



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura-2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Ramirez Encalada, Joel Alexander (orcid.org/0000-0002-3710-2436)

Ramirez Litano, Angie Geraldine (orcid.org/0000-0003-2868-5040)

ASESORA:

Dra. Suysuy Chambergo, Ericka Julissa (orcid.org/0000-0003-0744-0052)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Con cariño, para nuestros padres ya que son la fuente de apoyo incondicional a lo largo de esta etapa académica, gracias por todos los sacrificios realizados en pro de nuestro bienestar y desarrollo profesional.

A nuestros hermanos y amigos por creer en nosotros y brindarnos su constante apoyo moral especialmente en los momentos difíciles.

Y a todos aquellos que han sido parte integral de nuestro camino académico y personal.

Angie – Alexander

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por darnos la sabiduría necesaria para culminar esta investigación.

A la empresa Shalom empresarial S.A.C por brindarnos la ayuda necesaria para realizar esta investigación.

A los docentes de la universidad César Vallejo, Piura, por lograr transmitir sus conocimientos los cuales han sido brindados con paciencia, constante motivación e incentivo de triunfo.

Angie - Alexander



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SUYSUY CHAMBERGO ERICKA JULISSA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura-2023", cuyos autores son RAMIREZ LITANO ANGIE GERALDINE, RAMIREZ ENCALADA JOEL ALEXANDER, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, 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.

PIURA, 03 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SUYSUY CHAMBERGO ERICKA JULISSA DNI: 45361468 ORCID: 0000-0003-0744-0052	Firmado electrónicamente por: ESUYSUYC el 13-12- 2023 09:24:10

Código documento Trilce: TRI - 0679503



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, RAMIREZ ENCALADA JOEL ALEXANDER, RAMIREZ LITANO ANGIE GERALDINE estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura-2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
RAMIREZ LITANO ANGIE GERALDINE DNI: 76246012 ORCID: 0000-0003-2868-5040	Firmado electrónicamente por: ARAMIREZLI el 21-12-2023 15:27:32
RAMIREZ ENCALADA JOEL ALEXANDER DNI: 76751490 ORCID: 0000-0002-3710-2436	Firmado electrónicamente por: JOELRAMIREZ el 21-12-2023 15:31:29

Código documento Trilce: INV - 1424375

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos:	19
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS.....	21
4.1. Informe de aplicación de cuestionario	21
4.2. Informe de aplicación de entrevista	33

V.	DISCUSIÓN	36
VI.	CONCLUSIONES.....	44
VII.	RECOMENDACIONES	45
	REFERENCIAS	46
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Validez por de juicio de expertos	18
Tabla 2	Análisis de la fiabilidad del instrumento de investigación	18
Tabla 3	Resultados descriptivos de la dimensión planificación.....	21
Tabla 4	Prueba correlacional entre la dimensión planificación y la variable satisfacción de cliente internos	22
Tabla 5	Influencia de la planificación en la satisfacción del cliente interno	23
Tabla 6	Resultados descriptivos de la dimensión aprovisionamiento	23
Tabla 7	Prueba correlacional entre la dimensión aprovisionamiento con la variable satisfacción del cliente.....	24
Tabla 8	Influencia del aprovisionamiento en la satisfacción del cliente interno	25
Tabla 9	Resultados descriptivos de la dimensión distribución de carga	25
Tabla 10	Prueba correlacional entre la dimensión Distribución de carga con la variable Satisfacción del cliente interno	27
Tabla 11	Influencia de la distribución de carga en la satisfacción del cliente interno	27
Tabla 12	Resultados descriptivos de la dimensión servicio al cliente	28
Tabla 13	Prueba correlacional entre la dimensión Servicio al cliente con la variable Satisfacción del cliente interno	29
Tabla 14	Influencia del servicio al cliente en la satisfacción del cliente interno.....	29
Tabla 15	Percepción de la variable gestión logística	30
Tabla 16	Percepción de la variable satisfacción del cliente interno	30
Tabla 17	Relación de las variables mediante prueba de Normalidad	31
Tabla 18	Prueba de correlación entre la variable gestión logística y la variable satisfacción del cliente interno	32
Tabla 19	Influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno	32

Tabla 20 Matriz de operacionalización de variables	43
Tabla 21 Matriz de consistencia	70
Tabla 22 Matriz de instrumentos	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Relación de variables.....	14
---	----

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023. Se utilizó una metodología de tipo aplicada, de nivel correlacional causal, de enfoque mixto, diseño no experimental y de corte transversal. La población fue finita y estuvo conformada por 150 colaboradores de la empresa, con respecto a los instrumentos de recolección de datos se empleó el cuestionario conformado por 44 preguntas dirigido a los colaboradores y la guía de entrevista aplicada al administrador de la empresa, en lo que respecta a las variables de estudio Gestión logística y Satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C se ha obtenido un coeficiente de correlación de Spearman de 0,321 y un nivel de significancia bilateral de 0,00 ($p < 0.05$) estos resultados indican que existe una correlación positiva baja y a la vez señalan que hay influencia entre ambas variables, se concluye aceptando la hipótesis alterna, empleando pruebas no paramétricas cuyos datos no tienen una distribución normal, quiere decir que existe influencia significativa de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.

Palabras clave: aprovisionamiento, distribución de carga, planificación, gestión logística, satisfacción del cliente interno

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the influence of logistics management on internal customer satisfaction in the company Shalom Business S.A.C, Piura 2023 headquarters. An applied methodology was used, at a causal correlational level, with a mixed approach, non-specific design. experimental and cross-sectional. The population was finite and was made up of 150 employees of the company. Regarding the data collection instruments, a questionnaire consisting of 44 questions addressed to the employees and the interview guide applied to the company administrator was used, in which Regarding the study variables Logistics Management and Internal Customer Satisfaction of the company Shalom Business S.A.C, a Spearman correlation coefficient of 0.321 and a bilateral significance level of 0.00 ($p < 0.05$) have been obtained. These results indicate that there is a low positive correlation and at the same time indicate that there is influence between both variables, we conclude by accepting alternate hypothesis, using non-parametric tests whose data do not have a normal distribution, which means that there is a significant influence of logistics management on satisfaction. of the internal client in the company Shalom Business S.A.C, Piura headquarters.

Keywords: supply, Freight distribution, planning, logistics management, internal customer satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, la rentabilidad y la competencia en las empresas se volvió indispensable ya que estos factores hacen que sea más eficiente, para ello se necesita contar con un buen manejo de los procesos de la optimización de costos, rutas, transporte y almacenamiento de tal forma que se logre y resalta la competitividad en el mercado, para lograr dichas actividades se requiere dentro de la empresa un buen capital humano y que estos estén satisfechos con sus labores y con el entorno laboral ya que son consumidores tanto de los servicios como de los recursos que ofrecen las empresas para desarrollar sus diferentes actividades resaltando la productividad y el desempeño.

En Colombia, López et al. (2021) señalaron que los trabajadores han tenido mayor significado para las empresas y no solo por que necesiten de su actividades laborales, sino también enmarcan el desempeño y responsabilidad para lograr resultados rentables, pero a pesar de ello en la actualidad existen empresas que aún no dan mucha relevancia a sus colaboradores, no se considera la perspectiva de los colaboradores, lo cual esto es muy relevante para afrontar la competencia y no caer en la degradación de la productividad, por otro lado, Cervantes et al. (2020) en Colombia, afirmaron que en el país mencionado existen un sin número de problemas logísticos y esto se comprueba en los efectos negativos ya que muestran que el 95% de las empresas del país admiten que no saben cuál debe ser la experiencia del cliente final, ya que el principal problema es la mala gestión logística y esta se ve reflejada en la insatisfacción que presenta el cliente final.

En España, Tobías et al. (2019) señalaron que hoy en día los colaboradores no logran satisfacer necesidades sociales ni relación en el desarrollo personal para así lograr un mejor desarrollo profesional debido a que las empresas no presentan un eficiente clima laboral, no logran fidelizar a los colaboradores, además las empresas no logran motivar al colaborador lo cual esto es indispensable para dar hincapié a un mejor desarrollo de sus actividades y obligaciones diarias.

En Ecuador, Dolati (2018) manifestó que no todas las empresas están empleando las herramientas suficientes para poder alcanzar la escala de regocijo del cliente final en el ámbito logístico, ya que uno de los principales errores que viene afectando son los errores administrativos y la falta de planificación ya que no logran llevar un orden en todo el proceso, lo cual esto puede ser contraproducente especialmente para un negocio que sufre carencias de recursos para revertir las situaciones desfavorables.

En el ámbito nacional, en Lima, Hernández (2021) expuso que la mayoría de las empresas peruanas debido a la crisis mundial que se vivió en los últimos años los sectores logísticos se vieron obligados a desarrollar sus labores de manera remota haciendo uso de programas digitales para poder llevar a cabo todos sus procesos, sin embargo esto ha repercutido en sus importaciones de artículos o materias primas las cuales lograron un aumento del 10 a 20% en los precios de sus productos finales, debido a la alza de precios en el flete.

En Lima, Ibarra (2020) realizó una encuesta de satisfacción laboral a nivel nacional y expresó que el 24% de empleados en Perú estaban satisfechos con su trabajo, el resto labora solo por motivos familiares u otros motivos. A partir de estos resultados, podemos concluir que el tema de la satisfacción es de gran importancia para la empresa. Se debe resaltar que hoy en día las áreas de gestión del talento enfrentan desafíos importantes para garantizar la productividad y la satisfacción laboral. El colaborador representa un 40% más de productividad y 80% más de creatividad e innovación.

Por otro lado, en Trujillo, Dávila (2019) manifestó que el 7% de los colaboradores no se sienten satisfechos por falta de ascensos, 10% no reconocen su talento, al igual que limitan sus conocimientos, 12% las actividades nos justifican su remuneración, 19% no tienen un buen jefe, 20% no cuentan con un buen clima laboral y 22% limitan sus posibilidades de crecer en su puesto de trabajo.

En la ciudad de Piura se encuentra ubicada la empresa Shalom empresarial S.A.C, es una organización que tiene como actividad primordial transportar carga y mercadería por todo el país, brinda atención de calidad e interacción con el cliente que desea transportar productos perecibles y no perecibles, es por ello que la empresa trata de mejorar su diagnóstico riguroso de los procesos logísticos, en lo que es contar con un transporte óptimo, diagnóstico de mejora de precios accesibles, rutas, trámites, para que de esa forma logre brindar un servicio de calidad oportuno y eficaz, según lo observado uno de los comunes problemas que presenta es el de distribución, ya que algunos de sus productos son enviados a otras sedes de la empresa y no llegan a su destino y para recuperar dicho producto se realiza un trámite riguroso y demanda dinero para la empresa, además, otro de los problemas es que con la finalidad de cumplir con el plazo de entrega los productos no logran ser calificados como productos frágil, y esto ocasiona que el producto llegue en mal estado a su destino ocasionando incidencia y malestares en el cliente interno quienes son los responsables de entregar los productos al cliente final.

El estudio aborda la problemática general ¿Cómo influye la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023?, de igual manera se presentan los problemas específicos: a) ¿Cómo influye la planificación en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023? b) ¿Cómo influye el aprovisionamiento en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023? c) ¿Cómo influye la distribución de carga en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023? d) ¿Cómo influye el servicio al cliente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023?

La investigación, según Álvarez (2020), justifica de manera práctica pues se basa en explicar cómo los resultados del estudio tendrán un impacto en la realidad del campo de estudio, debido a esto la investigación se realizó con el afán de describir como la variable independiente se relaciona con la variable dependiente empresa. Es por ello, que utilizamos los resultados de este estudio para mejorar las distintas

dimensiones de la gestión logística para que de esa forma lograr contribuir con la satisfacción de los clientes internos, Por otro lado, de manera social, Álvarez (2020), expresa que la justificación social puede ayudar a un a resolver problemas que afectan la sociedad, es por ello que en la investigación se aspira a que la empresa logre escalar su éxito, tener calidad es un cambio cultural de largo plazo y evaluación continua en el que todas las acciones están enfocadas a en el nivel de satisfacción del cliente interno, así mismo consideramos que esta investigación servirá de precedente para trabajos de investigación que en el futuro aborde temas similares para las nuevas generaciones.

Por consiguiente, se plantea el objetivo general de la investigación: Determinar la influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023, así mismo los objetivos específicos: a) Analizar la influencia de la planificación en la satisfacción de cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023, b) Relacionar la influencia de aprovisionamiento en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023, c) Evaluar la influencia de la distribución de carga en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023, d) Precisar la influencia del servicio al cliente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.

Para culminar se presenta la hipótesis general, Existe influencia significativa de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura, además se presentan las hipótesis específicas: a) La planificación influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura, b) El aprovisionamiento influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura, c) La distribución de carga influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura, d) El servicio al cliente influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional, Huamán et al. (2023) en Brasil, su artículo presentó como objetivo determinar la relación entre la gestión logística y transparencia pública, dicha investigación tuvo como metodología cuantitativa, correlacional no experimental, la investigación recopiló los resultados a través de un cuestionario el cual fue emitido a 90 funcionarios, donde obtuvieron como resultados que la gestión logística presenta deficiencias en un 43%, así mismo la transparencia pública con un 57%, alcanzando una $p=0.000<0.01$ y una Rho de Spearman (67%), afirmaron una relación altamente significativa entre las variables, finalmente, afirmaron también el correcto funcionamiento de las normas de control, abastecimiento y stock.

Lópes y Moori (2021) Canadá, su investigación abordó como propósito identificar la relación entre la gestión logística estratégica, el desempeño operativo y los sistemas digitales (Lot), el estudio empleó un método cuantitativo básico, así mismo correlacional y no experimental, la investigación recopiló datos a través de un cuestionario, agregado a ello trabajaron con una muestra de 76 empresas, obteniendo como resultados que el LoT presenta un participación relevante entre la gestión logística estratégica y el desempeño operativo, con un Rho de spearman de 0.875 y un sig de 0.000 así mismo, el LoT incrementa la competencia en base a la toma de iniciativas y la interconexión de recurso, se concluye afirmando la hipótesis de que se efectúa entre las variables de estudio.

En Brasil, Wisniewski et al. (2018) su estudio tuvo como objetivo relacionar las variables sociodemográficas con la satisfacción de los trabajadores de una empresa comercializadora, está investigación presentó una metodología de estudio relacional, con enfoque transversal y diseño cuantitativo, así mismo, su muestra se compuso por 212 colaboradores los cuales participaron de un cuestionario, los resultados obtenidos expresaron un rho de spearman de (52%) Sig. ($p<0,05$) entre las variables de estudio, finalmente se concluyó que las condiciones inadecuadas ponen en riesgo la satisfacción de los colaboradores

A nivel nacional, Mayuri (2022) publicó su tesis en Lima, el estudio presenta el objetivo de determinar la relación de la gestión logística con la calidad de servicio de los clientes internos de la empresa de inversión de capital visual Jesús María-2022, La metodología de la tesis fue básica, así mismo no experimental, correlacional, transversal, con una muestra de cincuenta colaboradores, utilizó como instrumento el cuestionario, cuyos resultados muestran , el 44% de los colaboradores considera el servicio de calidad en un nivel bajo, referente a las variables muestran una relación positiva muy alta, obtuvieron un rho de spearman de 0.910 y un Sig. de 0.000, afirmando la hipótesis de la investigación a partir de las relaciones de las variables, mediante eso es posible proponer herramientas de solución, teniendo en cuenta la incertidumbre de la empresa investigada.

