiento y la información relacionada del producto. Según Mora (2008) define a la gestión logística como una actividad entre las áreas de una empresa desde la compra hasta la postventa, teniendo en cuenta todo el aprovisionamiento que se necesita para obtener el producto y cuyas dimensiones son la planificación, el almacenamiento, gestión de inventario, embalajes, transporte, empaques y la afluencia de información

Las teorías relacionadas para la variable de satisfacción en los clientes; Fornell (2007) en su libro "The Satisfied Customer: winners and losers in the battle for buyer preference" nos comenta que la satisfacción del cliente está sometido a la perspectiva y contexto del consumidor, siendo un elemento muy importante no solo para la empresa sino en la económica en general, menciona también que está conformado por 3 factores, iniciando desde la expectativa, la calidad y la experiencia, las cuales son las dimensiones de nuestra variable de satisfacción, la expectativa abarca los indicadores de publicidad (difundir información del producto y/o servicio) y promoción (comunicar al público objetivo los beneficios del mismo), para la dimensión de calidad se ha considerado la personalización (adaptación del producto o servicio que requiere el cliente para su adquisición) y confiabilidad (la imagen de confianza que proyecta y da el producto o servicio) y como tercera dimensión la experiencia, basándose en los indicadores de valor percibido (los beneficios, uso y/o ganancia que se obtiene del producto o servicio adquirido por el cliente) y recomendación (siendo este la capacidad de referir lo que más impacto y/o beneficio que obtuvo por el producto y/o servicio y la atención percibida). Kotler et al (2008) opina que la satisfacción del cliente es entender las necesidades físicas, sociales e individuales de los clientes, considerando que la necesidad cambia según el contexto y esto definirá su deseo, nuevamente se repite el ciclo de quien ofrezca o cubra este deseo tendrá mayor acogida en ese sector, por consecuencia no se puede englobar a todas las personas, sino clasificar sus necesidades y deseos, de ello también dependerá la calidad siendo esta una de las dimensiones y la confianza que al cliente la cual se tiene considerado como un indicador, debido

a que no solo se busca un producto sino también buscan servicios que le ofrezcan una mejor experiencia, donde se lanzan una gran variedad de propuestas adaptas a sus necesidades (económicas, geográficas, social, político, tecnológico, tangible, legal y cultural). Ferrell y Hartline (2014) desde su experiencia detallan que la satisfacción del cliente se ejecuta por medio del marketing, para la ejecución de una estrategia se debe tener claro el mercado y el público objetivo a aplicar, con ello lograr cubrir los intereses y necesidades de los clientes, resaltando la imagen de la empresa sobre la competencia, también mencionaron que pueden ser varios mercados y públicos a trabajar pero es importante tener clara las cualidades y necesidades, apoyándose con la tecnología que simplifica varios procesos permitiendo su análisis. Por ende la satisfacción mutua genera valor, por lo tanto la satisfacción al cliente se mide si el servicio o producto cumple o sobrepasa las perspectivas del cliente, pero que no asegura la fidelidad del cliente, en caso no se cumpla con lo anterior se genera la insatisfacción dando como resultado una gran deserción de clientes en búsqueda de algo que les resulte más atractivo dentro del mercado que se encuentran, cabe resaltar que en su libro mencionan que hay diferencia de satisfacción, calidad y valor aunque es difícil desagregarlos estas tienen diferentes características que deben ser estudiadas para utilizar una estrategia adecuada.

### **III. METODOLOGÍA**

En base a nuestras variables consideradas en la investigación se determinó lo siguiente:

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1. Tipo de investigación:**

Fue de tipo cuantitativa según Hernández, Fernández y Baptista (2014) menciono que la óptica de este tipo de investigación es un grupo de procesos que deben ejecutarse en orden, permitiendo así ser demostrativo, con la intención de cuantificar resultados. Se plantea que este enfoque tiene 10 fases, la primera es tener clara la idea a trabajar, segunda fase es plantear el problema que sea de un estudio concreto y delimitado, tercera fase es la revisión de textos literarios que hayan validado el tipo de problema a analizar, cuarta fase es visualizar el alcance que tendrá dicho estudios, quinta fase elaborar las hipótesis y una o más variables a estudiar, sexta fase es la ejecución del diseño de la investigación, séptima fase será determinar el tipo de muestra a desarrollar, octava fase es recolectar datos, novena fase es analizar la información “datos” obtenidos para culminar con la fase decima donde se desarrollara un reporte con los resultados obtenidos. Todo ello es importante ya que estará en base a hechos reales que ya sucedieron y necesitan de un análisis para confirmar o negar una teoría direccionada a un objetivo planteado por el investigador, una vez identificado la finalidad de esta investigación es poder resolver el o los problemas, convirtiéndolo así en aplicada lo cual se aplicará en la empresa CIMEDISA IMPORT SAC.

##### **3.1.2. Diseño de investigación:**

Fue de diseño no experimental de corte transversal y de alcance correlacional según Hernández, Fernández y Baptista (2014) el diseño de una investigación es la planeación (trazabilidad) o destreza a aplicar para la obtención de información que resuelva el problema propuesto, basados en teorías preexistentes que permitan corroborar la hipótesis planteada como verdadera o falsa de acuerdo con los resultados. Se detalla el diseño no experimental, el cual observa una o varias variables en su contexto sin la influencia del investigador, analizando algo que ya sucedió y se necesita identificar los motivos, siendo esta más real y permitiendo su

aplicación dentro de su mismo sector permitiendo cuantificar la relación entre una o más variables.

En base a lo antes mencionado el bosquejo de esta investigación es no experimental y de corte transversal y de nivel correlacional, debido al contexto actual con la pandemia del COVID-19 el cual tiene como protocolo de seguridad el distanciamiento entre personas y en lo posible minimizar el contacto con estas, lo más conveniente fue analizar una situación ya dada dentro de una empresa y demostrar la correlación de gestión logística y satisfacción en el cliente.

### **3.2. Variables y operacionalización:**

Las variables de la investigación fueron gestión logística y satisfacción en los clientes, la variable es una pertenencia que tiene una variación que permite ser medible y observable según Baptista, Hernández, Fernández y Baptista en el (2014). La operacionalización permite darle un valor a la variable para que esta pueda ser medible y refutar o afirmar las hipótesis planteadas en esta investigación. Se empleó la escala de medición ordinal con las opciones de la escala tipo Likert. Las variables que se estudiaron en esta investigación son: Gestión logística; de acuerdo a Ballou (2004) es un proceso o un conjunto de actividades coordinadas que forma parte de la cadena de suministros y satisfacción del cliente en una organización; según Fornell (2007) es la medición de la percepción del cliente generado por la adquisición de un producto o servicio que ha experimentado.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

Como lo menciona Gutiérrez (2016) la muestra, se obtiene luego de un proceso que tiene la finalidad de responder a la necesidad estadística de una población y sus elementos que lo conforman, el muestreo trabaja con información parcial sobre la población, con el propósito de tener un juicio más claro del total de dicha comunidad.

#### **Población**

Esta investigación tuvo como población 1577 clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, que según Muñoz (2016, pág. 168) nos dice que la muestra es una parte de la población que la representa y aporta información acerca de las variables que son estudiadas en una investigación. En el cual se incluyó a

personas mayor de 18 años y ubicados en la población de clientes, así como también se excluirá a los menores de edad y que no sean clientes.

### **Muestra**

. En este trabajo de investigación se consideró su nivel de confianza en un 95% y el margen de error en un 5%, en la cual se adjudicó la siguiente fórmula para una población finita:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

Z= Nivel de confianza.

P= Probabilidad de éxito.

Q= Probabilidad de fracaso.

e= Margen de error.

$$n = \frac{1577 \cdot 1.96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{(1577-1)0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50} = 309$$

Como lo menciona Serrano (2020, pág. 75) la muestra es un grupo de personas que representan a los demás y de esa manera poder obtener datos generalizados, la cuales deben tener características en común. Tenemos como resultado una muestra de 309 clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, a las cuales se aplicará un cuestionario.