Meléndez (2022) en Lima, publicó su tesis con el objetivo de identificar la influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la Autoridad Portuaria Nacional, la investigación presentó un enfoque cuantitativo, de tipo básico, así mismo correlacional no experimental, la investigación presentó una muestra de sesenta y siete cliente internos, así mismo manejo el instrumento del cuestionario, se obtuvo como resultado un valor de -0.558 respecto a la correlación de Spearman, lo que afirmó la hipótesis aceptando que presenta una relación significativa entre ambas variables, además aquellos valores permiten clasificar los resultados como una correlación negativa, pero moderada.

Alfaro y Moreno (2022) en Trujillo, señalaron en su estudio el propósito de plantear un modelo general de gestión de compras y abastecimiento para incrementar los niveles de atención al cliente interno de la empresa Danper Trujillo S.A.C, el estudio consideró una metodología de tipo aplicada, correlacional no experimental, de enfoque mixto para la investigación utilizó la técnica de encuesta y entrevista, esta se emitió a los empleados de las compañías y la entrevista al encargado de gestión, dando como resultados un rho de spearman de treinta y cuatro por ciento, lo que indica que el agrado del cliente interno es baja, presentando como problema principal la poca preferencia del correcto abastecimiento y seguro de la mercadería, lo que provoca

deficiencias en la gestión de compras, se concluye que luego del estudio y del modelo de mejora se puede incrementar la relación entre ambas variables de estudio.

Juanico (2020) en Chiclayo, manifestó su tesis con el propósito de determinar el grado de satisfacción de los empleados internos de la empresa en Konecta S.A.C, utilizó una metodología de tipo descriptiva, no experimental – transversal, así mismo emplearon una muestra de 140 personas, empleó la técnica de encuesta, el cual dio como resultado un rho de spearman de 46% indica que la mayoría del personal no se encuentra satisfecho, agregado a ello se obtuvo un 40% referentes a la satisfacción de beneficios laborales y remuneraciones resultado que señala un nivel bajo de satisfacción laboral, pues no presenta un adecuado ambiente para que el personal labore cómodamente.

A nivel local, Ruidias y Valdez (2022) en Sullana, publicó su investigación, la cual expresan el objetivo general de determinar la relación existente entre la gestión logística y la competitividad de la empresa importadora Plásticos Valdez, abarco una metodología cuantitativa, aplicada , con nivel de correlación y no experimental, empleó el cuestionario y guía entrevista, con muestra de 15 clientes 5 colaboradores de la misma compañía, donde la variable gestión logística y competitividad tuvieron una relación muy alta de 0.986, se concluyó que hay relación entre ambas variables estudiadas, los procesos deben ser suficientemente independientes de la oferta, distribución, producción con el fin de influir en la competitividad de las empresas.

Padilla (2021) en Piura, publicó su investigación cuyo propósito fue determinar la relación de la calidad del servicio logístico y la satisfacción del cliente interno en una universidad de Piura, utilizó la metodología de diseño correlacional, a ello una muestra de 60 colaboradores, usó una encuesta aplicada a los colaboradores, se evaluó el mencionado cuestionario según escala tipo Likert, lo que mostró como resultado que 68% de colaboradores experimentan la calidad habitual del servicio logístico regular en cuanto a su confiabilidad y eficiencia , por otro lado, el nivel de insatisfacción es del 73%, debido a que la mayoría de los trabajadores esperan una mejor calidad en el

servicio en cuanto a la entrega de mercadería completa, luego de evaluar la prueba Pearson, se confirmó que existe relación afirmativa en ambas variables de estudio.

Respecto a diferentes teorías de variables de investigación, la variable independiente gestión logística, hoy en día las empresas se sumergen en un buen sistema logístico para satisfacer a los clientes externos y colaboradores, por lo tanto la planificación de todos los procesos logísticos incrementa la productividad de las empresas, Casanovas y Cuatrecasas (2003), citado por Ardila y Bohórquez (2019) expresan que la gestión logística implica llevar a cabo el sistema de planificación, organización y el control de todas las actividades que se relacionan con el objetivo de lograr un eficiente traslado y almacenamiento de mercadería y así mismo satisfacer las necesidades de la demanda y al mínimo costo posible.

Ganoza (2018), define la gestión logística como planificación, implementación y control de procesos que aplican de acuerdo a las necesidades del cliente, también la gestión logística implica entregar el producto o servicio correcto en la cantidad necesaria, en el lugar, momento indicado y al costo establecido, así mismo, Suliman y Omran (2021), expresaron que la gestión logística está muy ligada a la tecnología ya que de esa forma se logra maximizar la distribución de mercadería a través de las redes de mapeo para lograr un mayor funcionamiento, finalmente, Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019) analizan cuatro dimensiones importantes que tiene de la gestión logística: la planificación, el aprovisionamiento, la distribución de carga y servicios al cliente.

Casanovas y Cuatrecasas (2003), citado por Ardila y Bohórquez (2019), argumentan que el proceso de planificación se obtiene insertando en la cadena de suministro procesos que planifican y controlan eficientemente el flujo de materias primas desde el origen hasta el uso final del consumidor.

En cuanto a los indicadores de la dimensión planificación, Kaiser et al. (2019), mencionan que el ciclo de operación se refiere a una serie de procesos para llevar a un servicio o alguna actividad entre las cuales se encuentran la recepción y bienvenida, registro de actividad y verificación de los productos, además se brinda una información

detallada, verificación y finalmente entrega de boletas o comprobantes de pago, de igual forma, Amador (2022), expresa que los aspectos legales y regulatorios son aquellas leyes que la empresa debe cumplir ya que estas normativas pueden generar beneficio o todo lo contrario además son factores claves para el inicio del reparto de los productos o servicios, finalmente Vidal (2020), señala que el tiempo estimado de envío es la fecha que se le muestra al cliente cuando llega su pedido, después de haber evaluado los días que se tomarán con la preparación del producto, además se brinda la información al cliente del horario y los límites para la llegada de su pedido.

Por el lado en la dimensión de aprovisionamiento, Casanovas y Cuatrecasas (2003), citado por Ardila y Bohórquez (2019), expresan que es la gestión de los materiales que se encuentran en los puntos de compra y plantas de procesos que tenga la empresa, así mismo, Westreicher (2020), Se refiere al procedimiento mediante el cual se suministran los recursos necesarios en almacenes o tiendas con el fin de respaldar el correcto desarrollo de las tareas esenciales de la entidad.

Sus indicadores de esta dimensión, Cruz (2018), señala que las garantías de compra de productos son leyes que obligan a los vendedores a proteger los derechos de los compradores contra accidentes en la adquisición de algo, Por otro lado, Madzimure (2019), la minimización de costos surge de un sistema planificado llevando un control de los procesos, los costes que componen la cadena de valor para conseguir la productividad, pero en ocasiones va más allá, pensando en la optimización más que en la reducción, también, Lokad (2018), establece que los Suministro de calidad del servicio es la probabilidad esperada de no encontrarse con una escasez durante el reabastecimiento al proporcionar un nivel de servicio razonable para evitar la pérdida de ingresos o tiempo de entrega.

casanovas y Cuatrecasas (2003), citado por Ardila y Bohórquez (2019), manifiestan que la distribución que es el proceso de las materias desde el punto de planta hasta el punto del consumidor final, por otra parte, Aspejo (2020), la distribución de carga es un proceso que se lleva a cabo en el sistema de la cadena de suministros, dónde sus clientes necesitan que su producto sea conduciendo con cierta eficiencia,

esto requiere una serie de costos de operación que se mantengan lo más bajos posible, Por lo tanto, las estrategias de transporte y manejo de productos deben aplicarse en el canal de distribución, ya que todos los factores son cantidades, esta métrica pretende aprovechar al máximo el menor tiempo posible, para que de esa forma se logre reducir los costos de entrega de productos, servicios y espacio, agregado a ello Kandu, et al. (2022), expresaron que, el sistema de distribución acoge a un correcto funcionamiento de transporte ya que es parte de gran importancia en la cadena logística de suministros de emergencia y para su correcto funcionamiento es necesario que las empresas empleen estrategias y alternativas para asegurar la llegada correcta de los productos.

Sobre sus indicadores, Ruta (2021), confirma que la rapidez y la puntualidad en la entrega son puntos clave en la percepción del cliente. La puntualidad agrega valor a los servicios prestados por la empresa, ya que la satisfacción del cliente es primordial, así mismo, Machuca (2018) por su parte, plantea que el las tarifas y flete son los valores monetarios que se asignan a los bienes o servicios en función de la disponibilidad de cada servicio y de factores intervinientes como la competencia, de igual forma, PVT Group software de planificación de tráfico (2018), afirma que la optimización de rutas de transporte es un proceso logístico para garantizar servicios a menores costos respetando las restricciones legales y comerciales. Finalmente, Chubb (2023), afirma que el seguro de carga beneficia tanto al transporte de las mercancías por aire, mar y tierra durante la duración del tránsito de las mercancías.

Casanovas y Cuatrecasas (2003), citado por Ardila y Bohórquez (2019), señalan que el servicio al cliente es el nivel de calidad conforme a una respuesta de las actividades que se realizan a lo largo de la cadena logística, así mismo, Gómez (2023), sostiene que el servicio al cliente consiste en la atención proporcionada a los clientes cuando tienen dudas, sugerencias o desean comprar, para satisfacer, mejorar y cumplir con las expectativas de sus competidores, también implica una estrategia para en relación al cliente interno, en cuanto a sus dimensiones, Twista (2020), manifiesta que los reclamos son aceptados y se pueden incluir en libros de reclamos y son utilizados por los ciudadanos o clientes para la adquisición de productos o

servicios, por otra parte, Rajendran et al. (2018), el tiempo de entrega se define como el período que va desde la realización de un pedido hasta que el proveedor lo entrega al cliente final, y este intervalo puede variar dependiendo de los productos que maneje la empresa, Finalmente, Hussin et al. (2018), afirma que la satisfacción es un estado de ánimo que describe la respuesta emocional o intelectual a las necesidades o deseos de información.

Los autores Noda et al. (2020), manifiestan que el colaborador interno es el trabajador que se une a la organización, además expresan que la satisfacción la alcanzan cuando logran resolver sus necesidades; como, dar solución a una queja o consulta de esa manera se sienten respaldados y evitan conflictos que podría perjudicar la reputación de la empresa, de igual forma Mateos (2019), manifiesta que es la percepción que siente el colaborador en relación al grado en que se cumplen sus expectativas en relación al servicio que recibe, finalmente, Meléndez (2022), señala tres dimensiones que ayudan a la satisfacción del cliente interno como son las condiciones de trabajo, estimulación laboral y calidad del servicio.

Cruz (2018), sugiere que las condiciones de trabajo pueden ser la parte más destacada del contrato para crear una vida integrada en el lugar de trabajo, ya que la organización corre con todos los costos en caso de accidente, señalando también Salas et al. (2021), afirman que las condiciones internas para llevar a cabo el agrado de los colaboradores son las instalaciones, el equipamiento del centro de trabajo y las evaluaciones de riesgos que deben ser monitoreadas periódicamente, sobre las dimensiones, así mismo, Altamirano (2021), afirma que la seguridad e higiene son procesos encaminados a garantizar la protección física o mental de los empleados, por otra parte Ochoa (2018), señala que el desarrollo personal es una etapa encaminada a la superación personal por la que todos los empleados se esfuerzan a diario en la empresa para la que laboran. Finalmente, Patlán (2018), afirma que las condiciones de vida son parte del contrato que establece que una organización o empresa garantice la integridad de cada empleado, ya sea interno o externo.

Sánchez et al. (2018), manifiestan que la estimulación laboral ayuda a los trabajadores a realizar su trabajo de manera más eficiente e incluye la motivación como un factor importante para celebrar sus esfuerzos en el desempeño de su actividad para lograr el valor corporativo, de igual manera, Manjarrez (2020), señala que para evitar la disconformidad laboral es muy importante evitar desacuerdos entre ambas partes, estas medidas presentan un efecto evidente en los colaboradores, que siempre buscan mejorar.

En cuanto a la dimensiones, Horacio (2018), explica que los bonos son bonificaciones que las empresas entregan a sus empleados como recompensa por el trabajo efectivo, por otro lado, Cepeda et al. (2015), citado por Drago (2020), expresan que reconocimientos de logros son estrategias que la mayoría de empresas emplean para que sus trabajadores se sientan motivados para alcanzar las actividades con actitud positiva, finalmente, de igual manera, Miranda et al. (2018), manifiestan que la motivación laboral es capacidad que tiene las empresas de mantener el entusiasmo positivo de sus colaboradores para lograr mejores resultados y la satisfacción entre ellos, también incide en factores internos de los colaboradores que nos enseñan a encaminar la empresa y lograr la optimización de su capital intelectual de las organizaciones.

Syahidul et al. (2020), afirma que la calidad del servicio es la conducta que proporciona una organización para analizar el nivel de regocijo del cliente, esto nos ayuda a mejorar nuestra comunicación con nuestros clientes y saber lo que piensan, en cuanto a sus dimensiones, así mismo, Cardozo (2021), explica que el monitoreo que realizan las empresas debe basarse en datos concretos y retroalimentación positiva y negativa para diagnosticar y mejorar la calidad de servicios brindados a los consumidores, por otro lado, Ekinsi et al. (2020), afirma que la innovación laboral ocurre cuando los empleados comparten ideas para mejorar todas los departamentos de una organización y ayudar mejor a los clientes. Finalmente, Giraudier (2018), afirma que la comunicación efectiva es de gran relevancia ya que los empleados entienden claramente el mensaje, no se cambian las ideas y se evitan los conflictos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación presentada es de tipo aplicada, para Nieto (2018) manifiesta que está orientada a la búsqueda de soluciones ante dificultades de manera práctica, es decir emplear ideas para la identificación de posibles soluciones a diferentes problemas o al momento de tomar una decisión.

De la misma manera, la investigación presentó un enfoque mixto, según Otero (2018), un enfoque mixto presenta técnicas tanto cualitativas como cuantitativas, esto con finalidad de obtener un estudio más completo y profundo del objeto de estudio, debido a que se está haciendo uso de ambos enfoques y se desea aprovechar los beneficios que otorgan.

Así mismo, la investigación presentó un nivel correlacional causal, de acuerdo con Lai (2018), en un nivel correlacional causal se pretende identificar la relación entre variables con la intención de evaluar las relaciones estadísticas entre ambas, sin tener alguna interferencia de variables irrelevantes.

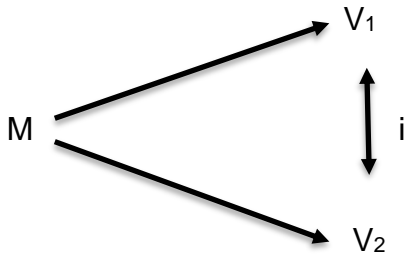
3.1.2. Diseño de investigación

El estudio abarcó un diseño no experimental, para Rojas (2021), en este diseño no se aplican estímulos o condiciones experimentales a variables, es decir no se realizará manipulación alguna de la variable o variables terceras el contexto de evaluación, pues se fundamenta en el movimiento y la aceptación de la variable seleccionada y su comportamiento.

También, es de corte transversal o transaccional, Rodríguez et al. (2018), se cataloga como un estudio observacional de doble propósito, descriptivo y analítico, además se recopila información en el transcurso de un momento o periodo determinado, por lo tanto, carece de seguimiento.

Figura 1

Influencia de variables



Donde:

M: Colaboradores de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura – 2023

V1: Gestión logística

V2: Satisfacción del cliente interno.

i: Influencia de las variables.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Gestión logística

Definición conceptual

Ganoza (2018), definió a gestión logística como los procesos de planificación, implementación y control los cuales efectúan la logística según los requerimientos del cliente, al igual la gestión logística aplica en proveer el producto apropiado en la proporción requerida, en el lugar, tiempo y costo adecuado.

Definición operacional:

Para analizar y medir la variable independiente gestión logística se han utilizado 4 dimensiones, de las cuales se han identificado 14 indicadores y como instrumento se utilizó el cuestionario el cual estuvo conformado por 26 preguntas empleando la escala de Likert y se aplicó a los 150 trabajadores de la empresa Shalom empresarial S.A.C sede Piura, de igual manera utilizó una guía de entrevista para el gerente de la empresa Shalom empresarial S.A.C Piura.

Indicadores

Se presentan 14 indicadores para las siguientes dimensiones:

La dimensión de planificación sus indicadores son, ciclo de operación, aspectos legales y regulatorios, tiempo estimado de envío, por otro lado, la dimensión de aprovisionamiento presenta indicadores como garantías, minimización de costos, suministros de calidad de servicio, así mismo, dimensión distribución de carga sus indicadores son rapidez y puntualidad, tarifas y flete, optimización de rutas, seguro de cargas y de igual forma la dimensión servicio al cliente sus indicadores a evaluar son, reclamos, tiempo de entrega y satisfacción.

Escala de medición: Ordinal

Variable 2: Satisfacción del cliente interno

Definición conceptual

Noda et al. (2020), manifestaron que el colaborador interno es el trabajador que se une a la organización, además mencionaron que su satisfacción está directamente relacionada con la capacidad de resolver completamente sus necesidades; como, dar solución a una queja o consulta de esa manera se sienten respaldados y evitan conflictos que podría perjudicar la reputación de la empresa.

Definición operacional:

Para analizar y medir la variable dependiente satisfacción del cliente interno se ha utilizado 3 dimensiones, de las cuales se han identificado 9 dimensiones y como instrumento se utilizó el cuestionario el cual estuvo conformado por 18 preguntas empleando la escala de Likert y se aplicó a los 150 trabajadores de la empresa Shalom empresarial S.A.C sede Piura, de igual manera utilizó una guía de entrevista para el gerente de la empresa Shalom empresarial S.A., sede Piura.

Indicadores

Se emplearán 9 indicadores para las siguientes dimensiones:

Para la dimensión condiciones de trabajo se emplean los siguientes indicadores como seguridad e higiene, desarrollo personal, condición de vida, así mismo, la dimensión estimulación laboral sus indicadores son bonos, reconocimiento de logros, motivación laboral y finalmente, la dimensión calidad de servicio presenta indicadores como monitoreo de servicios, innovación laboral y comunicación efectiva.

Escala de medición: Ordinal

3.3. Población

La población está compuesta por un grupo que comparten características específicas (Hernández y Mendoza, 2018). En esta investigación la población estudiada está conformada por los 150 colaboradores de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura, 2023.

Por lo tanto, al ser una población finita, la muestra fue extraída del 100% de la población, la cual corresponde a los 150 trabajadores de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.

3.3.1. Unidad de análisis

Estuvo compuesta por los 150 trabajadores de la empresa en estudio.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica que abarcó el estudio fue la encuesta, esta técnica fue empleada a las personas con el principal objetivo de saber sus opiniones o aspectos sobre un tema o problema (Stockemer, 2018). De igual manera se empleó la técnica de la entrevista, que se fundamenta en la comunicación interpersonal que se da entre el indagador y el sujeto en estudio con el objetivo de obtener respuestas verbales de las interrogantes (Feria et al, 2020).

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se destinó para la investigación fue el cuestionario, ya que es el más utilizado en este tipo de investigación cuantitativa, además por la significancia de datos esenciales que se obtiene de la muestra (Gómez y Mouselli, 2018), el cuestionario de gestión logística está conformado por 13 indicadores, los cuales contribuyen a las dimensiones (planificación, aprovisionamiento, distribución y servicio al cliente), el cual está conformado por 26 preguntas, mientras que la variable satisfacción del cliente presenta 09 ítem referente a los indicadores (condición de trabajo, estimulación de trabajo y servicios de calidad), el cual está conformado por 18 preguntas, la administración de este instrumento se realizó de manera virtual, ambos cuestionarios estarán apoyados de la escala de Likert, convirtiéndolo en un estudio ordinal.

Así mismo se empleó la guía de entrevista, en la cual se emplearon 14 interrogantes, este instrumento permite la aplicación del método de abstracción teórica en la práctica, está formada por un título, objetivo y una serie de preguntas (Feria et al, 2020).

3.4.3. Validez del constructo

Posso y Bertheau (2020), expresan que la validez de una investigación es una técnica para calcular el índice de validez, se basa en la relación teórica de los ítems y de los conceptos de las variables, para dicho proceso de validación del cuestionario se aplicó el juicio de expertos, es decir, para medir el grado de validez del instrumento se seleccionaron especialistas de acuerdo a la línea de investigación, los cuales dieron sus sugerencias para generar la versión final del instrumento válido.

Tabla 1*Validez por de juicio de expertos*

Apellidos y nombres	Grado	Resultado
Palacios de Briseño Mercedes	Doctora	Alto nivel
Gonzales Viera Juan Francisco	Magister	Moderado nivel
Angulo Corcuera Carlos Antonio	Magister	Alto nivel

3.4.4. Confiabilidad

Posso y Bertheau (2020), señalan que es la consistencia en los resultados obtenidos de los ítems que conforman la prueba, para el estudio la prueba piloto estuvo compuesta por 150 trabajadores de la empresa, donde la variable gestión logística presenta 26 preguntas y la variable satisfacción del cliente interno 18 ítems, posterior a ello se utilizó el coeficiente de Alpha de Cronbach, ya que es una fórmula reconocida en el ámbito estadístico.

Tabla 2*Análisis de la fiabilidad del instrumento de investigación*

Estadísticas de fiabilidad			
	Alfa de Cronbach	N° de elementos	Nivel de consistencia
V1= Gestión logística	,977	26	Excelente
V2=Satisfacción del cliente interno	,892	18	Muy buena
TOTAL	,976	44	Excelente

Nota. Consistencia de confiabilidad Excelente.

En la tabla 2, se observó el resultado de la prueba del Alfa de Cronbach aplicada al cuestionario que evalúa las variables **V1: Gestión logística y V2: Satisfacción del cliente interno**. El cuestionario con un total de 44 preguntas y se obtuvo un valor de 0.976, lo cual indica una excelente fiabilidad, al analizar por separado la variable 1 gestión logística conformada por 26 preguntas obteniendo una calificación de 0.977 considerándola como excelente, por otro lado, la variable 2 que evalúa la satisfacción del cliente interno, esta obtuvo conformada por 18 preguntas y se efectuó una calificación de 0.892, lo cual indica un nivel de consistencia interna muy buena. Esto demuestra que las preguntas de ambos cuestionarios poseen coherencia interna y son susceptibles de ser empleadas en diferentes unidades de análisis.

3.5. Procedimientos:

Para el procedimiento de la investigación, se inició enviando la carta de presentación al administrador de la empresa Shalom empresarial S.A.C, Gabriel Arturo Ruiz Chávez, para solicitar la autorización de publicar el nombre de la empresa en la investigación. De esta manera se inició a estructurar el título, compuesto por dos las dos variables de estudio. Continuando con la exposición del problema general y específicos, los objetivos y las hipótesis que serán abordadas.

De este modo para la aplicación de la técnica y recopilación de datos se realizó una encuesta virtual dirigida a los colaboradores de la empresa para analizar la gestión logística y otra para la satisfacción del cliente interno, previo a ello una entrevista virtual al administrador de la empresa Shalom empresarial S.A.C, considerando las variables de estudio, las cuales se tuvieron que validar por docentes especializados. Para concluir, toda la información requerida fue trasladada al programa Microsoft Excel donde fue estructurada, luego de ello los resultados se analizaron y se subieron al software IBM SPSS Statistics v.28, para encontrar que relación existe entre ambas variables.

3.6. Método de análisis de datos

Para Peña (2017), señaló que el método de análisis de datos se relaciona a diferentes intervenciones en la que el indagador recauda diversos antecedentes, ya sea de orden cuantitativo o cualitativo, como análisis, lecturas e interpretaciones, según cual sea en enfoque que se esté utilizando en la investigación.

Luego de conseguir los resultados de la encuesta virtual que se aplicaron al cliente interno de la empresa Shalom empresarial, S.A.C, se empezó a completar una base de datos con ayuda de la herramienta Microsoft Excel, posteriormente a ello se usó también del software IBM SPSS Statistics donde se analizó la información obtenida sobre la validez y confiabilidad de las variables.

3.7. Aspectos éticos

La investigación mantuvo todos los aspectos éticos y normativos en los que se basa, así mismo se utilizó rigurosamente los estándares de APA séptima edición para establecerlas en la estructura del texto, así como, las citas y para la bibliografía, además para comprobar la autenticidad de la información adquirida por los autores, se hizo uso de la herramienta Turnitin.

Adicionalmente a ellos la investigación se realizó siguiendo los lineamientos del código de ética para la investigación, siendo los siguientes criterios:

Beneficencia, puesto que se buscó asegurar el bienestar de trabajadores participen en el estudio, a través de un trato adecuado; no maleficencia, dado que el estudio no supone perjuicio en la integridad física, emocional y/o de cualquier tipo hacia los participantes de la investigación y el principio de igualdad, al brindarle un trato equitativo a los participantes del proceso de estudio.

IV. RESULTADOS

4.1. Informe de aplicación de cuestionario

Con respecto al objetivo específico 1: Analizar la influencia de la planificación en la satisfacción de cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.

Tabla 3

Resultados descriptivos de la dimensión planificación

Planificación	Escala de alternativas											
	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(Σ)	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1.- Shalom incluye los tiempos en las operaciones de transporte durante la prestación de su servicio.	101	67,3	40	26,7	0	0,0	6	4,0	3	2,0	150	100%
2.- La operalización que maneja Shalom ayuda a generar un mejor servicio en las encomiendas	101	67,3	35	23,3	0	0,0	8	5,3	6	4,0	150	100%
3.- Es necesario contar con todos los permisos que brinda el Ministerio de transporte y comunicaciones	106	70,7	35	23,3	0	0,0	6	4,0	3	2,0	150	100%
4.- La empresa cumple con todos los permisos de ley para operar en el mercado sin impedimentos.	57	38,0	84	56,0	0	0,0	6	4,0	3	2,0	150	100%
5.- La empresa tiene como prioridad llegar con las encomiendas al tiempo acordado	94	62,7	46	30,7	0	0,0	4	2,7	6	4,0	150	100%
6.- Los tiempos estimados de envió hace que su trabajo sea más eficiente	85	56,7	58	38,7	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%

Nota. Interrogantes de la dimensión 1: Planificación de la V1: Gestión logística relacionada con la V2: Satisfacción del cliente interno.

En la Tabla 3, se observa que de 150 clientes: 101 con un 67.3% mencionan que están totalmente en desacuerdo que Shalom incluye los tiempos en las operaciones de transporte durante la prestación de su servicio, 101 con un 67.3%

mencionan que están totalmente en desacuerdo que la operalización que maneja Shalom ayuda a generar un mejor servicio en las encomiendas, 106 con un 70.7% mencionan que están totalmente en desacuerdo que es necesario contar con todos los permisos que brinda el Ministerio de transporte y comunicaciones, 84 con un 56% refieren que están en desacuerdo que la empresa cumple con todos los permisos de ley para operar en el mercado sin impedimentos, 94 con un 62.7% refieren que están totalmente en desacuerdo que la empresa tiene como prioridad llegar con las encomiendas al tiempo acordado y por último el 85 con un 56.7% refieren que están totalmente en desacuerdo que los tiempos estimados de envío hace que su trabajo sea más eficiente.

Contrastación de la Hipótesis específica 1: La planificación influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.

Tabla 4

Prueba correlacional entre la dimensión planificación y la variable satisfacción de cliente internos

Correlación de Spearman			
		D1V1=Planificación	V2=SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO
D1V1=Planificación	Correlación de Spearman	1,000	,449**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	150	150
V2=SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO	Correlación de Spearman	,449**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	150	150

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

Nota. Prueba de correlación de Spearman.

En relación a la Tabla 4, se evidencia que la rho de Spearman es 0,449, lo que señala una correlación positiva de nivel moderado. También se llega a la conclusión de que ($p=0,000 \leq 0,05$), lo que implica que se respalda la hipótesis alternativa. Esto evidencia que la planificación ejerce una influencia significativa en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom Empresarial S.A.C sede Piura.

Tabla 5*Influencia de la planificación en la satisfacción del cliente interno*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,848 ^a	,718	,717	3,847

a. Variables predictoras: (Constante), D1V1=Planificación

Nota. Prueba de regresión lineal

En relación a la tabla 5, la dimensión planificación influye en la satisfacción del cliente interno en un 71.8%.

Con respecto al objetivo específico 2: Relacionar la influencia del aprovisionamiento en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.

Tabla 6*Resultados descriptivos de la dimensión aprovisionamiento*

Aprovisionamiento	Escala de alternativas										Total (Σ)	
	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)							
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
7.- La mercadería que se envía cuenta con un seguro que lo respalda ante cualquier daño al momento de traslado	58	38,7	85	56,7	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
8.- La empresa proporciona un documento que brinda la seguridad de cualquier pérdida o robo	92	61,3	49	32,7	0	0,0	6	4,0	3	2,0	150	100%
9.- Al generar un ahorro en el embalaje de envío corre el riesgo de que la mercadería no lleguen en buen estado.	64	42,7	74	49,3	0	0,0	4	2,7	8	5,	150	100%
10.- Al momento de minimizar costos existe un riesgo que afecte a la empresa.	101	67,3	34	22,7	0	0,0	12	8,0	3	2,0	150	100%
11.- El control de calidad que se realiza a la mercadería es la correcta	94	62,7	49	32,7	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
12.- La empresa cuenta con un indicador que le ayuda a satisfacer la demanda y cumplir con dichos pedidos que exigen los clientes.	98	65,3	43	28,7	0	0,0	6	4,0	3	2,0	150	100%

Nota. Preguntas de la dimensión 2: Aprovisionamiento de la V1: Gestión logística relacionada con la V2: Satisfacción del cliente interno.

En la Tabla 5, se observó que de 150 clientes: 85 con un 56.7% refieren que están en desacuerdo que la mercadería que se envía cuenta con un seguro que lo respalda ante cualquier daño al momento de traslado, 92 con un 61.3% mencionan que están totalmente en desacuerdo que la empresa proporciona un documento que brinda la seguridad de cualquier pérdida o robo, 74 con un 49.3% mencionan que están en desacuerdo que al generar un ahorro en el embalaje de envió corre el riesgo de que la mercadería no lleguen en buen estado, 101 con un 67.3% refieren que están totalmente en desacuerdo que al momento de minimizar costos existe un riesgo que afecte a la empresa, 106 con un 62.7% refieren que están totalmente en desacuerdo El control de calidad que se realiza a la mercadería es la correcta y por último el 98 con un 65.3% refieren que están totalmente en desacuerdo que la empresa cuenta con un indicador que le ayuda a satisfacer la demanda y cumplir con dichos pedidos que exigen los clientes.