Por tal motivo el diseño de esta investigación es la siguiente:

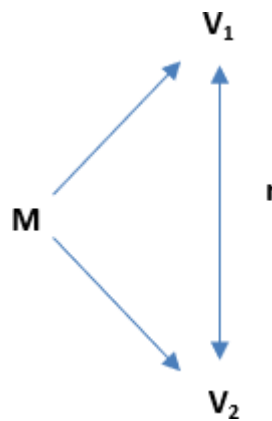
**Dónde:**

**M** : muestra:

**V<sub>1</sub>**: Variable <sub>1</sub>: Gestión logística

**V<sub>2</sub>**: Variable <sub>2</sub>: Satisfacción en el cliente

**r** : relación: entre V<sub>1</sub> y V<sub>2</sub>



**Muestreo**

Según Grove (2019, pág. 479) el muestreo es un proceso donde se selecciona a un grupo de personas, hechos o comportamientos u otros elementos que representa a la población que es la finalidad de estudio. El muestreo es probabilístico debido a que cualquier cliente podrá ser encuestado, pero por medio de una selección aleatorio simple.

**3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

**Encuesta**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) brinda opciones de como recolectar datos, para esta investigación se aplicó la encuesta, una forma obtener información en base a la percepción de los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC respecto a nuestras variables de estudio que son la gestión logística y satisfacción

que ellos perciben, al utilizar esta técnica se cuantificara los resultados para dar por válida nuestra hipótesis caso contrario esta sea descartada.

### **Cuestionario**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) plantea opciones con la técnica de encuesta el cuestionario, la cual nos servirá para recabar la información, para ello está comprende de varios detalles a considerar en su aplicación como son la validez, confiabilidad y objetividad, y así evitar errores en su desarrollo, el instrumento también consta de dimensiones e indicadores para ser más preciso el análisis de las variables a estudiar para su aplicación, es importante tener claro las variables según las hipótesis planteadas, de acuerdo a la investigación tener sustento teórico y empírico para que el estudio sea confiable. Adicional a ellos un instrumento consta de tres cuestiones; la operacionalización, la codificación y establecimiento de niveles de medición. El instrumento consta de 27 preguntas y se trabaja con escala tipo Likert.

### **Validez**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) detalla los siguientes tipos; validez de contenido (en esta se requiere la mayor cantidad de componentes de la variable a medir, caso contrario es inexacta), validez de criterio (se utilizan varios instrumentos y en todos ellos hay similitud con los resultados demostrando su fiabilidad) y por último la validez de constructo (las variables igual a “constructos” habiendo sido esta medida en base a teorías e hipótesis guardando relación entre ambas, teniendo también como soporte lo empírico del constructo, dando confianza a esta validez). Por ello el instrumento seleccionado “cuestionario” estará sometido a una validez por expertos en metodología, estadística y experto en el tema a investigar.

### **Confiabilidad**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) nos menciona lo importante de tener cuidado al momento de elegir un instrumento tomándose el tiempo adecuado de investigar cada una de las variables a relacionar, caso contrario los resultados no serán confiables por ende no tendrán validez, se recomienda tener en cuenta el

contexto donde se ha aplicado anteriormente el instrumento, utilizar un lenguaje sencillo, idioma correcto y acorde a las capacidades que tienen las personas a encuestar para evitar que afecten el resultado que se espera, también es importante que las preguntas sean neutras sin direccionarlas de forma positiva o negativa y por último asegurarse que la encuesta no tenga errores o enmendaduras que no permitan su desarrollo correcto. Al respecto, el análisis estadístico de confiabilidad de la Gestión logística como variable mostró que el instrumento aplicado con sus ítems fue confiable y el Alfa de Cronbach arrojó un coeficiente de 0.857. Para el análisis estadístico de confiabilidad en la variable Satisfacción en los clientes, con sus ítems fue confiable y el Alfa de Cronbach mostro un coeficiente de 0.754.

### **3.5. Procedimientos**

Luego de observar el desenvolvimiento de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC pudimos observar la problemática la cual manifiesta una falta de satisfacción en los clientes, en medida en que la gestión logística demuestre eficiencia, para lo cual recabamos información sobre estas dos variables aplicando el cuestionario a los clientes que tuvieran más de 18 años y hayan comprado más de 1 vez en el primer trimestre del 2021, los antecedentes y los conceptos teóricos nos sirvió para elaborar la matriz de operacionalización de variables y este a su vez nos dan las herramientas para elaborar mi instrumento a saber, que fue el cuestionario, ello nos ayudó a medir las variables y obtener un resultado para estimar si existe o no relación entre ambas, la cual se mostró en la investigación.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Para estudiar los datos se utilizó el siguiente programa estadístico SPSS V.25, la cual nos ayudó con las diferentes medidas descriptivas que nos sirvió para determinar la relación de las dos variables, de igual forma nos ayudó a elaborar los gráficos estadísticos para su interpretación de acuerdo a las preguntas del cuestionario que se elaboró para medir las dos variables para determinar la gestión logística y la satisfacción de los clientes, por otro lado también nos sirvió para poder comprobar el cumplimiento de las hipótesis planteadas.

### **3.7. Aspectos éticos**



Considerando a Salazar (2018, pág. 306) enuncia que la investigación es un aspecto básico para la mejora de la sociedad y de las empresas y debe desarrollarse independientemente de intereses particulares es allí en que se hace indispensable analizar la importancia de la ética en una investigación, en este aspecto es necesario entender que se debe respetar las decisiones de los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC que participaron voluntariamente y con toda libertad al contestar el cuestionario la cual fue una contribución significativa para poder llevar a cabo esta investigación. El conocimiento informado implica que a todo participante se le informó la intención del presente trabajo de investigación, así como se le asegura su anonimato y la confidencialidad de la información. También el incluir las referencias bibliográficas en formato APA 7MA Edición y el código de ética de la Universidad César Vallejo.

#### IV. RESULTADOS

##### ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE GESTIÓN LOGÍSTICA

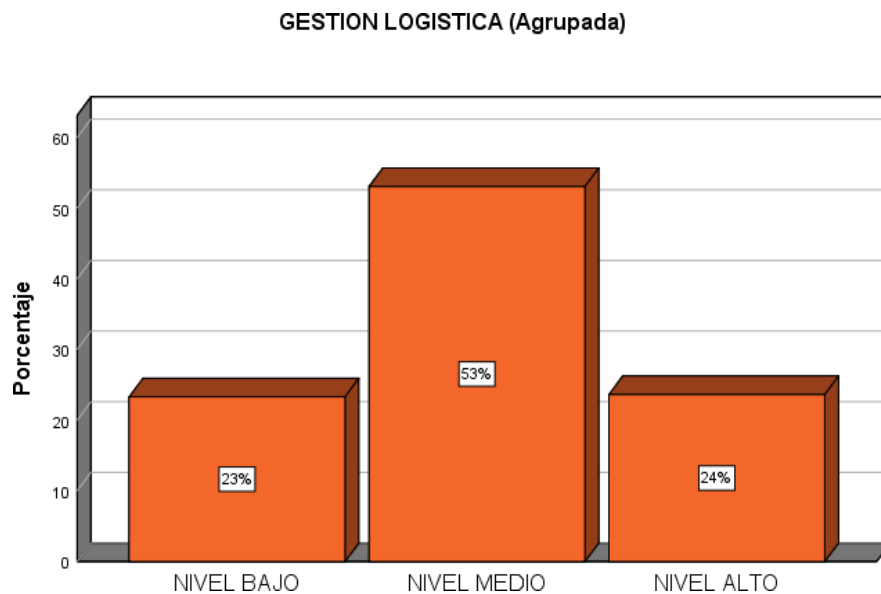
**OBJETIVO ESPECÍFICO A:** Identificar el nivel de la gestión logística de la empresa.

**Tabla 1**

**VARIABLE:**

		<b>GESTIÓN LOGÍSTICA (Agrupada)</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e		
Válido	NIVEL BAJO	72	23,3	23,3	23,3
	NIVEL MEDIO	164	53,1	53,1	76,4
	NIVEL ALTO	73	23,6	23,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>309</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0



**Figura 1:** Niveles de la variable de la gestión logística de la Empresa CIMEDISA IMPORT S.A.C

**Interpretación:** Los resultados de la Tabla 1 y la Figura 1, establece que la gestión logística tiene una eficiencia de nivel medio de 53% de los 309 clientes de la empresa, un nivel alto de 24% y nivel bajo de 23%.

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN EN LOS CLIENTES

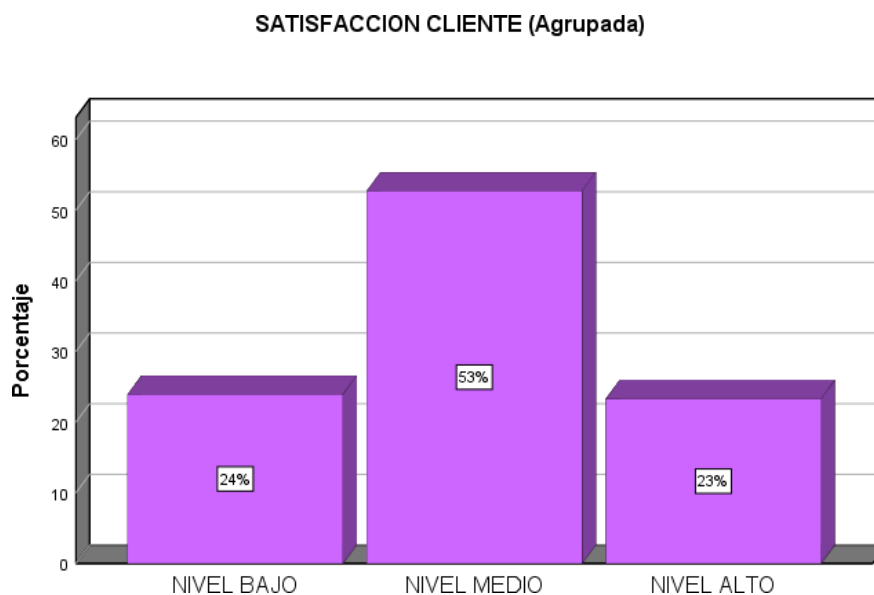
**OBJETIVO ESPECÍFICO B:** Identificar el nivel de satisfacción en los clientes de la empresa.

**Tabla 2**

**VARIABLE:**

<b>SATISFACCIÓN EN LOS CLIENTES (Agrupada)</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NIVEL BAJO	74	23,9	23,9	23,9
	NIVEL MEDIO	163	52,8	52,8	76,7
	NIVEL ALTO	72	23,3	23,3	100,0
	Total	309	100,0	100,0	

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0



**Figura 2.** Niveles de la variable de la Satisfacción del Cliente de la Empresa CIMEDISA IMPORT S.A.C.

**Interpretación:** Los resultados de la tabla 5 y la figura 2, establece que la satisfacción del cliente tiene una eficiencia de nivel medio de 53% de los 309 cliente de la empresa, muestran un nivel alto de 23% y nivel bajo de 24%.

### ANÁLISIS INFERENCIAL

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

**Fuente:** Hernández et al. (2016)

**Figura 3.** Interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman

### Prueba de Hipótesis General

Formulamos las hipótesis estadísticas.

H0: No existe relación entre la gestión logística y la satisfacción en los clientes.

H1: Si existe relación entre la gestión logística y la satisfacción en los clientes.

### Tabla 3

Rho de Spearman de la variable Gestión Logística y la variable Satisfacción en los clientes.

		Correlaciones	
		Gestión Logística (Agrupada)	Satisfacción en los clientes (Agrupada)
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	,836**
		Sig. (bilateral)	,000
	N	309	309
	V2	Coeficiente de correlación	,836**
		Sig. (bilateral)	,000
	N	309	309

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

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Dado que el Coeficiente de Rho de Spearman es 0.836 se determinó que existe una correlación positiva muy fuerte, en tal sentido el nivel de significancia es menor a 0.05, arrojando como resultado que, si existe relación entre las variables, con ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmando que la Gestión Logística se relaciona con la Satisfacción de los clientes.

### Prueba de Hipótesis específicas

Formulamos las hipótesis estadísticas.

H0: No existe relación entre las dimensiones de la variable gestión logística y la satisfacción en los clientes.

H1: Si existe relación entre las dimensiones de la variable gestión logística y la satisfacción en los clientes.

**Tabla 4**

Resumen del Rho de Spearman de las dimensiones de la variable gestión logística Vs la variable satisfacción en los clientes.

<b>Satisfacción en los clientes</b>			
<b>Dimensiones de la Gestión Logística</b>	<b>Rho de Spearman</b>	<b>Sig.</b>	<b>N</b>
Servicio al cliente	,699**	.000	309
Transporte	,571**	.000	309
Manejo de inventarios	,735**	.000	309
Procesamiento de pedidos	,529**	.000	309

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Como podemos apreciar el Coeficiente de Rho de Spearman de la dimensión Servicio al cliente es 0.699, en la dimensión Transporte arrojo un coeficiente de correlación de 0.571, en la dimensión Manejo de inventarios tenemos un coeficiente de 0.735 y la dimensión Procesamiento de pedidos tiene un coeficiente de 0.529 de correlación, si existe una correlación positiva considerable y además el nivel de significancia en todas las dimensiones es menor a 0.05, permitiendo rechazar las hipótesis nulas, aceptando las hipótesis alternas que confirmaron que existe relación entre las dimensiones de la variable Gestión logística y la variable Satisfacción del cliente.

## V. DISCUSIÓN

Conforme a nuestro objetivo principal de establecer la relación que existe entre la gestión logística y la satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC. De los 309 encuestados se infiere que las dos variables tienen los siguientes resultados inferenciales, existe correlación entre las variables gestión de logística y la satisfacción en los clientes con un resultado de Chi cuadrado de ,000 (Significación asintótica (bilateral)), por medio del Rho de Spearman se determinó un nivel de relación positiva muy fuerte con un coeficiente de correlación de ,836\*\*. Estos datos fueron cruzados con Rojas (2019) demostró una correlación positiva muy fuerte, observando que el Sig (significancia asintótica (bilateral)) manifiesta por el SPSS un resultado de Chi cuadrado es 0,000 menor a 0,05. donde se alcanzó un coeficiente de Rho de Spearman de ,782, demostrando que las variables tienen una relación relativamente alta junto a un alto nivel de significancia. Los hallazgos dan cuenta de que existe relación entre las dos variables, teniendo mayores incidencias en mejorar su rentabilidad, captación de nuevos clientes, el nivel de ventas, lograr la retención y teniendo un almacenamiento apropiado de los productos, permitiendo un giro más eficiente de los inventarios, donde el cliente puede encontrar rápidamente lo que busca, logrando evitar rupturas de stock.

Con el objetivo específico a: de acuerdo a la información recogida de la muestra de la investigación se determinó lo siguiente: Que la variable Gestión Logística según los resultados obtenidos de los clientes de la empresa, se encontraron en un nivel medio con 53%, un nivel alto 24% y un nivel bajo 23% (Tabla N°4 y Figura 1) , según Valera (2017) tiene como resultado un nivel alto del 88.16% de los 152 clientes de su empresa que se encuentran muy satisfechos respecto a la gestión logística que se viene desarrollando, demostrando que es importante su consideración con la finalidad de saber el estado de la variable.

Objetivo específico b: Así mismo la variable Satisfacción de los Clientes obtuvo un nivel medio con 53%, bajo el 24%, y un nivel alto 23% (Tabla N°5 y Figura 2), manifestando en todo caso que ambas variables no se encuentran en un nivel óptimo, según Valera (2017) tiene como resultado un nivel alto del 92.11% de los 152 clientes de su empresa que se encuentran muy satisfechos, donde se apreció

en esta investigación, la consideración del nivel de la variable satisfacción del cliente para tener un conocimiento de cómo están los clientes de la empresa.

Objetivo específico c: Poder determinar la relación entre el servicio al cliente y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC. De los 309 encuestados se infiere en la relación de la dimensión servicio al cliente y la variable satisfacción al cliente con un resultado de Chi cuadrado de ,000 (Significación asintótica (bilateral)), por medio del Rho de Spearman se determina un nivel de relación positiva considerable con un coeficiente de correlación de ,699\*\*. Estos resultados son respaldados por Rajendran, Salini, Wahab, Ling y Yun (2018) donde obtuvieron un resultado de correlación positiva considerable de servicio al cliente en 0,61. De este modo se confirma la relación entre la dimensión y la variable que la lealtad del cliente se logra mediante un buen servicio, para ello las pymes deben asegurarse de que los compradores estén satisfechos con su compra, no solo productos sino también los servicios de logística, generando atraer nuevos compradores. Determinar la relación entre transporte y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC. De los 309 encuestados se infiere en la relación de la dimensión transporte y la variable satisfacción al cliente con un resultado de Chi cuadrado de ,000 (Significación asintótica (bilateral)), por medio del Rho de Spearman se determina un nivel de relación positiva considerable con un coeficiente de correlación de ,571\*\*. Estos resultados son respaldados por Aguirre y Cánova (2019) donde obtuvieron un resultado de correlación positiva considerable de servicio al cliente en 0,560. En este mismo sentido el autor confirma la relación entre la dimensión y la variable, debe mantener el transporte de sus productos sin recargo adicional, pero deben mejorar el seguimiento y control de calidad que se da en el despacho, para evitar entregar el producto con algún tipo de daño y/o incompleto, manteniendo así la confianza de los clientes. Determinar la relación entre manejo de inventario y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC. De los 309 encuestados se infiere en la relación de la dimensión manejo de inventario y la variable satisfacción al cliente con un resultado de Chi cuadrado de ,000 (Significación asintótica (bilateral)), por medio del Rho de Spearman se determina un nivel de relación positiva considerable con un coeficiente de correlación de ,735\*\*. Estos resultados son respaldados por Becerra y Vargas