Contrastación de la Hipótesis específica 2: El aprovisionamiento influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial, S.A.C sede Piura.

Tabla 7

Prueba correlacional entre la dimensión aprovisionamiento con la variable satisfacción del cliente.

Correlación de Spearman			
		D2V1= Aprovisionamiento	V2=SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO
D2V1= Aprovisionamiento	Coefficiente de correlación	1,000	,234**
	Sig. (bilateral)	.	,004
	N	150	150
V2=SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO	Coefficiente de correlación	,234**	1,000
	Sig. (bilateral)	,004	.
	N	150	150

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

Nota. Prueba de correlación de Spearman.

Respecto a la tabla 6, se visualiza que el Rho de Spearman es 0,234, lo que indica una correlación positiva baja, además se verifica que el valor de p es 0.000 o menor igual a 0.05, esto implica que se respalda la hipótesis, es decir que el aprovisionamiento influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial, S.A.C sede Piura.

Tabla 8

Influencia del aprovisionamiento en la satisfacción del cliente interno

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,809 ^a	,654	,651	4,267

a. Variables predictoras: (Constante), D2V1=Aprovisionamiento

Nota. Prueba de regresión lineal

En relación a la tabla 8, la dimensión aprovisionamiento influye en la satisfacción del cliente interno en un 65.4%.

Con respecto al objetivo específico 3: Evaluar la influencia de la distribución de carga en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.

Tabla 9

Resultados descriptivos de la dimensión distribución de carga

Distribución de carga	Escala de alternativas										Total (Σ)	
	Totalmente en desacuerdo (1)		En desacuerdo (2)		Indeciso (3)		De acuerdo (4)		Totalmente de acuerdo (5)			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
13.- Al momento de la llegada del producto está la entregan con la rapidez que los caracteriza como empresa	83	55,3	60	40,0	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
14.- Las encomiendas son entregadas con la puntualidad acordada.	85	56,7	58	38,7	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
15.- La empresa proporciona las mejores tarifas por cargamentos grandes	111	74,0	32	21,3	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%

16.- los fletes de carga que brinda la empresa son precios justos	109	72,7	34	22,7	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
17.- El sistema de rotación de los productos que maneja la empresa es la indicada	84	56,0	59	39,3	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
18.- La optimización de rutas hace que la mercadería llegue a la fecha indicada	124	82,7	19	12,7	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
19.- Los medios de transporte que utiliza la empresa son óptimos para enviar la mercadería	77	51,3	58	38,7	0	0,0	4	2,7	11	7,3	150	100%
20.- Los medios de transporte suelen tener mantenimiento cada cierto tiempo	75	50,0	68	45,3	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%

Nota. Preguntas de la dimensión 3: Distribución de carga de la V1: Gestión logística relacionada con la V2: Satisfacción del cliente interno.

En la Tabla 7, se observa que de 150 clientes: 83 con un 55.3% refieren que están totalmente en desacuerdo que al momento de la llegada del producto está la entregan con la rapidez que los caracteriza como empresa, 85 con un 56.7% mencionan que están totalmente en desacuerdo que las encomiendas son entregadas con la puntualidad acordada, 111 con un 74% mencionan que están totalmente en desacuerdo que la empresa proporciona las mejores tarifas por cargamentos grandes, 109 con un 72.7% refieren que están totalmente en desacuerdo que los fletes de carga que brinda la empresa son precios justos, 84 con un 56% refieren que están totalmente en desacuerdo que el sistema de rotación de los productos que maneja la empresa es la indicada, 124 con un 82.7% refieren que están totalmente en desacuerdo que la optimización de rutas hace que la mercadería llegue a la fecha indicada, 77 con un 51.3% refieren que están totalmente en desacuerdo que los medios de transporte que utiliza la empresa son óptimos para enviar la mercadería y por último el 75 con un 50% refieren que están totalmente en desacuerdo que los medios de transporte suelen tener mantenimiento cada cierto tiempo.

Contrastación de la Hipótesis específica 3: La distribución de carga influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.

Tabla 10

Prueba correlacional entre la dimensión Distribución de carga con la variable Satisfacción del cliente interno

Correlación de Spearman			
		D3V1= Distribución de carga	V2= SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO
D3V1= Distribución de carga	Correlación de Spearman	1,000	,354**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	150	150
V2= SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO	Correlación de Spearman	,354**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	1,000	,354**

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

Nota. Correlación de Spearman.

En la tabla 8, señala una correlación de Spearman es 0,354 es una correlación positiva de grado bajo y una significancia de 0.000, lo que afirma la hipótesis alterna, es decir que la de distribución de carga influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.

Tabla 11

Influencia de la distribución de carga en la satisfacción del cliente interno

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,881 ^a	,777	,775	3,428

a. Variables predictoras: (Constante), D3V1=Distribución de carga

Nota. Prueba de regresión lineal

En relación a la tabla 11, la dimensión distribución de carga influye en la satisfacción del cliente interno en un 77.7%.

Con respecto al objetivo específico 4: Precisar la influencia del servicio al cliente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.

Tabla 12

Resultados descriptivos de la dimensión servicio al cliente

Servicio al cliente	Escala de alternativas											
	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		otalmente de acuerdo		Total	
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(Σ)	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
21.- La solución de reclamos ayuda a mejorar las actividades de la empresa	71	47,3	72	48,0	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
22.- Los reclamos que realizan los clientes son atendidos	77	51,3	66	44,0	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
23.- La empresa se compromete en brindarle al usuario el tiempo de llegada de su cargamento	30	20,0	113	75,3	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
24.- El tiempo de entrega es óptimo satisfacer las expectativas del usuario	71	47,3	72	48,0	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
25.- La satisfacción del cliente influye en su rendimiento laboral	89	59,3	54	36,0	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%
26.- Esta conforme y satisfecho con el servicio que ofrece al cliente final	81	54,0	62	41,3	0	0,0	4	2,7	3	2,0	150	100%

Nota. Preguntas de la dimensión 4: Servicio al cliente de la V1: Gestión logística relacionada con la V2: Satisfacción del cliente interno.

En la Tabla 9, se observa que de 150 clientes: 72 con un 48% refieren que están en desacuerdo que la solución de reclamos ayuda a mejorar las actividades de la empresa, 77 con un 51.3% mencionan que están totalmente en desacuerdo que los reclamos que realizan los clientes son atendidos, 113 con un 75.3% mencionan que están en desacuerdo que la empresa se compromete en brindarle al usuario el tiempo de llegada de su cargamento, 72 con un 48% refieren que están en desacuerdo que el tiempo de entrega es óptimo satisfacer las expectativas del usuario, 89 con un 59.3% refieren que están totalmente en desacuerdo que la satisfacción del cliente influye en

su rendimiento laboral y por último 81 con un 54% refieren que están totalmente en desacuerdo que están conforme y satisfecho con el servicio que ofrece al cliente final.

Contrastación de la Hipótesis específica 4: El servicio al cliente influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.

Tabla 13

Prueba correlacional entre la dimensión Servicio al cliente con la variable Satisfacción del cliente interno

Correlación de Spearman			
		D4V1= Servicio del cliente	V2= SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO
D4V1= Servicio del cliente	Correlación de Spearman	1,000	,374**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	150	150
V2= SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO	Correlación de Spearman	,374**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	150	150

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

Nota. Correlación de Spearman

Respecto a la tabla 10, se evidencia que el Rho de Spearman es 0,374, lo que señala una correlación positiva baja, donde $p=0.000$ o menor igual a 0.05, lo que señala que se acepta hipótesis del servicio al cliente influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.

Tabla 14

Influencia del servicio al cliente en la satisfacción del cliente interno

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,890 ^a	,793	,791	3,302

a. Variables predictoras: (Constante), D4V1=Servicio del cliente

Nota. Prueba de regresión lineal

En relación a la tabla 11, la dimensión servicio al cliente influye en la satisfacción del cliente interno en un 79.3%.

Con respecto al objetivo general: Determinar la influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.

Tabla 15

Percepción de la variable gestión logística

	Escala de alternativas											
	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(Σ)	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Gestión logística	94	62.7	46	30.7	0	0.0	4	27.7	6	4.0	150	100

Nota. Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa

En la tabla 15, se observa el promedio general de la variable gestión logística, los resultados fueron obtenidos de las respuestas de 150 colaboradores los cuales manifestaron que 62.7% de que los colaboradores se sienten totalmente en desacuerdo, 30.7% en desacuerdo, 27.7% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo, demostrando que la empresa no está teniendo resultados favorables en cuanto a la aplicación correcta de los sistemas logísticos lo cual está perjudicando la satisfacción del colaborador.

Tabla 16

Percepción de la variable satisfacción del cliente interno

Satisfacción del cliente interno	Escala de alternativas											
	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(Σ)	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Condiciones de trabajo	96	64.0	47	31.3	0	0.0	4	27.7	3	2.0	150	100
Estimulación laboral	52	34.7	91	60.7	0	0.0	4	27.7	3	2.0	150	100
Servicios de calidad	63	42.0	87	58.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	150	100

Nota. Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa

Respecto a la tabla 16, se presentan los resultados de las dimensiones de la variable satisfacción del cliente interno, cuyos resultados han sido obtenidos de los instrumentos aplicados a los colaboradores de la empresa Shalom, donde se muestra que en base a la dimensión Condiciones de trabajo se obtiene un 64,0% de totalmente en desacuerdo lo cual muestra que la empresa no está priorizando los derechos básicos de los colaboradores, así mismo, para dimensión Estimulación laboral se obtuvo un 60,7% en desacuerdo lo cual refleja la poca priorización de motivación y capacitación hacia los colaboradores y finalmente la dimensión Servicios de calidad demostrando como resultado un 58,0% en desacuerdo lo cual afirma que la empresa no les brinda los mejores servicios como un cómodo ambiente de trabajo a los colaboradores.

Tabla 17

Relación de las variables mediante prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
V1=GESTIÓN LOGÍSTICA			
	,346	150	,000
V2=SATISFACCIÓN			
	,239	150	,000
DEL CLIENTE INTERNO			

Nota. Uso de Kolmogorov-Smirnov por que la muestra es > a 50, n=150

En relación con la variable independiente denominada gestión logística, se observa un nivel de significancia de 0.000 (los datos son de naturaleza no paramétrica). De manera similar, la variable dependiente satisfacción del cliente interno también presenta un valor de 0.000 (datos no paramétricos). Para analizar estos datos, se ha empleado la prueba de Kolmogorov-Smirnov, teniendo en cuenta que la muestra es superior a 50, aplicándose debido a que la muestra consta de 150 trabajadores de la empresa Shalom Empresarial S.A.C, sede Piura.

Contrastación de la Hipótesis General: Existe influencia significativa de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.

Tabla 18

Prueba de correlación entre la variable gestión logística y la variable satisfacción del cliente interno

Correlación de Spearman			
		V1=GESTIÓN LOGISTICA	V2=SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO
V1=GESTIÓN LOGISTICA	Correlación de Spearman	1,000	,312**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	150	150
V2=SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO	Correlación de Spearman	,312**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	150	150

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

Nota. Prueba de correlación de Spearman.

En relación con la tabla 12, se nota que el índice de correlación de Spearman es de 0,312, señalando una correlación positiva débil. El valor de $(p=0,000 \leq 0,05)$ indica que se respalda la hipótesis alternativa. Este resultado se obtuvo mediante pruebas no paramétricas, ya que los datos no siguen una distribución normal. Por lo tanto, se puede concluir que hay una influencia significativa de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la sede Piura de la empresa Shalom Empresarial S.A.C.

Tabla 19

Influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,888 ^a	,789	,788	3,330

a. Variables predictoras: (Constante), V1=GESTIÓN LOGISTICA

Nota. Prueba de regresión lineal

De acuerdo a la tabla 19, la variable independiente conocida como gestión logística influye en la variable dependiente satisfacción del cliente interno en un 78.9%.

4.2. Informe de aplicación de entrevista

Para realizar el informe cualitativo, se elaboró una guía de entrevista. Se recopilaron las respuestas del entrevistado Gabriel Ruiz Chávez, administrador local de la empresa Shalom Empresarial S.A.C. Estas preguntas se utilizaron para evaluar las variables de gestión logística y satisfacción del cliente interno de la empresa mencionada. Las preguntas se presentaron de forma estructurada, siguiendo el diálogo durante la entrevista. A continuación, se describen:

Variable 1: Gestión logística

En base a la planificación que maneja la empresa, en cuanto a aspecto legales estos influyen de manera positiva al momento de distribuir la mercadería, es por ello que la empresa mantiene actualizado los permisos que les emite el ministerio de transporte, sunat, municipalidad, para que se eviten los inconvenientes al momento de trasladar las encomiendas.

Por otra parte, el administrador comentó el tema de garantías que proporciona la empresa son necesariamente los adecuados, pero sin embargo nos proporciona que sunat muchas veces retiene la mercadería por no tener permisos adecuados pero ese punto ya no lo maneja la empresa, la documentación correspondiente debe manejarla el cliente, ya que el solo está pagando por el transporte del producto.

Así mismo, comentó que la minimización de costos si perjudica a la empresa ya que en los periodos anteriores especialmente en pandemia apareció competencia y se tuvieron que disminuir el precio de los accesorios o implementos que se usaban diariamente para el transporte de mercadería lo cual hacía que la rentabilidad de la empresa también disminuya y solo se lograba cubrir con los gastos logísticos, pagos a colaboradores entre otros.

De igual manera, el entrevistado comentó el tema de rapidez y puntualidad, donde recalcó que es un factor que los caracteriza como empresa, donde enfatizó que la empresa cuenta con una gama de vehículos que hacen que mercadería llegue lo más antes posible a su destino y en óptimas condiciones, sin embargo aclaró que

muchas veces por la gran cantidad de mercadería se olvidan de clasificar los productos y estos a veces llegan en mal estado al cliente final, es un factor en el cual están trabajando.

Finalmente se trató el tema de reclamos si estos pueden ayudar a mejorar las acciones o actividades de la empresa, comentó que ese tema es muy importante ya que en base a ellos logran mejorar los aspectos logísticos y también la capacidad de respuestas, pero sin embargo comenta que se debe hacer mejoras en la atención al cliente.

Variable 2: Satisfacción del cliente interno

En relación a la seguridad que se les brinda a los colaboradores, comentó que es la empresa cuenta con toda la implementación de seguridad para que los colaboradores se sientan seguro al momento de laborar ya que el trabajo implica cargar mercancía en casos mercancía pesada, haciendo de eso un trabajo efectivo; así mismo, considera que el desarrollo personal de sus clientes internos es de gran relevancia para la mejora de decisiones, pero, sin embargo considera que no hay suficiente gestión para capacitar continuamente al personal, es una problemática que no solo está presentando la sede Piura si no las diferentes sedes a nivel nacional.

En cuanto a las condiciones de vida que proporciona la empresa él entrevistado manifiesta que estas se dan de acuerdo a ley, pero sin embargo, considera que los colaboradores que se dedican a transportar la mercadería deberían ser más respaldados ya que se exponen a posibles accidentes, así mismo se dialogó el tema de los bonos, ya que muchas empresas están utilizando esta estrategia y Shalom no es ajena a ella, es por ello que se le brinda bonos a los colaboradores por hacer cumplido con los objetivos de las actividades semanales e estos son depositados a sus cuentas agregados a su sueldo.