(2018) donde obtuvieron un resultado de correlación positiva considerable de servicio al cliente en 0,764. En este mismo sentido el autor confirma la relación entre la dimensión y la variable debe tener una mejor gestión de inventarios, implantar un óptimo manejo del almacén con los productos de mayor demanda, brindando una buena atención a los clientes, mejorando los tiempos de entrega de los pedidos tan pronto fueron requerido y tenerlos listos con anticipación, así la empresa funcionará eficientemente y cumplirá con sus tiempos planificados. Determinar la relación entre procesamiento de pedido y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC. De los 309 encuestados se infiere en la relación de la dimensión procesamiento de pedido y la variable satisfacción al cliente con un resultado de Chi cuadrado de ,000 (Significación asintótica (bilateral)), por medio del Rho de Spearman se determina un nivel de relación positiva considerable con un coeficiente de correlación de ,529\*\*. Estos resultados son respaldados por Muhamad, Tajudin y Wahab (2018) donde obtuvieron un resultado de correlación positiva considerable de servicio al cliente en 0,549. Coincidiendo a través de los resultados la relación entre la dimensión y la variable. Teniendo en cuenta que la tecnología juega un papel importante, siendo imprescindible herramientas para mejorar la organización, pudiendo ser un sistema que monitoree los procesos y actividades internas desde la preparación hasta la entrega de productos a los clientes.



#### IV. CONCLUSIONES

1. En lo referido a las variables de gestión de logística y satisfacción en los clientes de CIMEDISA IMPORT SAC, el objetivo de estudio de la investigación fue determinar que existe relación, de acuerdo con los resultados obtenidos con un Chi cuadrado de ,000 (Significación asintótica (bilateral)), por medio del Rho de Spearman se determina un nivel de relación positiva muy fuerte con un coeficiente de correlación de ,836.
2. En lo referido el nivel de la variable gestión logística en la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, su objetivo de estudio en la investigación fue determinar su nivel, de acuerdo con los resultados obtenidos esta alcanzo una eficiencia de nivel bajo de 23%, nivel alto de 24% y nivel medio de 53% de los 309 clientes encuestados, siendo esta ultima la que mayor peso tiene de todas.
3. En lo referido el **nivel** de la variable satisfacción en los clientes en la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, su objetivo de estudio en la investigación fue determinar su nivel, de acuerdo con los resultados obtenidos esta alcanzo una eficiencia de nivel alto de 23%, nivel bajo de 24% y nivel medio de 53% de los 309 clientes encuestados, siendo esta ultima la que mayor peso tiene.
4. Por último respecto a nuestras conclusiones planteamos como tercer objetivo específico determinar la relación de las dimensiones: servicio al cliente, transporte, manejo de inventarios y procesamiento de pedidos de la variable gestión logística y la variable satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, en el cual se pudo establecer que si hay una correlación positiva considerable en sus 4 dimensiones con resultados en Rho de Spearman de 0,699, 0,571, 0,735, 0,529 respectivamente.

## **V. RECOMENDACIONES**

Se sugiere fortalecer las capacidades de los colaboradores en gestión logística para la satisfacción de los clientes, dado que ambas guardan una estrecha conexión, en la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, así como en las empresas del rubro metalmecánica.

Se sugiere que la gestión logística al tener un nivel medio en base a la precepción de los clientes es importante darles énfasis a los procesos que actualmente se desarrollan dentro de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, de esta manera optimizar la administración de sus procesos logísticos.

Se sugiere que la satisfacción del cliente al tener un nivel medio en base a la precepción de los clientes, la empresa CIMEDISA IMPORT SAC debe apuntar a un nivel alto, logrando fidelizar a sus clientes mejorando su imagen e incrementando su rentabilidad.

Se recomienda a la empresa CIMEDISA IMPORT SAC y las mypes del sector de metalmecánica del distrito de los olivos fortalecer el servicio al cliente mediante la variedad de sus productos que aseguran sus niveles de servicio y la satisfacción del cliente en ferreterías, mueblerías y etc., mantener el transporte sin recargo adicional, asegurando que los productos a entregar se encuentren en óptimas condiciones y en las cantidades solicitadas. Analizar constantemente los costos de acuerdo al mercado, a la vez considerar la disponibilidad de la mercancía más solicitada por los clientes, mantener la atención rápida en la toma de pedidos e implementar un sistema logístico que les permita tener la información del stock actualizado en línea, con ello valorando el tiempo de los clientes, también actualizar de manera constante la información de sus productos en las redes sociales, esto permitirá que fortalezca la relación con el cliente logrando que la comercialización de sus productos sea más efectiva.

## REFERENCIAS

- Aguirre Quezada, K. Y., & Cánova Meléndez, A. D. (2019). *Gestión logística y satisfacción en los clientes de la Empresa Proyectos e Inversiones Danko E.I.R.L. - Nuevo Chimbote, 2019 (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, Chimbote.
- Alcazar Castro, D. A., Diaz Chuquipiondo, H., & Vásquez Gálvez, C. (2016). *MEJORAMIENTO DEL PROCESO LOGÍSTICO IMPORTADO DE MERCADERÍA: NON FOOD – TEXTILES, EN UN SUPERMERCADO (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, Lima.
- Arana Silva, J. L. (2014). *PROCESOS LOGÍSTICOS IMPLEMENTADOS Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA PIERINA, PUENTE PIEDRA, 2014 (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, Lima.
- Arévalo Hernandez, J. E., & Vera Pin, D. G. (2018). *ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA APLICACIÓN DEL MÉTODO CROSS-DOCKING EN EL PROCESO LOGÍSTICO DE LA EMPRESA DISMASERVI S.A. (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil.
- Ayala Rodrigo, A., & Lozano Castillo, D. J. (2020). *DISEÑO Y DESARROLLO DE UN MODELO DE GESTIÓN (Tesis de Pregado)*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, Lima.
- Baca Grandez, R. J., & Torres Rengifo, D. (2019). *La gestión logística y su incidencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Villa Bellavista S.A.C., ciudad de Tarapoto, año 2017 (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO, Tarapoto.
- Ballou, R. H. (2004). *ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO*. México: Pearson Educación.
- Becerra Huayana, C. W., & Vargas Diaz, A. (2018). *Control de inventario y satisfacción al cliente en la empresa ferretería Kevin Lima-2017*. Universidad Autónoma del Perú, Lima, Lima. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/568>

- Bezada Sánchez, C. A. (2020). *MEJORA DEL DESEMPEÑO LOGÍSTICO EN LA EMPRESA EXIMPORT DISTRIBUIDORES DEL PERÚ UTILIZANDO LA METODOLOGÍA PHVA (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES, Lima.
- Bustamante, A. (11 de Noviembre de 2018). *Gestión.pe*. Obtenido de Gestión.pe: <https://gestion.pe/economia/comex-peru-costos-logisticos-caros-alianza-pacifico-251569-noticia/>
- Carbajal Aguirre, J. (16 de enero de 2020). *Exitosanoticias.pe*. Obtenido de Exitosanoticias: <https://exitosanoticias.pe/v1/articulo-diagnostico-del-desempeno-logistico-en-peru-2020/>
- Cardona Arbeláez, D., Balza Franco, V., & Henríquez Fuentes, G. (2017). *Innovación en los procesos logísticos: Retos locales frente al desarrollo global*. Cartagena: Universidad Libre.
- Carranza Puicon, H. G. (2018). *Gestión de procesos para mejorar la satisfacción del cliente en una empresa de servicios logísticos. Lima – Perú. Año 2018 (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/38400>
- Carranza Yzaguirre, J. F. (2016). *Nivel de Satisfacción del Cliente Interno respecto a la Gestión Logística de una Empresa de la ciudad de Cajamarca, año 2015 (Tesis de Maestría)*. UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE, Cajamarca.
- Castellanos Ramírez, A. (2015). *Logística Comercial Internacional*. Universidad del Norte.
- Comisión Nacional para la Protección de los Sujetos Humanos de Investigación Biomédica y del Comportamiento. (1979). *Informe Belmont: principios y guías éticos para la protección de los sujetos humanos de investigación*. USA: Comisión Nacional para la Protección de los Sujetos Humanos de Investigación Biomédica y del Comportamiento.
- Dallasega, P., Woschank, M., Zsifkovits, H., Tippayawong, K., & Brown, C. A. (January de 2020). Requirement Analysis for the Design of Smart Logistics

in SMEs. (C. Palgrave Macmillan, Ed.) *Industry 4.0 for SMEs*, 147-162.  
doi:[https://doi.org/10.1007/978-3-030-25425-4\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-030-25425-4_5)