Además, se abordó el tema del valor del cliente interno, el entrevistado manifestó que el cliente en su organización tiene un gran valor ya que son los responsable del cumplimiento de sus actividades, además expresó que reconoce sus logros dentro del área de trabajo, por otro lado, se dialogó el tema de motivación donde

expresó que esta es importante para el rendimiento de los colaboradores, así mismo comentó que antes de empezar con las actividades semanales el emplea conversación con sus colaboradores donde expresa la motivación y compañerismo hacia ellos.

También, se dialogó sobre el monitoreo de servicio, expreso que ese proceso en la empresa se desarrolla de manera rigurosa, donde hoy en día cuentan con dos aplicaciones que hacen que las actividades se desarrollen de manera más óptima y que cumple con las expectativas de los colaboradores, así mismo esto se relaciona con la innovación laboral ya que las aplicaciones han permitido tener mejoras en el ambiente de trabajo, facilitando las actividades administrativas en los colaboradores y así mismo las mejoras para la rentabilidad de la empresa.

Finalmente se trató el tema de comunicación afectiva en el lugar de trabajo, él entrevistado afirmó que ese tipo de comunicación contribuye a generar un buen ambiente laboral, además, expresó que la confianza va de la mano con la comunicación y el hace sentir en confianza a sus colaboradores y que los apoya en algún hecho que les esté causando incomodidad y así lograr buscar alternativas de solución para mejorar ese factor que está incomodando al colaborador, expresó que todo ello va de la mano con el trabajo en equipo ya que la comunicación permiten desarrollarse mejor en el lugar de trabajo.

V. DISCUSIÓN

En relación a la discusión de esta investigación, se tuvieron en consideración los hallazgos derivados de las herramientas empleadas. Estos resultados desempeñaron un papel fundamental en la justificación de la investigación. Además, se incluyeron las teorías pertinentes al tema y se tuvieron en cuenta los antecedentes previamente citados.

El primer objetivo específico, analizar la influencia de la planificación en la satisfacción de cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023, se puede mencionar que Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019) argumentan que el proceso de planificación se obtiene insertando en la cadena de suministro procesos que planifican y controlan eficientemente el flujo de materias primas desde el origen hasta el uso final del consumidor.

En contraste a las bases teóricas, los resultados reflejaron que el 67.3% mencionan que están totalmente en desacuerdo que Shalom incluye los tiempos en las operaciones de transporte durante la prestación de su servicio, con un 56% calificó que están en desacuerdo que la empresa cumple con todos los permisos de ley para operar en el mercado sin impedimentos, con un 62.7% están totalmente en desacuerdo que la empresa tiene como prioridad llegar con las encomiendas al tiempo acordado. A partir de que los resultados fueron negativos, se aprecia que la empresa no efectúa adecuadamente los procesos de planificación, lo cual resulta desfavorable y causa inconveniente a la hora de ejecutar los planes para la correcta llegada de la mercadería.

Frente a los hallazgos, se puede decir que el ciclo operacional, aspectos legales y tiempos estimados de envío, son factores muy importantes para trabajar el sistema de planificación en el ámbito logístico, además el entrevistado afirma que esos puntos son importantes para desarrollar un buen sistema de planificación, ya que teniendo una buena gestión de trámites legales se puede desarrollar las diversas actividades, sin embargo, también el entrevistado comentó que las entidades les ponen trabas al

gestionar diversos documentos lo cual hace que la mercadería sufra algunas retenciones por falta de documentación.

Los resultados obtenidos, muestran cierta relación con el estudio de Juanico (2020) donde expresa que el 46% indica que la mayoría del personal no se encuentra satisfecho con la planificación que realiza la empresa, agregado a ello se obtuvo un 40% referentes a la satisfacción de beneficios laborales y remuneraciones donde señala un nivel bajo de satisfacción laboral, dado que no se presenta un adecuado ambiente para que el personal labore cómodamente. Después de la concordancia de los resultados, todo ello viene a ser un problema para la empresa ya que si no logra hacer cambios y mejorar su proceso de planificación no va a lograr obtener una buena eficiencia al desarrollar las actividades fundamentales de la empresa.

Así, se evidencia que el índice de correlación de Spearman es de 0,449 y un Sig. De 0.000 se respalda la aceptación de la hipótesis, que la planificación tiene una influencia significativa en la satisfacción del cliente interno en la sede Piura de la empresa Shalom Empresarial S.A.C. Este nivel de conexión se explica por el hecho de que una planificación más efectiva se traduce en una mayor satisfacción por parte del cliente interno.

En cuanto a la planificación viene a ser un factor importante para las actividades de la empresa, ya que consiste en emplear un correcto ciclo operacional que permita que las actividades se ejecuten de manera eficiente, empleando los aspectos legales y regulatorios que ayuden a que la mercadería logre llegar al cliente final en el tiempo estimado, es por ello, que la empresa debe mejorar el sistema de planificación para que logre alcanzar sus estándares y objetivos en conjunto con los clientes internos.

En cuanto al segundo objetivo específico, relacionar la influencia del aprovisionamiento en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023. Según Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019) expresan que es la gestión de los materiales que se encuentran en los puntos de adquisición y plantas de procesos que tenga la empresa, así mismo, Westreicher (2020) plantea que es el proceso de provisión de recursos en

almacenes o tiendas para el buen funcionamiento de las actividades primordiales de la empresa. En contraste a las bases teóricas, se observa que un 56.7% están en desacuerdo que la mercadería que se envía cuenta con un seguro que lo respalda ante cualquier daño al momento de traslado, con un 49.3% mencionan que están en desacuerdo que al generar un ahorro en el embalaje de envío corre el riesgo de que la mercadería no lleguen en buen estado, con un 62.7% están totalmente en desacuerdo que el control de calidad que se realiza a la mercadería es la correcta. Así mismo, se afirma que los resultados fueron de gran ayuda para que la empresa logre mejorar esos aspectos e implementar estrategias de aprovisionamiento para el correcto funcionamiento de dicha actividad basándose en los indicadores de garantías, costos y niveles de servicio.

En cuanto a los hallazgos, se puede decir, que las garantías, minimización de costos, suministro de niveles del servicio son factores importantes para desarrollar el sistema de aprovisionamiento, sin embargo la empresa presenta algunas deficiencias en el tema de garantías ya que al no prever el tipo de mercancía que se transportará y está en el transcurso a veces puede ser detenida ya sea por entidades aduaneras, por el simple de hecho de que el cliente solo paga por el envío de su mercancía más no por el trámite correspondiente, afirmó el entrevistado.

Estos resultados obtenidos, muestran cierta relación con la investigación de Alfaro y Moreno (2022) donde muestran que la satisfacción del cliente interno es baja con un ochenta y cinco por ciento, tuvo como causa principal la poca priorización del correcto aprovisionamiento y niveles de calidad, lo que provoca deficiencias en el sistema de aprovisionamiento, causando insatisfacción en los colaboradores, así mismo la empresa presenta esta debilidad al no contar con los niveles de calidad adecuados para el alojamiento de la mercadería hasta que esta sea distribuida.

Por lo tanto, el Rho de Spearman es 0,234, es una correlación positiva baja y un Sig. 0.004 lo que permitió que se acepte la hipótesis alterna, en que el aprovisionamiento influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la

empresa Shalom empresarial, S.A.C sede Piura, este grado de relación se debe a que un mejor aprovisionamiento, genera una mejor satisfacción del cliente interno.

Así mismo, el aprovisionamiento de la gestión logística es de suma importancia para la perfecta función de las actividades de la empresa, ya que consiste en alojar, provisionar los recursos en almacenes o tiendas, empleando factores de garantías que ayudan a salvaguardar la estadia de la mercancía, así mismo, generando minimización de costos ante posibles problemas lo cual, para ello se debe tener un buen nivel de calidad que beneficie a las empresas, sin embargo, la empresa Shalom no está empleando los procesos adecuados para desarrollar con eficacia el sistema de aprovisionamiento, ocasionando retrasos y por ende insatisfacción del cliente interno al no tener un ambiente adecuado para la alta demanda de mercadería.

Con respecto al tercer objetivo específico, evaluar la influencia de la distribución de carga en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023. El sistema de distribución acoge a un correcto funcionamiento de transporte ya que es parte de gran importancia en la cadena logística de suministros de emergencia y para su correcto funcionamiento es necesario que las empresas empleen estrategias y alternativas para asegurar la llegada correcta de los productos (Kandu, et al. 2022). En contraste a las bases teóricas, los resultados reflejaron que un 56.7% mencionan que están totalmente en desacuerdo que las encomiendas son entregadas con la puntualidad acordada, 72.7% refieren que están totalmente en desacuerdo que los fletes de carga que brinda la empresa son precios justos, 56% están totalmente en desacuerdo que el sistema de rotación de los productos que maneja la empresa es la indicada, 51.3% están totalmente en desacuerdo que los medios de transporte que utiliza la empresa son óptimos para enviar la mercadería. Así mismo, se afirma que los resultados fueron negativos, es decir, la empresa no está efectuando los procesos de distribución de carga correctamente, descuidando los sistemas de puntualidad, tarifas, rutas, lo que está ocasionando diversos problemas a la hora de la entrega de mercadería al cliente final.

En cuanto a los hallazgos, se puede evidenciar, que la rapidez y puntualidad, tarifas y fletes de carga, optimización de rutas y seguro de cargas son factores importantes para llevar a cabo un buen sistema de distribución de carga, sin embargo, el entrevistado enfatizó el tema de optimización de rutas, donde recalca que la gran labor de los distribuidores, pero sin embargo desearía que esos colaboradores logren contar con un seguro más óptimo para acreditar mejor sus labores.

Estos resultados obtenidos muestran cierta relación con la investigación de Padilla (2021) donde expresa que 68% de colaboradores experimentan la calidad habitual del servicio logístico regular en cuanto a su confiabilidad y eficiencia, por otro lado, el nivel de insatisfacción es del 73%, debido a que la mayoría de los trabajadores esperan una mejor calidad en el servicio en cuanto a la entrega de mercadería, relacionando los datos obtenidos se muestra que la empresa no cuenta con un eficiente traslado y distribución de mercadería haciendo que el estado de satisfacción de los trabajadores como de los clientes externos no sea la adecuada.

Por lo tanto, la correlación de Spearman es 0,354 y una significancia de 0.000 señalando que se acepte la hipótesis alterna, es por ello que la de distribución de carga influye significativamente en la satisfacción del cliente interno, este grado de relación se debe a que una mejor distribución de carga, mayor será la satisfacción del cliente interno.

En base a la distribución de carga de la gestión logística se puede decir que es un sistema que se enfoca principalmente en la correcta llegada de mercadería en base a tiempo y estado de la mercadería, es por ello que la empresa debe emplear y manejar mejor los diferentes puntos de la distribución de carga para así lograr una mejor eficiencia de la misma.

En cuanto al objetivo específico 4, precisar la influencia del servicio al cliente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023. Gómez (2023) afirma que el servicio al cliente es la atención que se brinda a los clientes externos cuando tienen dudas, sugerencias o desean comprar, para satisfacer, mejorar y cumplir con las expectativas de sus competidores. En contraste a

las bases teóricas, los resultados reflejan que 51.3% mencionan que están totalmente en desacuerdo que los reclamos que realizan los clientes son atendidos, 113 con un 75.3% mencionan que están en desacuerdo que la empresa se compromete en brindar al usuario el tiempo de llegada de su cargamento, 54% están totalmente en desacuerdo que están conformes y satisfechos con el servicio que ofrece al cliente final. A partir de que los datos fueron negativos, se puede decir que la empresa no está empleando estrategias para reforzar el servicio al cliente, lo cual esto le puede jugar en contra ya que como empresa no sería tan recomendada por clientes que ya han vivido una experiencia en base a sus servicios.

Frente a los hallazgos, se puede decir, que reclamos, Tiempo de entrega y satisfacción son factores importantes para brindar un mejor servicio al cliente, así lo expresó el entrevistado, además enfatizó que la resolución de reclamos ayuda a mejorar el sistema logístico, sin embargo, el entrevistado es consciente de que el personal a veces no está muy capacitado para atender al cliente, por falta de capacitaciones y es una problemática que no solo presenta la sede Piura si no otras sedes de la empresa a nivel nacional.

Los resultados recaudados, muestran relación con la investigación de Mayuri (2022) quien menciona que el 44% de los colaboradores consideran que el servicio al cliente que brinda la empresa es bajo, 38% de los colaboradores considera un nivel regular, en contrastación con los resultados se evidencia que la empresa está pasando por problemas internos en base a la solución de reclamos, la satisfacción del cliente interno en base al servicio que brindan y esto está ocasionando que la empresa no logre los objetivos esperados.

Por lo tanto, el Rho de Spearman es 0,374 es una correlación positiva baja, un Sig. de 0.000 aceptando la hipótesis, señalando que el servicio al cliente influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023, este grado de correlación se debe a que un mayor servicio de calidad va a ocasionar una mejor satisfacción del cliente interno.

Respecto al servicio al cliente se menciona que es la acción de atención que se le brinda al cliente final en cuanto a información, dudas o reclamos, empleando factores como el tiempo de entrega, la satisfacción, la solución de reclamos, pero sin embargo tras el estudio se evidencia que la empresa no está tomando en cuenta las opiniones de los clientes finales y esto puede ser una desventaja ya que no está corrigiendo esos errores que la parte interna no los logra identificar haciendo que la empresa no brinde sus servicios eficazmente.

Finalmente, el objetivo general, determinar la influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023. Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019) expresan que la gestión logística implica llevar a cabo el sistema de planificación, organización y control de todas las tareas que se relacionan con la finalidad de obtener un eficiente traslado y almacenamiento de mercadería y así mismo satisfacer las necesidades de la demanda y al mínimo costo posible, así mismo Noda et al. (2020) manifiestan que el colaborador interno es el trabajador que se incorpora en la organización, además expresan que la satisfacción de los mismos es cuando se logra en su totalidad resolver sus necesidades. En contraposición a los fundamentos teóricos, los resultados indican que la Gestión Logística presenta un nivel de significancia de 0.000 (los datos son no paramétricos), mientras que la variable dependiente Satisfacción del cliente interno tiene un valor de 0.000 (datos no paramétricos). Además, se observa que la rho de Spearman es 0.312, lo que sugiere una correlación positiva baja. En consecuencia, al implementar un sólido sistema de gestión logística, se generará un entorno laboral más propicio, contribuyendo así a una mayor satisfacción del cliente interno.

En cuanto a los hallazgos, se puede evidenciar que la gestión logística influye en la satisfacción del cliente, ya que el colaborador al manejar los diversos sistemas logísticos va a lograr sentirse satisfecho, sin embargo, el entrevistado expresó que algunos sistemas no están marchando bien y eso hace que los colaboradores muchas veces no desarrollen sus actividades eficazmente y se sientan insatisfechos por los mismos resultados que obtienen en la organización.

Los resultados conseguidos, muestran cierta relación con la investigación de Meléndez (2022) donde expresa que su estudio obtuvo un valor de -0.558 respecto a la correlación de Spearman, lo que afirmó la hipótesis aceptando que presenta una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción del cliente interno, además aquellos valores permiten clasificar los resultados como una correlación negativa, pero moderada, Tras el contraste de resultados se evidencia que de cierto modo la gestión logística influye en la satisfacción del cliente interno.

Entonces, la correlación de Spearman se sitúa en 0.312, indicando una correlación positiva de baja magnitud. Con un Sig de 0.000, lo cual respalda la aceptación de la hipótesis alternativa. Se utilizaron pruebas no paramétricas debido a que los datos carecen de una distribución normal. Esto sugiere una influencia significativa de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en Shalom Empresarial S.A.C, sede Piura. La conexión entre ambos se explica por el hecho de que una eficiente gestión logística contribuye a que el cliente interno experimente satisfacción a través de los servicios proporcionados.

Finalmente, se puede decir que la gestión logística es un sistema que lleva a cabo diferentes actividades entre ellas, planificación, aprovisionamiento, distribución y servicios de calidad para brindar un servicio correcto en base al movimiento de materias primas, pero a su vez estos sistemas deben ser aplicados de la manera correcta para así lograr que las actividades se desarrollen eficazmente y los mismos colaboradores internos se sientan satisfechos de los servicios que brindan así mismo de los servicios que reciben por parte de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

1. Referente al primer objetivo específico, presenta un factor de Spearman 0,449 y Sig de 0.000, indicando una correlación positiva moderada en cuanto a la planificación y la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.
2. En cuanto al segundo objetivo específico, representada por el factor de Spearman 0,234 y Sig. 0.004, señalando una correlación positiva baja entre el aprovisionamiento y la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial, S.A.C sede Piura.
3. Así mismo, tercer objetivo específico, presenta un factor de Spearman correlación de Spearman 0,354 y Sig de 0.000 indicando una correlación positiva baja en cuanto la de distribución de carga y satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.
4. Respecto al cuarto objetivo específico, representada por el factor de Spearman 0,374 y Sig 0.000 señalando una correlación positiva baja, entre el servicio al cliente y la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.
5. En base al objetivo general, presenta un factor de Spearman 0,312 y Sig 0.000, lo que manifiesta una correlación positiva baja, en cuanto a la gestión logística y la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.

VII. RECOMENDACIONES

1. A la alta gerencia de la empresa, que aplique estrategias en base los tiempos estimados de envío, creando un inventario a tiempo real que ayude a tener un control de las entradas de la mercancía y verificar su tipo para lograr implementar la documentación correspondiente, así mismo capacitar al personal sobre trámites documentarios e inventarios que ayuden a mejorar este sistema.
2. A la directiva de la empresa, aplicar estrategias para mantener los niveles de aprovisionamiento creando secciones donde se logre identificar el tipo de mercadería y esta no esté a la derive para así poder facilitar la documentación respectiva, también, crear estrategias que brinden garantías para la mercadería donde ambas partes se beneficien, así mismo tomar en cuenta las opiniones de los colaboradores en base a la remodelación de la infraestructura interna para mantener un mejor ambiente de trabajo.
3. A la directiva, incorporar tecnología de geoposicionamiento en las unidades de transporte, que ayuden a mejorar la experiencia del cliente interno y externo, también llevar un control de mantenimiento a los vehículos para evitar accidentes y a la vez implementar los seguros de vida para el colaborador.
4. A la gerencia capacitar simultáneamente a los colaboradores para que ellos logren desarrollarse adecuadamente al momento de brindar información al cliente externo y estar capacitado para afrontar cualquier problema, además incentivar al personal para que expresen sus ideas o proyectos que los ayuden al desarrollo personal y profesional.
5. A la alta gerencia de la empresa reestructurar los sistemas logísticos que ayuden a mejorar las actividades principales de la empresa, haciendo uso de métricas mensuales que les permita evaluar cómo están desarrollando los diferentes procesos, así mismo ayudar a especializar a los colaboradores para que contribuyan al cambio de los diferentes procesos logísticos.

REFERENCIAS

- Aguilar (2019). "Medición del nivel de satisfacción del cliente interno de la compañía lubricantes y lacas-lubrícala" [Tesis para optar el grado de ingeniero industrial, universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/44974/1/Aguilar%20Ruben%20Trabajo%20de%20Titulacion.pdf>
- Alemán, S; Coveñas, J (2021) Gestión Logística para orientar la efectividad en el área comercial de la empresa "Gacela S.A.C", Piura 2021. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/89052/Alem%c3%a1n_RSN-Cobe%c3%b1as_SJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alfaro, T, Moreno, N (2022). "Modelo de gestión de compras y abastecimiento de repuestos y suministros generales para incrementar el nivel de servicio del cliente interno en la empresa Danper Trujillo S.A.C" [Tesis de ingeniería industrial, Universidad Antenor Orrego]. https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/10223/1/rep_teresa.alfaro_natalia.moreno_modelo.de.gestion.de.compras.pdf
- Amador-Mercado, C. Y. (2022). El análisis PESTEL. Uno Sapiens Boletín Científico De La Escuela Preparatoria No. 1, 4(8), 1-2. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/view/8263>
- Altamirano, C. (2021). ¿Por qué debemos saber sobre Seguridad e Higiene Laboral? Editorial Autores de Argentina. https://books.google.com.pe/books?id=Cog8EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=seguridad+e+higiene+laboral&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=seguridad%20e%20higiene%20laboral&f=false

- Ardila Jaramillo, Y. L., & Bohórquez Ramos, M. Á. (2019). Diseño de un sistema logístico de planificación, distribución y servicio al cliente al por mayor en la Plaza Campesina SAS del municipio de Cartago-Valle del Cauca. <https://hdl.handle.net/10893/21112>
- Álvarez, A. (2020). Justificación de la Investigación. Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10821/Nota%20Acad%C3%A9mica%205%20%2818.04.2021%29%20-%20Justificaci%C3%B3n%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Calle, R (2021). Sistema de gestión documental y satisfacción de los usuarios internos de la Municipalidad Provincial de Ayabaca, 2021 [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78066/Calle_RB-R-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cardozo, L. (2021, marzo 1). Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales. *Zenvia*. <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Casanovas, A., & Cuatrecasas, L. (2003). Logística empresarial. *Grupo Planeta* (GBS). <https://books.google.com.ec/books?id=o9PO4afIPpQC&lpg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Castillo, L (2022). Gestión Logística y la Fidelización de Clientes de una Empresa Especializada en Venta al por Mayor para Ferreterías, Piura 2022. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/95312/Castillo_OLM-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Cervantes, G., Muñoz, G. y Inda, A. (2020). El trabajo en equipo y su efecto en la calidad del servicio a clientes. *Revista espacios*, 41(14), 1-10. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n14/a20v41n14p27.pdf>

- Chubb, A (2023). Transporte de carga y mercancías. Chubb.com.
<https://www.chubb.com/mx-es/empresas/transporte-de-carga-y-mercancias.html>
- Cruz, J. (2018). La calidad de vida laboral y el estudio del recurso humano: una reflexión sobre su relación con las variables organizacionales. *Revista de Pensamiento y gestión* (45), 58-81.
<https://www.redalyc.org/journal/646/64659525004/html/>
- Cruz, J. (2018, November 7). La garantía en una venta. Fc-abogados.com; Carlos Felipe Law Firm. <https://fc-abogados.com/es/la-garantia-de-venta/>
- Dávila, C. (2019). Satisfacción Laboral: El 76% de peruanos no es feliz en su trabajo.
<http://www.infocapitalhumano.pe/>
- Demanda (2023). Edu.Ec. Retrieved May 3, 2023, from
http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1207/3/PG%20175_Capitulo%20II.pdf
- Dolati, P., Evrard, K., y Espinouse, M. (2019). Systematic literature review on city logistics: overview, classification and analysis. *International Journal of Production Research*, 57(3), 865–887.
<https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1489153>
- Drago, P. (2020). Diseño e implementación de programa de reconocimiento para una empresa del sector de energía [Tesis de Licenciatura, Universidad de Piura].
[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5062/TSP_AEL_042.pdf?sequence=1&isAllowed=#:~:text=Seg%C3%BAn%20Cepeda%2C%20Salguero%2C%20%26%20S%C3%A1nchez,37\).](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5062/TSP_AEL_042.pdf?sequence=1&isAllowed=#:~:text=Seg%C3%BAn%20Cepeda%2C%20Salguero%2C%20%26%20S%C3%A1nchez,37).)
- Ekinci, G., & Akyılmaz, B. (2020). The Last Technological Innovations and Its Effects on Growth Process, Labor Market and Society. Livre de Lyon.
<https://books.google.com.pe/books?id=9HgZEAAAQBAJ&pg=PA30&dq=labor>

ion&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwib1Pyx_c74AhXaA7kGHdUJChoQ6AF6B
AgHEAl#v=onepage&q=labor%20innovation&f=false

Esteban Nieto, N. (2018). Tipos de investigación.
<http://190.117.99.173/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>

Feria Ávila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: Didáctica Y educación ISSN 2224-2643*, 11(3), 62–79.
<https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992>

Ganoza, F. (Ed.). (2018). *Gestión Logística*. Fondo Editorial de la UIGV.
<http://168.121.45.179/bitstream/handle/20.500.11818/3513/GESTION%20LOGISTICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Giraudier, M. (2018). *Cómo Gestionar el Clima Laboral*.
https://books.google.com.pe/books?id=rWJiDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=clima+laboral&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=clima%20laboral&f=false

Hernández R, & Mendoza C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. Graw Hill.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Hernández, O. (16 de diciembre de 2021). *Logística 360*.
<https://www.logistica360.pe/cual-es-el-panorama-del-sector-logistico-en-el-peru-alcierre-del-2021/?amp>

Horacio, E. (2018). *Bonos: Conceptos y características*. Edu.Ar.
https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/afe_2/material_de_estudio/material/BonosConceptosycaracteristicas.pdf

- Huaman, e. t., rodriguez, v. h. p., andrade, d. l. v., becerra, e. l., & gavidia, m. j. f. (2023). relationship between logistics management and public sector transparency in peru/relacao. *international journal of professional business review* (jpbreview), 8(3). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i3.1425>
- 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. https://www.researchgate.net/publication/354384927_Customer_Relationship_Management_Performance_and_Technology_Impact_among_Logistic_Operators_in_SME's
- Ibarra, C. (2020, January 24). Empleo: Solo el 24% de los peruanos son felices en su trabajo. La República.pe. <https://larepublica.pe/economia/2020/01/25/empleo-solo-el-24-de-los-peruanos-son-felices-en-su-trabajo>
- Juanico, C. (2020). nivel de satisfacción del cliente interno en la empresa konecta s.a.c. chiclayo - 2019 [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipan]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7213/Juanico%20Toro%20Carol%20Estefan%c3%ada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kaiser, J., Urnauer, C., & Metternich, J. (2019). A framework for planning logistical alternatives in value stream design. *Procedia CIRP*, 81. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827119303373>
- Kundu, T., Biing, J., Kuo, T., & H. (2022). Emergency logistics management—Review and propositions for future research. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 164. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1366554522001788>

- Lai, P. (2018). methodology. Jistem, 15.
<https://www.revistas.usp.br/jistem/article/view/160852>
- López, D., Melo, G., & Mendoza, D. (2021). Gestión logística en la industria salinera del departamento de La Guajira, Colombia. *Información tecnológica*, 32(1).
 Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642021000100039&script=sci_arttext
- López, M. D. R., Corrales, M. E. V., & Parra, D. C. (Eds.). (2018). *Optimización racional de costos*. Espacios.
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n39/a17v38n39p34.pdf>
- Lopes, Y. M., & Moori, R. G. (2021). The Role Of lot In The Relationship Between Strategic Logistics Management And Operational Performance. *Ram. Revista De Administração Mackenzie*, 22(3), <https://doi.org/10.1590/1678-6971/Eramr210032>
- Machuca, T. (2018). Costos de servicios de transporte de carga y fijación de los fletes de la empresa transportes de carga leiva h. e.i.r.l. – cusco, periodo 2016 [Tesis de licenciatura, Universidad Andina del cusco].
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/1479/Eber_Juan_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Manjarrez, N., Boza, J., & Mendoza, E. (2020). La motivación en el desempeño laboral de los empleados de los hoteles en el Cantón Quevedo, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100359
- 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.
https://www.researchgate.net/publication/344654214_The_influence_of_strate

gic_networks_and_logistics_integration_on_firm_performance_among_small_and_medium_enterprises

Marx Gómez, J., & Mouselli, S. (2018). Modernizing the Academic Teaching and Research Environment: Methodologies and Cases in Business Research. Springer.https://books.google.com.pe/books?id=7r1TDwAAQBAJ&dq=survey+and+questionnaire+in+research+and+methodology&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Mayuri (2022). Gestión logística y calidad de servicio de la empresa visual capital investments, jesús maría – 2022 [Tesis de licenciatura universidad autónoma del Perú].
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/2252/Mayuri%20Ramos%2c%20Joselyn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Melendez, M. (2022). La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno en la autoridad portuaria nacional -callao, Perú -2022 [Tesis de licenciatura,].<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3481/1%20TESIS%20MELENDEZ%20SERVAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Miranda, S., Tavares, P., y Queiró, R. (2018). Perceived service quality and customer satisfaction: A fuzzy set QCA approach in the railway sector. *Journal of Business Research*, 89, 371-377.
https://www.researchgate.net/publication/322073930_Perceived_service_quality_and_customer_satisfaction_A_fuzzy_set_QCA_approach_in_the_railway_sector

Niño Rojas, V. (2021). Metodología de la investigación: Diseño, ejecución e informe. 2a Edición. Ediciones de la U, de
https://books.google.com.pe/books?id=wcwaeaaaqbaj&dq=investigaci%C3%B3n+d+escriptiva+metodologia&hl=es&source=gbs_navlinks_s

- Noda, M., Hernández, G., Medina, A., Pérez, R., & De León, I. (2020). La satisfacción del cliente interno en organizaciones de servicio. Una propuesta para su medición y mejora. *Researchgate*, 84-103. https://www.researchgate.net/publication/352106262_la_satisfaccion_del_cliente_interno_en_organizaciones_de_servicio_una_propuesta_para_su_medicion_y_mejora
- Ochoa, J. (2018). Desarrollo personal y profesional. CODEU. https://books.google.com.pe/books?id=vJjGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Desarrollo+personal+y+profesional&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Desarrollo%20personal%20y%20profesional&f=false
- Otero, A. (2018). Métodos para el diseño del proyecto de Investigación. *Universidad del Atlántico*. https://www.researchgate.net/publication/326905435_enfoques_de_investigacion#pf16
- Padilla (2021). Calidad de servicio logístico y su relación con la satisfacción del cliente interno de una universidad de Piura, 2021. [Tesis de maestría, universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72766/Padilla_CMR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Patlán, J. (2018). Calidad de vida en el trabajo. Editorial El Manual Moderno. https://books.google.com.pe/books?id=MgB8DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=condiciones+de+vida+laboral&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=condiciones%20de%20vida%20laboral&f=false
- Peña, S. (2017). Análisis de Datos. Fondo editorial Areandino. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425169.pdf>

- PVT Group (2018, 1 noviembre). Optimización de rutas ¿Qué es la optimización de rutas? https://company.ptvgroup.com/fileadmin/Resources/Resources-Library/ES/WhitePapers/ptv_libro_blanco_que_es_la_optimizacion_de_rutas.pdf
- Posso Pacheco, R. J., & Bertheau, E. L. (2020). Validez y confiabilidad del instrumento determinante humano en la implementación del currículo de educación física. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/23885>
- 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. <https://ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/article/view/2390>
- Rendon, M., & Castillo, A. (Eds.). (2023). *Metodología para la elaboración de los estudios sobre pronóstico*. Creative Commons. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S244891902022000100048&script=sci_arttext&tlng=es
- Rios Gama, R. Y. (2018). "Influencia de la gestión logística en la determinación del costo de ventas en la empresa comercial Sekur Perú S.A. 2017". [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa]. <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/72de0b64-66be-4bac-9e06-e2166207e6cb/content>
- Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Tópicos en investigación. *MV. Epidemióloga. MSc. FETP. Fundación Universitaria Sanitas*. https://www.researchgate.net/profile/Fredy-Mendivelso/publication/329051321_Disenos_de_investigacion_de_Corte_Transversal/links/5c1aa22992851c22a3381550/Diseno-de-investigacion-de-Corte-Transversal.pdf