Escudero Serrano, J. (2019). *Gestión Logística y comercial*. Madrid, España: Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=9GGzDwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=gesti%C3%B3n%20log%C3%ADstica&pg=PP1#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20log%C3%ADstica&f=false>

Ferrell, O., & Hartline, M. (2014). *Marketing Strategy: Text and Cases* (Sexta Edición ed.). (M. Suárez Moreno, & J. Velázquez Arellano, Trads.) CengageLearning. Obtenido de <http://latinoamerica.cengage.com>

Flores Bastidas, L. (2021). *LOGISTICA INTEGRAL Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LOS SERVICIOS LOGISTICOS EN GUAYAQUIL*. Universidad Politecnica Salesiana Ecuador, Guayaquil. doi:<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20194/1/UPS-GT003194.pdf>

Fornell, C. (2007). *The Satisfied Customer: winners and losers in the battle for buyer preference*. New York, United States: PALGRAVE MACMILLAN.

García Ortiz, A. J., Bennasar García, M. I., Peña Duarte, P. L., & Sánchez Camacho, R. V. (2020). Teoría de grafos como herramienta didáctica en el ejercicio físico. 23.

Gestión Redacción. (Septiembre de 2020). *GESTIÓN*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/coronavirus-en-peru-el-755-de-empresas-en-lima-metropolitana-se-encuentran-operativas-inei-noticia/>

Ghoumrassi, A., & Tigu, G. (2017). The impact of the logistics management in customer satisfaction. In *Proceedings of the international Conference on Business Excellence*. 292-301.

Grove, S. K., & Gray, J. R. (2019). *Investigación en enfermería*. Barcelona, España: Elsevier España.

- Gutierrez Rojas, H. (2016). *Estrategias de muestreo, diseño de encuestas y estimación de parametros*. Bogota, Colombia: Ediciones de la U.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION* (Sexta Edición ed.). México D.F., México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/descargas/perfeccionamiento/PLAN%20LECTOR%20PROGRAMA%20ALTO%20MANDO%20NAVAL%202020/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista- Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hussin, N., Mohamad, M., & Tajudin, A. (June de 2018). Customer Relationship Management Performance and Tecnología Impact among Logistic Operators in SME's. *International Journal of Research in Management & Social Science*, 6(2), 11-16.
- Jiménez Velásquez, H. T. (2019). *DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y MEJORAMIENTO DEL PROCESO LOGÍSTICO DE LA COMPAÑÍA DEISY SANTAFÉ* (Tesis de Pregrado). UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA, Bogotá.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* (Octava edición ed.). (P. Guerrero Rosas, Ed.) México, México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Lasisi, S. (2018). *Emerging Issues Surrounding Same-day Logistics: From Customer, Retailer and Carrier Perspectives*. The University of Brighton.
- Lliuya Campomanes, N. M. (2018). *INFLUENCIA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS PLASTICOS, LIMA - 2018* (Tesis de Pregrado). UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, Lima.
- Madzimore, J. (2019). The influence of strategic networks and logistics integration on firm performance among small and medium enterprises. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 11(1), a282. Obtenido de <https://sajesbm.co.za/index.php/sajesbm/article/view/282>

- Martínez Ventura, J., De la Hoz Bossio, J., García Guiliany, J., & Molina, I. (2017). Gestión logística en Pymes del sector de operadores de carga del Departamento del Atlántico. *Universidad de la Costa, CUC*, 38(58), 13. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n58/a17v38n58p13.pdf>
- Meidutė-Kavaliauskienė, I., Aranskis, A., & Litvinenko, M. (2014). Consumer Satisfaction with the Quality of Logistics Services. *Business Management Facult, Vilnius Gediminas Technical University*, 110, 330-340.
- Michca Maguiña, M. (2021). *tesis* (Vol. 1). Lima, Peru: Tesis.
- Mitaire Tarurhor, E., & Osahon Osazevbaru, H. (2021). Inventory management and customers` satisfaction in the public health sector in Delta State, Nigeria: Marketing analysis. *Innovative Marketing*, 17(2), 69-78. doi:[http://dx.doi.org/10.21511/im.17\(2\).2021.07](http://dx.doi.org/10.21511/im.17(2).2021.07)
- Mohamad, M., Tajudin, A., & Wahab, S. (2018). The association of financial strategy characteristic on customer relationship management performance characteristic: an actual study among sme's logistic operators. *International Journal of Research in Management & Social Science*, 11-16.
- Montes Garcia, F. M. (2017). *ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y LAS BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN LOGÍSTICA DE ALMACEN EN TRANSPORTE LOGÍSTICO MARY S.C.R.L., DISTRITO DE JULIACA, AÑO 2016 (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO, Puno.
- Mora Garcia, L. A. (2008). *Gestión Logística integral: las mejores prácticas en la cadena de abastecimientos*. Ecoe ediciones.
- Muñoz Rocha, C. (2016). *Concepto de muestra*. México, México: Oxford University Press México.
- Muñoz Rocha, C. (2016). *Metodología de la investigación*. México, México: Oxford University Press México.

- Perez, S. (16 de julio de 2020). Industria metalmecánica espera operar al 100% entre abril o mayo del 2021: Lo que retrasa su avance. *Gestión.pe*, pág. 1.
- Quintero Caicedo, A. K., & Sotomayor Sellan, J. M. (2018). *PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO LOGÍSTICO DE LA EMPRESA TRAMACOEXPRESS CIA.LTDA DEL CANTÓN DURÁN (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil.
- Quispe Puma, R. (2016). *IMPLEMENTACION DEL MÉTODO POKA YOKE PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD DEL ÁREA DE ALMACÉN EN FIERROS PUMA S.A., SAN MARTIN DE PORRES, 2016 (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, Lima.
- Rajendran, S., Wahab, S., Ling, Y., & Yun, L. (October de 2018). The Impact of Logistics Services on the E-Shoppers' Satisfaction. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), 461-469.
- Rodriguez Yncarroca, D. A. (2019). *PROPUESTA DE UN SISTEMA DE GESTIÓN LOGÍSTICO DE CALIDAD DE MEJORA DEL ABASTECIMIENTO, QUE INCREMENTE EL RENDIMIENTO INTEGRAL EN LA EMPRESA RESERSUR S.A.C., AREQUIPA - PERÚ, 2018 (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA SAN FRANCISCO, Arequipa.
- Rojas Mayta, Y. L. (2019). *Sistema de gestión logístico para la satisfacción de los clientes de la Ferretería El Tambo EIRL (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD CONTINENTAL, Huancayo.
- Salazar Raymond, M. B., Icaza Guevara, M., & Alejo Machado, O. J. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *Universidad y Sociedad*, 305-311. Obtenido de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Serrano, J. (2020). *Metodología de la investigación*. Bogota: Gamma 2020.
- Suarez Quintana, V. P. (2017). *PLAN DE GESTIÓN LOGÍSTICA PARA AUMENTAR LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA EMPRESA MV AUTOSERVICIOS S.R.L. CHICLAYO 2017 (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, Chiclayo.