- Ruidias, V; Valdez, V (2022). Gestión logística para la competitividad empresarial en la importadora Plásticos Valdez, Sullana – 2022. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/108308/Ruidias_OVF-Valdez_CLA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ruta. (2021). Puntualidad y compromiso de entrega. Ypf.com. <https://ruta.ypf.com/la-importancia-de-la-puntualidad-en-los-servicios-de-entrega.html>
- Salas, M., Basante, Y., Zambrano, C., Matabanchoy, S., & Narvárez, A. (2021). Concepciones sobre Calidad de Vida Laboral en las organizaciones. *Informes Psicológicos*, 21(2), 209- 227. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/informespsicologicos/article/view/7215>
- Sánchez, M. G., & García, M. (2018). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia Et Technica*, 22(2), 161-166. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84953103007.pdf>
- Stockemer, D. (2018). Quantitative Methods for the Social Sciences: A Practical Introduction with Examples in SPSS and Stata. Springer. https://books.google.com.pe/books?id=YPh6DwAAQBAJ&dq=questionnaire+in+research+and+methodology&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Suliman, S., & Omran, A. (2021). Computer vision assisted human computer interaction for logistics management using deep learning. *Computers & Electrical Engineering*, 96. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0045790621004997>
- Syahidul, S., Achmad, G. N., y Hudayah, S. (2020). Effect Of Internal Service Quality On Employee Satisfaction And Its Impact On Internal Customer Satisfaction Division Port Bontang Coal Terminal Pt Indominco Mandiri. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(4) <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/1621>

- Tobías, S., Celestino, A., Del Hierro, D. y Martínez, J. (2019). Componentes de la satisfacción del cliente interno. *Revista Española de Educación Física y Deportes* – REEFD, (426), 482-450.
<http://www.reefd.es/index.php/reefd/article/viewFile/818/695>
- Tuesta James, P. L. (2020). Ineficacia del uso del libro de reclamaciones para la solución de quejas de los usuarios de la municipalidad provincial de coronel portillo, pucallpa 2019[Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Ucayali].
http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/unu/5311/b4_2022_unu_derecho_2021_t_james-mori.pdf?sequence=1&isallowed=y
- Vidal, J. C. C. (2020). ADGD207PO: Gestión y planificación del tiempo. Editorial Elearning, SL. <https://acortar.link/2iGyxc>
- Westreicher, G. (2020, June 24). Aprovevisionamiento. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/aprovevisionamiento.html>
- Wisniewski, D., Schunk, E., Martinez, Y. y Warholak, L. (2015). Job satisfaction among chain community pharmacists: results from a pilot study. *Texto & Contexto Enfermagem magazine. Recovered from:*
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71442216029>

ANEXOS

Anexo 1.

CONSENTIMIENTO INFORMADO *

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom, sede Piura-2023

Investigador (a) (es): - Ramirez Encalada Joel Alexander
- Ramirez Litano Angie Geraldine

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom, sede Piura – 2023”, cuyo objetivo es Determinar la influencia de la gestión logística y la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom, sede Piura 2023 Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Piura, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Shalom empresarial S.A.C

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se generará información novedosa sobre cómo la gestión logística influye en la satisfacción del cliente interno, en particular en empresas del sector Transporte de carga en Piura en el año 2023

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom, sede Piura – 2023”
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en el ambiente de la empresa Shalom empresarial S.A.C, Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) **[Ramirez Encalada Joel Alexander]** email joelramirez@ucvvirtual.edu.pe / **[Ramirez Litano Angie Geraldine]** email aramirez@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor [Dra. Sulsuy Chambergo, Ericka Julissa] email esuysuyc@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos: Gabriel Arturo Ruiz Chávez

Fecha y hora: 20/05/2023/ - 10:32 am

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

** Obligatorio a partir de los 18 años*

CONSENTIMIENTO INFORMADO *

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom, sede Piura-2023

Investigador (a) (es): - Ramirez Encalada Joel Alexander
- Ramirez Litano Angie Geraldine

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom, sede Piura – 2023”, cuyo objetivo es Determinar la influencia de la gestión logística y la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom, sede Piura 2023 Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Piura, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Shalom empresarial S.A.C

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se generará información novedosa sobre cómo la gestión logística influye en la satisfacción del cliente interno, en particular en empresas del sector Transporte de carga en Piura en el año 2023

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom, sede Piura – 2023”
2. La entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente de la empresa Shalom empresarial S.A.C, Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) **[Ramirez Encalada Joel Alexander]** email joelramirez@ucvvirtual.edu.pe / **[Ramirez Litano Angie Geraldine]** email aramirez@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor [Dra. Suisuy Chambergo, Ericka Julissa] email esuysuyc@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos: Gabriel Arturo Ruiz Chávez

Fecha y hora: 20/05/2023/ - 10:32 am

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

** Obligatorio a partir de los 18 años*

Anexo 2.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Anexo 2.

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20512528458
Shalom empresarial S.A.C	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Gabriel Arturo Ruiz Chávez	DNI: 47513821

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal "c" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) (*), autorizo [x], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación: "La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom, sede Piura – 2023"	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autores:	DNI:
- Ramirez Encalada Joel Alexander	- 76751490
- Ramirez Litano Angie Geraldine	- 76246012

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Piura, 22 de mayo de 2023


SHALOM EMPRESARIAL S.A.C
Gabriel Ruiz Chávez
ADMINISTRADOR

Firma y sello: _____
(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal "c" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.



Anexo 3.

Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°155-2023-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura - 2023.

Autor(es): Ramírez Encalada Joel Alexander y Ramírez Litano Angie Geraldine

Especialidad del autor principal del proyecto: Administración

Programa: Administración

Otro(s) autor(es) del proyecto:

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Piura, Perú

Código de revisión del proyecto: 023 1 _PREGRADO _PI _PIU_ C2_ 08

Correo electrónico del autor de correspondencia/docente asesor:

joelramirez@ucvvirtual.edu.pe; aramirezli@ucvvirtual.edu.pe; esuysuc@ucvvirtual.edu.pe

N.º	Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	No corresponde
I. Criterios metodológicos				
1	El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios.	X		
2	Menciona el tamaño de la población / participantes, criterios de inclusión y exclusión, muestra y unidad de análisis, si corresponde.	X		
3	Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde.	X		
4	Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde.	X		
5	Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde.	X		
II. Criterios éticos				
6	Evidencia la aceptación de la institución a desarrollar la investigación, si corresponde.			X
7	Incluye la carta de consentimiento (Anexo 3) y/o asentimiento informado (Anexo 4) establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV), si corresponde.	X		
8	Las citas y referencias van acorde a las normas de redacción científica.	X		
9	La ejecución del proyecto cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética en Investigación vigente en especial en su Capítulo III Normas Éticas para el desarrollo de la Investigación.	X		

Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de la evaluación.

Lima, 14 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	



Anexo 4.

Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la facultad de ciencias empresariales , deja constancia que el proyecto de investigación titulado “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura - 2023 ”, presentado por los autores Ramirez Encalada Joel Alexander y Ramirez Litano Angie Geraldine , ha pasado una revisión expedita por Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya, Dr. Miguel Bardales Cárdenas, Dr. José German Linares Cazola, Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón, Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón, y de acuerdo a la comunicación remitida el 09 de julio de 2023 por correo electrónico se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen:

(X)favorable () observado () desfavorable.

Lima, 14 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

ANEXO 5

Tabla 20

Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALAS DE MEDICIÓN
VI: GESTIÓN LOGÍSTICA	Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019) expresan que la gestión logística implica llevar a cabo el sistema de planificación, la organización y el control de todas las actividades que se relacionan con la finalidad de obtener un eficiente traslado y almacenamiento de mercadería con el propósito de satisfacer las necesidades de la demanda y al mínimo costo posible.	Para analizar y medir la variable independiente gestión logística se han utilizado 4 dimensiones, de las cuales se han identificado 13 indicadores y como instrumento se utilizará el cuestionario el cual será aplicado a los 150 trabajadores de la empresa con un total de 26 preguntas y la guía de entrevista al gerente de la empresa Shalom empresarial S.A.C	Planificación	Ciclo de operación	ordinal
				Aspectos legales y regulatorios	
				Tiempo estimado de envío	
			Aprovisionamiento	Garantías.	
				Minimización de costos	
				Suministro de calidad del servicio.	
			Distribución de carga	Rapidez y puntualidad	
				Tarifas y fletes de carga	
				Optimización de rutas	
				Seguro de cargas	
			Servicio al cliente	Reclamos	
				Tiempo de entrega	
				satisfacción	
VD: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO	Los autores Noda et al. (2020) manifiestan que el colaborador interno es el trabajador que se incorpora en la organización, además expresan que la satisfacción de los mismos es cuando se logra en su totalidad resolver sus necesidades; por ejemplo, dar solución a una queja o consulta de esa manera se sienten respaldados y evitan conflictos que podría perjudicar la reputación de la empresa.	Para analizar y medir la variable dependiente satisfacción del cliente interno se ha utilizado 3 dimensiones, de las cuales se han identificado 9 indicadores y como instrumento se utilizará el cuestionario el cual será aplicado a los 150 trabajadores de la empresa con un total de 18 preguntas y la guía de entrevista al gerente de la empresa Shalom empresarial S.A.C	Condiciones de trabajo	Seguridad e higiene.	ordinal
				Desarrollo personal profesional.	
				Condiciones de vida.	
			Estimulación laboral	Bonos.	
				Reconocimiento de logros.	
				Motivación laboral	
			Servicios de calidad	Monitoreo de servicio.	
				Innovación laboral.	
				Comunicación afectiva.	

ANEXO 6: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
FICHA DE ENCUESTA

Estimado cliente/colaborador, sus respuestas en el siguiente cuestionario son de mucha importancia ya que contribuirán a una investigación de tipo académica, que busca establecer la relación entre las variables de gestión logística y satisfacción del cliente interno. Toda la información será confidencial.

De la misma manera se requiere su **consentimiento informado** para poder aplicarle el instrumento de investigación. En ese sentido agradeceré marcar el siguiente recuadro en señal de conformidad:

Declaro estar informado de la aplicación de la siguiente encuesta y en señal de conformidad marco con una x el casillero:

estoy de acuerdo

No estoy de acuerdo

TIEMPO DE DURACIÓN: 15 MINUTOS

INSTRUCCIONES

Marcar con una (X) el número según la importancia que usted considere

ESCALA DE VALORACIÓN	5	4	3	2	1
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

V1. GESTIÓN LOGÍSTICA				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				5	4	3	2	1
Dimensión	Indicador	Nº	Ítems	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Planificación	Ciclo de operación	1	Shalom incluye los tiempos en las operaciones de transporte durante la prestación de su servicio.					
		2	La operalización que maneja Shalom ayuda a generar un mejor servicio en las encomiendas					
	Aspectos legales y regulatorios	3	Es necesario contar con todos los permisos que brinda el Ministerio de transporte y comunicaciones					
		4	La empresa cumple con todos los permisos de ley para operar en el mercado sin impedimentos.					
	Tiempo estimado de envío	5	La empresa tiene como prioridad llegar con las encomiendas al tiempo acordado					
		6	Los tiempos estimados de envío hace que su trabajo sea más eficiente					
Aprovisionamiento	Garantías	7	La mercadería que se envía cuenta con un seguro que lo respalda ante cualquier daño al momento de traslado					
		8	La empresa proporciona un documento que brinda la seguridad de cualquier pérdida o robo					
	Minimización de costos	9	Al generar un ahorro en el embalaje de envío corre el riesgo de que la mercadería no lleguen en buen estado.					
		10	Al momento de minimizar costos existe un riesgo que afecte a la empresa.					
	Suministro de los niveles del servicio	11	El control de calidad que se realiza a la mercadería es la correcta					
		12	La empresa cuenta con un indicador que le ayuda a satisfacer la demanda y cumplir con dichos pedidos que exigen los clientes.					
Distribución de carga	Rapidez y puntualidad	13	Al momento de la llegada del producto está la entregan con la rapidez que los caracteriza como empresa					
		14	Las encomiendas son entregadas con la puntualidad acordada.					
	Tarifa y fletes de carga	15	La empresa proporciona las mejores tarifas por cargamentos grandes					
		16	los fletes de carga que brinda la empresa son precios justos					
	Optimización de rutas	17	El sistema de rotación de los productos que maneja la empresa es la indicada					
		18	La optimización de rutas hace que la mercadería llegue a la fecha indicada					
	Seguro de cargas	19	Los medios de transporte que utiliza la empresa son óptimos para enviar la mercadería					
		20	Los medios de transporte suelen tener mantenimiento cada cierto tiempo					

Servicio al cliente	Reclamos	21	La solución de reclamos ayuda a mejorar las actividades de la empresa					
		22	Los reclamos que realizan los clientes son atendidos					
	Tiempo de entrega	23	La empresa se compromete en brindarle al usuario el tiempo de llegada de su cargamento					
		24	El tiempo de entrega es óptimo satisfacer las expectativas del usuario					
	Satisfacción	25	La satisfacción del cliente influye en su rendimiento laboral					
		26	Esta conforme y satisfecho con el servicio que ofrece al cliente final					

V2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				5	4	3	2	1
Dimensión	Indicador	Nº	Ítems	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Condiciones de trabajo	Seguridad e higiene	1	Shalom les proporciona todos los implementos de seguridad para el desarrollo de su actividad					
		2	La empresa cumple con ambientes limpios para desarrollo de sus operaciones					
	Desarrollo personal profesional	3	La empresa brinda ayuda a nuevos trabajadores con actividades que incrementen su desarrollo profesional					
		4	La convivencia que se desarrolla en la empresa permite un mejor desarrollo personal					
	Condiciones de vida	5	Los seguros médicos que proporciona la empresa es la adecuada para velar por su salud					
		6	La empresa cumple con su cuidado personal dándole las mejores herramientas para su trabajo					
Estimulación laboral	Bonos	7	La empresa recompensa su esfuerzo laboral con remuneraciones					
		8	Los bonos influyen en su rendimiento laboral					
	Reconocimiento de logros	9	El reconocimiento incentiva a incrementar su experiencia laboral.					
		10	Los reconocimientos que brinda la empresa cumplen sus expectativas					
	Motivación laboral	11	Estar motivado le ayuda a compartir ideas sin generar conflictos					
		12	La motivación es importante para cumplir sus actividades correctamente					
Servicio de calidad	Monitoreo de servicio	13	La empresa mantiene funciones de monitoreo y supervisión al personal activamente					
		14	Cuando se realiza un monitoreo de servicio, las expectativas son buenas					
	Innovación laboral	15	Toman en cuenta los proyectos de innovación dados por los colaboradores					
		16	Shalom se mantiene innovando en los procesos logísticos para mejorar sus actividades dentro de la empresa					
	Comunicación afectiva	17	La empresa desarrolla activamente una comunicación entre los trabajadores					
		18	La empresa emplea estrategias para mejorar la comunicación afectiva					

ENTREVISTA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

ENTREVISTA

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente entrevista, por lo que se le agradece responda todas las preguntas planteadas en esta guía de entrevista

Esta entrevista está destinada a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación *Gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C.* Responda cuidadosamente cada pregunta que se le realice y de antemano muchas gracias.