- Techt, U. (2016). *Goldratt y la teoría de restricciones*. USA: Quistain able Business.
- Torres Angeles, C., Villalba Garcia, A., & Baltazar Escalona, J. (2019). DESIGN OF A LOGISTIC MODEL TO HAVE OPPORTUNITIES FOR IMPROVEMENT IN THE DISTRIBUTION OF THE SUPPLY CHAINS OF SOME ORGANIZATIONS OF THE MEXICO STATE, FROM THE INFERENCE OF GOOD PRACTICES. *REVISTA INVESTIGACION OPERACIONAL*, 40(3).
- Trujillo Vargas, D. M. (2020). *Procesos logísticos y satisfacción de los clientes de la empresa cerámicos DETT S.A.C., Rioja 2019 (Tesis de Maestría)*. UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, Tarapoto.
- Valdeiglesias Valderrama, L. (2019). *PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA DE REPUESTOS POR MEDIO DE LA METODOLOGÍA MEDAL, PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS EN UNA EMPRESA AUTOMOTRIZ, AREQUIPA 2019 (Tesis de Pregrado)*. Universidad Católica de Santa María, Arequipa.
- Varela , J., & Mendez, J. (2017). Relación entre factores administrativos e innovación. *EAN*, 31-50.
- Yagchirema Altamirano, A. K. (2015). *La Logística y la Satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A en la ciudad de Ambato (Tesis de Pregrado)*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ambato.

## ANEXOS

### ANEXO 1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión logística	Según Ballou (2004), la gestión logística, es un proceso o un conjunto de actividades coordinadas que forma parte de la cadena de suministros de una empresa, cuyo propósito es controlar el flujo de bienes o servicios desde el punto de origen hacia el cliente final, en la cual hay que considerar las siguientes actividades principales como el servicio al cliente, el transporte, el manejo de inventarios y el flujo de información manifestados en los pedidos de venta.	Por medio de la gestión logística, se coordina actividades como el servicio al cliente, el transporte, el manejo de inventarios, así como el manejo de la información, con las demás áreas de la empresa y de esa manera de forma sistemática, se puede hacer llegar el producto o servicio al cliente, logrando su satisfacción.	Servicio al cliente	Necesidades del cliente	P1 y P2	<b>ORDINAL</b> Escala tipo Likert: 1; Nunca 2; Casi nunca 3; A veces 4; Casi siempre 5; Siempre
				Niveles de servicio	P3 y P4	
			Transporte	Garantía de carga	P5 y P6	
				Tiempo de entrega	P7 y P8	
			Manejo de inventarios	Costos pertinentes	P9 y P10	
				Disponibilidad del producto	P11 y P12	
			Procesamiento de pedidos	Tecnología	P13	
				Pedidos	P14, P15	

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA DE MEDICIÓN
Satisfacción del cliente	Según Fornell (2007), la satisfacción del cliente está conformado por 3 factores, la primera es la expectativa en el cual la empresa difunde información importante para que resulte atractivo, también se ofrece calidad al producto y/o servicio el cual se busca obtener por medio de la confianza del cliente y por último la capacidad de compra que determinará el ingreso a la empresa.	Por medio de la satisfacción del cliente se analiza desde la expectativa que tiene el cliente, siendo contrastado con la calidad que le permitirá determinar su capacidad de compra, lo cual es muy importante recabar esta información y para ello se aplicara un cuestionario a los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC.	Expectativa	Publicidad	P16, P17	<b>ORDINAL</b> Escala tipo Likert: 1; Nunca 2; Casi nunca 3; A veces 4; Casi siempre 5; Siempre
				percepción	P18, P19	
			Calidad	Precisión	P20, P21	
				Relevancia	P22, P23	
			Experiencia	Valor percibido	P24, P25	
				Recomendación	P26, P27	

## ANEXO 2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS						
<b>ESTIMADO (A) CLIENTE DE LA EMPRESA CIMEDISA IMPORT SAC.:</b>						
<p>Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios servirá para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi investigación relacionadas con la Gestión Logística y Satisfacción en el Cliente. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.</p> <p><b>INSTRUCCIONES:</b> A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder seleccionado la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:</p> <p><b>Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)</b></p>						
CUESTIONARIO						
VARIABLE 1: GESTION LOGÍSTICA						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
<b>SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>NECESIDADES DEL CLIENTE</b>					
	1. ¿En CIMEDISA IMPORT SAC encuentra todos los productos que solicitan sus clientes?					
	2. ¿CIMEDISA suele ofrecerle facilidades de pago?					
	<b>NIVELES DE SERVICIO</b>					
	3. ¿Se encuentra satisfecho con la disponibilidad de stock de CIMEDISA IMPORT SAC?					
<b>TRANSPORTE</b>	4. ¿Considera que la distribución de los productos en el local de CIMEDISA le facilita su ubicación para su compra?					
	<b>GARANTÍA DE CARGA</b>					
	5. ¿La empresa CIMEDISA le repone el producto si llega dañado y/o incompleto?					
	6. ¿Considera conveniente que la compra en volumen en CIMEDISA le incluya el servicio de transporte sin costo adicional?					
	<b>TIEMPO DE ENTREGA</b>					
7. ¿Por demoras en la entrega de su pedido ha desistido de alguna compra?						
8. ¿CIMEDISA cumple la entrega de su pedido en el tiempo acordado?						
<b>MANEJO DE INVENTARIOS</b>	<b>COSTOS PERTINENTES</b>					
	9. ¿CIMEDISA cumple la entrega de su pedido en el tiempo acordado?					
	10. ¿Los precios de CIMEDISA fluctúan de acuerdo con la coyuntura?					
	<b>DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO</b>					
	11. ¿Cuándo realiza la consulta sobre algún producto acerca del stock disponible, le responden siempre de manera inmediata?					
12. ¿El stock que esta visible en la tienda cubre su demanda?						
<b>PROCESAM</b>	<b>TECNOLOGÍA</b>					

<b>IENTO DE PEDIDOS</b>	13. ¿Ha observado si el personal de ventas utiliza una plataforma (sistema digital) para la toma de sus pedidos?					
	<b>PEDIDOS</b>					
	14. En la toma de su pedido, ¿Demoran más de lo debido en procesarlo?					
	15. ¿De presentarse un retraso en la entrega de su pedido, se le comunica el motivo?					
<b>INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>						
<b>ESTIMADO (A) CLIENTE DE LA EMPRESA CIMEDISA IMPORT SAC.:</b>						
<p>Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios servirá para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi investigación relacionadas con la Gestión Logística y Satisfacción en el Cliente. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.</p>						
<p><b>INSTRUCCIONES:</b> A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder seleccionando la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:</p>						
<p><b>Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)</b></p>						
<b>CUESTIONARIO</b>						
<b>VARIABLE 2: SATISFACCIÓN EN EL CLIENTE</b>						
<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>VALORES DE LA ESCALA</b>				
		<b>NUNCA</b>	<b>POCAS VECES</b>	<b>ALGUNAS VECES</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>EXPECTATIVA</b>	<b>PUBLICIDAD</b>					
	1. ¿En las redes sociales de CIMEDISA encuentra información actualizada de sus productos?					
	2. ¿El brochure de CIMEDISA le brinda información completa de los productos?					
	<b>PERCEPCIÓN</b>					
	3. ¿Considera que los productos que ofrece CIMEDISA son necesarios para su negocio?					
<b>CALIDAD</b>	4. ¿Ud. compra frecuentemente en CIMEDISA por recomendación?					
	<b>PRECISIÓN</b>					
	5. ¿El producto que adquiere en CIMEDISA siempre cumple con las especificaciones técnicas que solicitó?					
	6. ¿Sabía que los productos que comercializa CIMEDISA están bajo las normas internacionales de calidad (NORMA DIN)?					
	<b>RELEVANCIA</b>					
	7. ¿Los productos que vende CIMEDISA son de marcas reconocidas?					
<b>EXPERIENCIA</b>	8. ¿en CIMEDISA encuentra frecuentemente productos de características especiales?					
	<b>VALOR PERCIBIDO</b>					
	9. ¿Considera que hay relación entre calidad-precio de los productos que le vende CIMEDISA?					
	10. Según su experiencia ¿CIMEDISA cubre siempre sus expectativas en cuanto a la atención al cliente?					
<b>RECOMENDACIÓN</b>						

	11. Según su experiencia ¿recomendaría a otras personas comprar en CIMEDISA por los productos que vende?					
	12. Según su experiencia ¿recomendaría CIMEDISA por la atención recibida?					

## ANEXO 3. VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Experto 1:



### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Validador: Zavala Alfaro, Fanny Esperanza.
- I.2. Especialidad del Validador: Economista
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Fernandez Cano Rocio Lisseth, Sánchez Valencia Arquímedes Jesús

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					95
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica					90
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					90
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					95
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					95
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					97
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					99
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					95
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>93.6 %</b>

#### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?  
Se sugiere revisar definiciones y literatura la variable a trabajar. Sí cumple con la valoración requerida.

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

93.6 %

Los Olivos, 19 de Julio del 2021.

Zavala Alfaro Fanny Esperanza  
DNI: 07356295  
Teléfono: 992692709

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

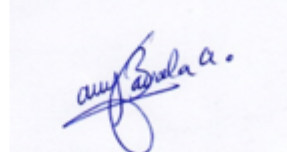
**Variable 1: Gestión Logística**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	X		
Item 2	X		
Item 3	X		
Item 4	X		
Item 5	X		
Item 6	X		
Item 7	X		
Item 8	X		
Item 9	X		
Item 10	X		
Item 11	X		
Item 12	X		
Item 13	X		
Item 14	X		
Item 15	X		

**Variable 2: Satisfacción en el cliente**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	X		
Item 2	X		
Item 3	X		
Item 4	X		
Item 5	X		
Item 6	X		
Item 7	X		
Item 8	X		
Item 9	X		
Item 10	X		
Item 11	X		
Item 11	X		
Item 12	X		

Los Olivos, 19 de Julio del 2021.



Apellidos y nombres del Validador  
DNI: 07356295  
Teléfono: 992692709

Experto 2:



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Validador: Dr. Márquez Caro Juan Orlando
- I.2. Especialidad del Validador: Dr. Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Fernandez Cano Rocio Lisseth, Sánchez Valencia Arquímedes Jesús

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				80	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				80	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					95
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					95
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				80	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				80	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?  
Se sugiere revisar definiciones y literatura la variable a trabajar. Sí cumple con la valoración requerida.

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Los Olivos, 16 de Julio del 2021.

Dr. Márquez Caro Juan Orlando  
DNI: 09075930  
Teléfono: 998956224



## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

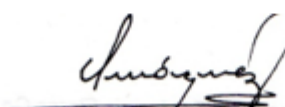
### Variable 1: Gestión Logística

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2		X	
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6		X	
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10		X	
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		

### Variable 2: Satisfacción en el cliente

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2		X	
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6		X	
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10		X	
Ítem 11	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		

Los Olivos, 16 de Julio del 2021.



Dr. Márquez Caro Juan Orlando  
DNI: 09075930  
Teléfono: 996956224

Experto 3:



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Validador: Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos
- I.2. Especialidad del Validador: Mg. Ingeniero Economista
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Fernandez Cano Rocio Lisseth, Sánchez Valencia Arquímedes Jesús

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				80	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				80	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					95
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					95
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				80	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				80	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Se sugiere revisar definiciones y literatura la variable a trabajar. Sí cumple con la valoración requerida.

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Los Olivos, 15 de Julio del 2021.

Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos  
DNI: 07903350  
Teléfono: 985997741  
DNI: 09075930  
Teléfono: 998956224

## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

### Variable 1: Gestión Logística

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2		X	
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6		X	
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10		X	
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		

### Variable 2: Satisfacción en el cliente

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2		X	
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6		X	
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10		X	
Ítem 11	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		

Los Olivos, 16 de Julio del 2021.



Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos  
DNI: 07903350  
Teléfono: 985997741

## ANEXO 4. MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	POBLACIÓN	DISEÑO	TÉCNICA E INSTRUMENTO	ESTADÍSTICA
<p><b>Problema principal:</b> ¿Cuál es la relación entre la gestión logística y la satisfacción de los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, los Olivos, 2021?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cuál es el nivel de gestión logística en la empresa CIMEDISA IMPORT SAC los Olivos, 2021? ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC los Olivos, 2021? ¿Cuál es la relación entre las dimensiones de la gestión logística y satisfacción de los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC?</p>	<p><b>Objetivo principal:</b> Determinar la relación de la gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, Los Olivos 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Identificar el nivel de la gestión logística de la empresa.  Identificar el nivel de satisfacción en los clientes de la empresa.  Determinar la relación entre las dimensiones de la gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> Existe relación entre la gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, Los Olivos 2021.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b> Existe relación entre las dimensiones de la gestión logística y satisfacción de los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC.</p>	<p><b>Variable 1:</b> Gestión Logística</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Servicio al cliente</li> <li>✓ Transporte</li> <li>✓ Manejo de inventarios</li> <li>✓ Procesamiento de pedidos</li> </ul> <p><b>Variable 2:</b> Satisfacción del cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Expectativa</li> <li>✓ Calidad</li> <li>✓ Experiencia</li> </ul>	<p>En el presente trabajo de investigación, tiene como población <b>1577</b> clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC.</p> <p>Se incluirá a personas mayores de edad y que estén en la población de clientes, así como también se excluirá a los menores de edad y que no sean clientes. Se consideró un nivel de confianza del <b>95%</b> lo que nos permite trabajar con una muestra de <b>309</b> clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, a las cuales se aplicará un cuestionario.</p>	<p>El diseño es no experimental con corte transversal, el nivel de investigación es correlacional.</p> <div style="text-align: center;"> </div> <p>Dónde:</p> <p><b>M:</b> muestra: <b>O1:</b> Variable 1: Gestión logística <b>O2:</b> Variable 2: Satisfacción en el cliente <b>r</b> : relación: entre O1 y O2</p>	<p>Encuesta Cuestionario</p>	<p>El análisis se desarrollará en el programa estadístico SPSS V.25 y como herramienta auxiliar se utilizará el programa Microsoft Excel, el cual permitirá distribuir los datos obtenidos en el cuestionario a través de tablas y figuras.</p>

## ANEXO 5. ALFA DE CRONBACH

- **ALFA DE CRONBACH DE LA VARIABLE GESTIÓN LOGÍSTICA**

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	309	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	309	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,868	15

- **ALFA DE CRONBACH DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	309	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	309	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,949	12

## ANEXO 6. AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA



Los Olivos, 14 de julio de 2021

### CARTA DE AUTORIZACION

Señores:

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Escuela Profesional de Administración

De mi consideración,

Por medio de la presente, Yo Xiomara Madeline Sánchez Navarro, identificado con DNI 47689950, en calidad de Jefe Administrativo de la empresa CIMEDISA IMPORT SAC, identificado con RUC 20604794243, autorizo al Sr. Arquímedes Jesús Sánchez Valencia, identificado con DNI 08675690 y la Sra. Rocio Lisseth Fernández Cano, identificado con DNI 43629758, estudiantes de la carrera profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, para que realicen su Proyecto de Investigación en nuestra empresa y a su digna institución para que publique el proyecto final titulado: "GESTIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA CIMEDISA IMPORT SAC"

Atentamente,

CIMEDISA IMPORT S.A.C.  
  
XIOMARA SANCHEZ NAVARRO  
Jefe Administrativo

## ANEXO 7. TABLAS

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	309	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	309	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Alfa de Cronbach del cuestionario

Alfa de Cronbach	N°
,952	27

### Validación por Juicio de Expertos

<b>Validación de cuestionario según expertos (Validez de contenido)</b>		
Experto N°1: Zavala Alfaro, Fanny Esperanza	27/27	1
Experto N°2: Dr. Márquez Caro Juan Orlando	27/27	1
Experto N°3: Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos	27/27	1

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla cruzada Gestión Logística & Satisfacción en los clientes**

		<u>Satisfacción en los clientes</u>					<u>Total</u>	
		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>		
Gestión Logística	1	Recuento	4	0	0	0	0	4
		Recuento esperado	,4	,7	1,7	1,0	,2	4,0
		% del total	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
	2	Recuento	30	33	5	0	0	68
		Recuento esperado	7,5	12,3	28,2	16,7	3,3	68,0
		% del total	9,7%	10,7%	1,6%	0,0%	0,0%	22,0%
	3	Recuento	0	23	113	20	2	158
		Recuento esperado	17,4	28,6	65,4	38,9	7,7	158,0
		% del total	0,0%	7,4%	36,6%	6,5%	0,6%	51,1%
	4	Recuento	0	0	10	55	9	74
		Recuento esperado	8,1	13,4	30,7	18,2	3,6	74,0
		% del total	0,0%	0,0%	3,2%	17,8%	2,9%	23,9%
	5	Recuento	0	0	0	1	4	5
		Recuento esperado	,6	,9	2,1	1,2	,2	5,0
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	1,3%	1,6%
Total	Recuento	34	56	128	76	15	309	
	Recuento esperado	34,0	56,0	128,0	76,0	15,0	309,0	
	% del total	11,0%	18,1	41,4%	24,6%	4,9%	100,0%	

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0



**Tabla cruzada Servicio al cliente\*Satisfacción en los clientes**

		Satisfacción en los clientes					Total
		1	2	3	4	5	
1	Recuento	17	11	0	0	0	28
	Recuento esperado	3,1	5,1	11,6	6,9	1,4	28,0
	% del total	5,5%	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%
2	Recuento	17	25	20	0	0	62
	Recuento esperado	6,8	11,2	25,7	15,2	3,0	62,0
	% del total	5,5%	8,1%	6,5%	0,0%	0,0%	20,1%
Servicio al cliente	Recuento	0	16	81	17	2	116
	Recuento esperado	12,8	21,0	48,1	28,5	5,6	116,0
	% del total	0,0%	5,2%	26,2%	5,5%	0,6%	37,5%
3	Recuento	0	4	25	56	5	90
	Recuento esperado	9,9	16,3	37,3	22,1	4,4	90,0
	% del total	0,0%	1,3%	8,1%	18,1%	1,6%	29,1%
4	Recuento	0	0	2	3	8	13
	Recuento esperado	1,4	2,4	5,4	3,2	,6	13,0
	% del total	0,0%	0,0%	0,6%	1,0%	2,6%	4,2%
5	Recuento	34	56	128	76	15	309
	Recuento esperado	34,0	56,0	128,0	76,0	15,0	309,0
	% del total	11,0%	18,1%	41,4%	24,6%	4,9%	100,0%

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Tabla cruzada Transporte vs. Satisfacción en los clientes

		Satisfacción en los clientes					Total
		1	2	3	4	5	
Transporte	Recuento	2	0	0	0	0	2
	1 Recuento esperado	,2	,4	,8	,5	,1	2,0
	% del total	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
	Recuento	14	14	8	2	0	38
	2 Recuento esperado	4,2	6,9	15,7	9,3	1,8	38,0
	% del total	4,5%	4,5%	2,6%	0,6%	0,0%	12,3%
	Recuento	18	35	71	19	3	146
	3 Recuento esperado	16,1	26,5	60,5	35,9	7,1	146,0
	% del total	5,8%	11,3%	23,0%	6,1%	1,0%	47,2%
	Recuento	0	7	49	53	8	117
	4 Recuento esperado	12,9	21,2	48,5	28,8	5,7	117,0
	% del total	0,0%	2,3%	15,9%	17,2%	2,6%	37,9%
	Recuento	0	0	0	2	4	6
	5 Recuento esperado	,7	1,1	2,5	1,5	,3	6,0
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	1,3%	1,9%
Total	Recuento	34	56	128	76	15	309
	Recuento esperado	34,0	56,0	128,0	76,0	15,0	309,0
	% del total	11,0%	18,1%	41,4%	24,6%	4,9%	100,0%

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Tabla cruzada manejo de inventarios vs Satisfacción en los clientes

		Satisfacción en los clientes					Total	
		1	2	3	4	5		
Manejo de inventarios	1	Recuento	18	2	0	0	0	20
		Recuento esperado	2,2	3,6	8,3	4,9	1,0	20,0
		% del total	5,8%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	6,5%
	2	Recuento	16	27	9	0	0	52
		Recuento esperado	5,7	9,4	21,5	12,8	2,5	52,0
		% del total	5,2%	8,7%	2,9%	0,0%	0,0%	16,8%
	3	Recuento	0	23	62	17	0	102
		Recuento esperado	11,2	18,5	42,3	25,1	5,0	102,0
		% del total	0,0%	7,4%	20,1%	5,5%	0,0%	33,0%
	4	Recuento	0	4	57	51	2	114
		Recuento esperado	12,5	20,7	47,2	28,0	5,5	114,0
		% del total	0,0%	1,3%	18,4%	16,5%	0,6%	36,9%
	5	Recuento	0	0	0	8	13	21
		Recuento esperado	2,3	3,8	8,7	5,2	1,0	21,0
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	4,2%	6,8%
Total		Recuento	34	56	128	76	15	309
		Recuento esperado	34,0	56,0	128,0	76,0	15,0	309,0
		% del total	11,0%	18,1%	41,4%	24,6%	4,9%	100,0%

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Tabla cruzada Procesamiento de pedidos vs Satisfacción en los clientes

		Satisfacción en los clientes					Total	
		1	2	3	4	5		
Procesamiento de pedidos	Recuento	2	0	1	2	0	5	
	1 Recuento esperado	,6	,9	2,1	1,2	,2	5,0	
	% del total	0,6%	0,0%	0,3%	0,6%	0,0%	1,6%	
	Recuento	19	36	32	8	0	95	
	2 Recuento esperado	10,5	17,2	39,4	23,4	4,6	95,0	
	% del total	6,1%	11,7%	10,4%	2,6%	0,0%	30,7%	
	Recuento	13	20	88	39	4	164	
	3 Recuento esperado	18,0	29,7	67,9	40,3	8,0	164,0	
	% del total	4,2%	6,5%	28,5%	12,6%	1,3%	53,1%	
	Recuento	0	0	7	27	9	43	
	4 Recuento esperado	4,7	7,8	17,8	10,6	2,1	43,0	
	% del total	0,0%	0,0%	2,3%	8,7%	2,9%	13,9%	
	Recuento	0	0	0	0	2	2	
	5 Recuento esperado	,2	,4	,8	,5	,1	2,0	
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%	
	Total	Recuento	34	56	128	76	15	309
		Recuento esperado	34,0	56,0	128,0	76,0	15,0	309,0
		% del total	11,0%	18,1%	41,4%	24,6%	4,9%	100,0%

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

### Prueba de Hipótesis General.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la gestión logística y la satisfacción en los clientes.

H<sub>a</sub>: Si existe relación entre la gestión logística y la satisfacción en los clientes.

Pruebas de chi-cuadrado Gestión Logística & Satisfacción en los clientes

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	420,025 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	367,870	16	,000
Asociación lineal por lineal	212,929	1	,000
N de casos válidos	309		

a. 12 casillas (48,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,19.

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Por regla si el nivel de significancia es menor a 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que la gestión logística se relaciona con la satisfacción en los clientes.

### Prueba de Hipótesis específicas:

H<sub>0</sub>. No existe relación entre las dimensiones de la gestión logística y la variable satisfacción en el cliente de la empresa CIMEDISA IMPORT S.A.C.

H<sub>1</sub>. Si existe relación entre las dimensiones de la gestión logística y la variable satisfacción en el cliente de la empresa CIMEDISA IMPORT S.A.C.

Pruebas de chi-cuadrado Servicio al cliente vs. Satisfacción en los Clientes

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	351,878 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	300,599	16	,000
Asociación lineal por lineal	184,667	1	,000
N de casos válidos	309		

a. 8 casillas (32,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,63.

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Como el nivel de significancia es menor a 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que el servicio al cliente se relaciona con la satisfacción en los clientes.

Pruebas de chi-cuadrado Transporte vs. Satisfacción en los clientes

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	168,523 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	140,586	16	,000
Asociación lineal por lineal	105,756	1	,000
N de casos válidos	309		

a. 12 casillas (48,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Como el nivel de significancia es menor a 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que el transporte se relaciona con la satisfacción en los clientes.

Pruebas de chi-cuadrado manejo de inventarios vs Satisfacción en los clientes

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	437,540 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	330,141	16	,000
Asociación lineal por lineal	197,552	1	,000
N de casos válidos	309		

a. 9 casillas (36,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,97.

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Como el nivel de significancia es menor a 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que el manejo de inventarios se relaciona con la satisfacción en los clientes

Pruebas de Chi Cuadrado de la dimensión Procesamiento de pedidos vs Satisfacción en los clientes.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	168,793 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	140,061	16	,000
Asociación lineal por lineal	86,903	1	,000
N de casos válidos	309		

*a. 13 casillas (52,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.*

**Fuente:** Software SPSS V. 25.0

Como el nivel de significancia es menor a 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que el procesamiento de pedidos se relaciona con la satisfacción en los clientes.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, VILLANUEVA CALDERON JUAN AMILCAR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN EN LOS CLIENTES DE LA EMPRESA CIMEDISA IMPORT S.A.C.", cuyos autores son FERNANDEZ CANO ROCIO LISSETH, SANCHEZ VALENCIA ARQUIMEDES JESUS, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 14 de Diciembre del 2021

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
VILLANUEVA CALDERON JUAN AMILCAR <b>DNI:</b> 41400923 <b>ORCID</b> 0000-0002-0815-6443	Firmado digitalmente por: VCALDERONJ el 14-12- 2021 23:48:55

Código documento Trilce: TRI - 0224379