FECHA: 10-10-2023

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: Gabriel Arturo Ruiz Chávez

ENTIDAD: Empresa Shalom Empresarial S.A.C

Consentimiento informado:

De manera libre y voluntaria, expreso mi aceptación para responder a la presente entrevista

Si (x) No ()

DATOS ESPECIFICOS

ITEM	RESPUESTA	
VARIABLE 1: GESTIÓN LOGÍSTICA		
1	¿Según su criterio contar con todos los aspectos legales influyen de manera positiva al momento de la distribución de la mercadería? De qué manera	Si claro, ya que la política de la empresa siempre es buscar la agilidad y rapidez de la distribución de mercaderías, es por ello que shalom actualiza siempre los permisos tanto como ministerio de transporte, sunat y permisos municipales, para así no tener muchos inconvenientes dentro del traslado de encomiendas.
2	¿Usted como encargado cree que las garantías que le proporciona la empresa a los usuarios son las mejores? Por qué	Yo como encargado local, creo que las garantías que proporciona la empresa por el cuidado de sus bienes en este caso sus encomiendas o productos son las adecuados, pero también creo yo como parte de la empresa que pueden brindar algo mejor, si bien es cierto le damos un respaldo al cliente, pero quizás en el transcurso de llevarlo a su destino su encomienda, sunat o bueno aduanas quita dicho paquete porque no cuenta con los permisos adecuados en este caso ya no es culpa de la compañía, si no del que está pagando solo por transportar su producto.
3	¿Usted es consciente que la minimización de costos que realiza	Yo creo que, si perjudica un poco, en el caso de pandemia no había mucha demanda y lanzaron miles de

	la empresa no perjudica el sistema logístico? justifique	promociones a bajo costo, por lo cual la empresa disminuyó los accesorios o implementos que se usan diariamente, sin embargo, en años anteriores cuando llegas al puntaje de ventas por encomiendas la sede principal reforzaba toda el área logística a los trabajadores.
4	¿Cree usted que la rapidez y puntualidad son parte fundamental y es lo que los caracteriza como empresa? cómo influye	Claro que sí, ya que es lo que nos caracteriza como empresa, esto influye bastante porque muchos de los clientes se van a otras empresas a consultar y les dicen que demora porque va por orden de envío, sin embargo, en shalom contamos con una capacidad de vehículos que todas las encomiendas salen el mismo día.
5	¿Usted como encargado es consciente de que los reclamos pueden ayudar para mejorar las acciones o actividades que presentan debilidad en la empresa? de qué manera	Los reclamos ayudan a mejorar muchos aspectos logísticos y también ayuda a tener capacidad de respuesta, pero yo como encargado también propongo muchas mejoras tanto atención al cliente, como también de servicio de cuidado logístico, pero eso ya escapa de mis manos, porque esa parte ya la evalúa la sede principal que es lima, ellos son los que aprueban y mandan el presupuesto para diversas mejorar.
VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO		
6	¿Por qué cree usted que la seguridad es de suma importancia en este rubro y cómo influye en la satisfacción de sus colaboradores?	Por supuesto que sí, es importante el cuidado, más que todo en la implementación de seguridad, ya que hay muchos paquetes pesados o frágiles y el equipo tiene que tener esa destreza e implementación para poder llevarlos al vehículo de carga, esto influye mucho porque si el trabajador cuenta con todo obviamente su trabajo va a ser 100% efectivo
7	¿Considera usted que el desarrollo personal de sus clientes internos es de suma importancia para mejorar la toma decisiones? justifique	Yo considero que, si es muy importante mejorar en ese aspecto de desarrollo personal y más que todo capacitar al personal que atiende al cliente externo, pero la problemática aquí es que no hay suficiente gestión que mande a preparar o capacitar continuamente al personal no solo de la sede Piura sino también de las diferentes sedes y creo que eso es un punto en contra para la empresa.
8	¿Las condiciones de vida que proporciona la empresa brinda tranquilidad al colaborador? De qué manera	Como toda empresa según ley, el seguro que ofrece para las condiciones vida de los trabajadores es el adecuado, pero en mi punto de vista creo yo, que se le debe dar un respaldo más a los que van en el transporte, si bien es cierto es un trabajador más sí, pero también es el

		trabajador que más se arriesga al transportar las encomienda, porque puede haber un accidente, problemas técnicos del vehículo quizás y considero que a ellos se le puede proporcionar un extra para que sea un respaldo de esa tranquilidad no solo a él, sino también a sus familiares.
9	¿Considera que los bonos otorgados ayudan a mejorar el desempeño laboral de cada uno de sus trabajadores? por qué	Considero que si es una buena acción por el desempeño que se les brinda y claro que sí ayuda porque el trabajador está más motivado o se siente más respaldado por la empresa y esto hace que trabaje eficazmente.
10	¿Cree que el cliente interno se siente valorado cuando se le reconoce sus logros? de qué forma	Claro que, s y particularmente yo como jefe encargado los motivo siempre a que lleguen a su objetivo, es ahí donde cada uno de ellos se siente bien, por eso les brindo esa seguridad de dar siempre más y lo mejor es que se les reconoce con las bonificaciones cuando se hace el depósito de su sueldo.
11	¿Cree usted que la motivación es importante para el rendimiento de sus clientes internos? Justifique.	Creo yo que la motivación es parte fundamental aquí para el desarrollo de las actividades, porque si mi trabajador está desmotivado obviamente no va a rendir lo mismo y quizás todo haga mal ese día, por eso antes de empezar aclaro muchos puntos que observo y si es de apoyarlos con lo que sucede lo hago, como buen líder de la organización.
12	¿Cree que el monitoreo de servicio cumple con las expectativas del cliente interno? Por qué	El monitoreo aquí dentro de la sede es riguroso por eso contamos también con personal de supervisión, por eso las expectativas son importantes porque ellos mensualmente hacen su reporte de que si se cumple todas las condiciones de las actividades diarias
13	¿Cree que la innovación laboral ha mejorado las condiciones de trabajo de los empleados? Que cambios presentó	Por supuesto que, si la innovación ha ayudado muchísimo en el trabajo del personal, ahora contamos con dos aplicativos que nos ayudan con la data y reporte de envíos, la otra app ayuda a ver las incidencias ocurridas, y esto hace que el trabajador en el área administrativa facilite el trabajo y de las proyecciones mensuales de lo ocurrido.
14	¿Cree usted que la comunicación afectiva en el lugar de trabajo contribuye a un buen ambiente laboral? Justifique.	sí, lo afirmo que tener esa comunicación es muy buena porque no solo el trabajador te va a tener esa confianza de decirte algún hecho que quizás lo desmotiva, si no también que se va a sentir bien dentro de la empresa.

Anexo 7: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura-2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	MERCEDEZ RENEÉ PALACIOS DE BRISEÑO	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	- Ramirez Encalada, Joel Alexander - Ramirez Litano, Angie Geraldine
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	(en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura)
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 04 dimensiones, de 13 indicadores y 26 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 03 dimensiones, de 09 indicadores y 18 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.



4. **Soporte teórico**

• **Variable 1:** Gestión logística

Ganoza (2018) define la gestión logística como los procesos de planificación, implementación y control los cuales efectúan la logística según los requerimientos del cliente, al igual la gestión logística es proveer el producto correcto en la cantidad requerida, en el lugar, tiempo y costo indicado.

• **Variable 2:** Satisfacción del cliente interno

Los autores Noda et al. (2020) manifiestan que el colaborador interno es el trabajador que se incorpora en la organización, además expresan que la satisfacción de los mismos es cuando se logra en su totalidad resolver sus necesidades; por ejemplo, dar solución a una queja o consulta de esa manera se sienten respaldados y evitan conflictos que podría perjudicar la reputación de la empresa

Variable	Dimensiones	Definición
Gestión Logística	Planificación	Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), argumentan que el proceso de gestión de planificación se obtiene insertando en la cadena de suministro procesos que planifican y controlan eficientemente el flujo de materias primas desde el origen hasta el uso final del consumidor
	Aprovisionamiento	Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), expresan que es la gestión de los materiales que se encuentran en los puntos de adquisición y plantas de procesos que tenga la empresa.
	Distribución de carga	casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), manifiestan que la gestión de distribución que es el proceso de las materias desde el punto de planta hasta el punto del consumidor final
	Servicio al cliente	casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), señalan que el servicio al cliente es el nivel de calidad conforme a una respuesta de las actividades que se realizan a lo largo de la cadena logística
Satisfacción del cliente interno	Condiciones de trabajo	Cruz (2018), sugiere que las condiciones de trabajo pueden ser la parte más destacada del contrato para crear una vida integrada en el lugar de trabajo, ya que la organización corre con todos los costos en caso de accidente
	Estimulación laboral	Sánchez et al. (2018), manifiestan que la estimulación laboral ayuda a los trabajadores a realizar su trabajo de manera más eficiente e incluye la motivación como un factor importante para celebrar sus esfuerzos en el desempeño de su actividad para lograr el valor corporativo
	Servicios de calidad	Donawa (2018), afirma que la calidad del servicio es la conducta que proporciona una organización para medir la satisfacción del cliente, esto nos ayuda a mejorar nuestra comunicación con nuestros clientes y saber lo que piensan



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno” elaborado por Ramirez Encalada, Joel Alexander y Ramirez Litano, Angie Geraldine en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Gestión logística

- Primera dimensión: Planificación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Ciclo de operación	Shalom incluye los tiempos en las operaciones de transporte durante la prestación de su servicio.	4	4	4	
	La paralización que maneja Shalom ayuda a generar un mejor servicio en las encomiendas	4	4	4	
Aspectos legales y regulatorios	Es necesario contar con todos los permisos que brinda el Ministerio de transporte y comunicaciones	4	4	4	
	La empresa cumple con todos los permisos de ley para operar en el mercado sin impedimentos.	4	4	4	
Tiempo estimado de envío	La empresa tiene como prioridad llegar con las	4	4	4	
	Los tiempos estimados de envío hace que su trabajo sea más eficiente	4	4	4	

- Segunda dimensión: Aprovechamiento

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Garantías	La mercadería que se envía cuenta con un seguro que lo respalda ante cualquier daño al momento de traslado	4	4	4	
	La empresa proporciona un documento que brinda la seguridad de cualquier pérdida o robo	4	4	4	
Minimización de costos	Al generar un ahorro en el embalaje de envío corre el riesgo de que la mercadería no llegue en buen estado.	4	4	4	
	Al momento de minimizar costos existe un riesgo que afecte a la empresa.	4	4	4	
Suministros de los niveles del servicio	El control de calidad que se realiza a la mercadería es la correcta	4	4	4	
	La empresa cuenta con un indicador que le ayuda a satisfacer la demanda y cumplir con dichos pedidos que exigen los clientes.	4	4	4	

- Tercer dimensión: Distribución de carga

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Rapidez y puntualidad	Al momento de la llegada del producto está la entregan con la rapidez que los caracteriza como	4	4	4	
	Las encomiendas son entregadas con la puntualidad acordada.	4	4	4	
Tarifas y fletes de carga	La empresa proporciona las mejores tarifas por cargamentos grandes	4	4	4	
	los fletes de carga que brinda la empresa son precios justos	4	4	4	
Optimización de rutas	El sistema de rotación de los productos que maneja la empresa es la indicada	4	4	4	
	La optimización de rutas hace que la mercadería llegue a la fecha indicada	4	4	4	
Seguro de cargas	Los medios de transporte que utiliza la empresa son óptimos para enviar la mercadería	4	4	4	
	Los medios de transporte suelen tener mantenimiento cada cierto tiempo	4	4	4	





- Cuarta dimensión: Servicio al cliente

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Reclamos	La solución de reclamos ayuda a mejorar las actividades de la empresa	4	4	4	
	Los reclamos que realizan los clientes son	4	4	4	
Tiempo de entrega	La empresa se compromete en brindarle al usuario el tiempo de llegada de su cargamento	4	4	4	
	El tiempo de entrega es óptimo satisfacer las expectativas del usuario	4	4	4	
Satisfacción	La satisfacción del cliente influye en su rendimiento laboral	4	4	4	
	Esta conforme y satisfecho con el servicio que ofrece al cliente final	4	4	4	

Variable del instrumento: Satisfacción del cliente interno

- Primera dimensión: Condiciones de trabajo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Seguridad e higiene	Shalom les proporciona todos los implementos de seguridad para el desarrollo de su actividad	4	4	4	
	La empresa cumple con ambientes limpios para desarrollo de sus operaciones	4	4	4	
Desarrollo personal profesional	La empresa brinda ayuda a nuevos trabajadores con actividades que incrementen su desarrollo profesional	4	4	4	
	La convivencia que se desarrolla en la empresa permite un mejor desarrollo personal	4	4	4	
Condiciones de vida	Los seguros médicos que proporciona la empresa es la adecuada para velar por su salud	4	4	4	
	La empresa cumple con su cuidado personal dándole las mejores herramientas para su trabajo	4	4	4	

- Segunda dimensión: Estimulación laboral

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Bonos	La empresa recompensa su esfuerzo laboral con remuneraciones	4	4	4	
	Los bonos influyen en su rendimiento laboral	4	4	4	
Reconocimientos	El reconocimiento incentiva a incrementar su experiencia laboral.	4	4	4	
	Los reconocimientos que brinda la empresa cumplen sus expectativas	4	4	4	
Motivación laboral	Estar motivado le ayuda a compartir ideas sin generar conflictos	4	4	4	
	Cree que la motivación es importante para cumplir sus actividades correctamente	4	4	4	



- Tercera dimensión: Servicio de calidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Monitoreo de servicio	La empresa mantiene funciones de monitoreo y supervisión al personal activamente	4	4	4	
	Cuando se realiza un monitoreo de servicio, las expectativas son buenas	4	4	4	
Innovación laboral	toman en cuenta los proyectos de innovación dados por los colaboradores	4	4	4	
	Shalom se mantiene innovando en los procesos logísticos para mejorar sus actividades dentro de la	4	4	4	
Comunicación afectiva	La empresa desarrolla activamente una comunicación entre los trabajadores	4	4	4	
	La empresa emplea estrategias para mejorar la comunicación afectiva	4	4	4	



Lic. Adm. Eng. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO
REG. UNIC. DE COLEG. N° 5103

.....
(Dra. Mercedes Palacios de Briceño)
DNI N° 02845588

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 7: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura-2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	JUAN FRANCISCO GONZALES VERA	
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	- Ramirez Encalada, Joel Alexander - Ramirez Litano, Angie Geraldine
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	(en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura)
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 04 dimensiones, de 13 indicadores y 26 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 03 dimensiones, de 09 indicadores y 18 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.



4. **Soporte teórico**

• **Variable 1:** Gestión logística

Ganoza (2018) define la gestión logística como los procesos de planificación, implementación y control los cuales efectúan la logística según los requerimientos del cliente, al igual la gestión logística es proveer el producto correcto en la cantidad requerida, en el lugar, tiempo y costo indicado.

• **Variable 2:** Satisfacción del cliente interno

Los autores Noda et al. (2020) manifiestan que el colaborador interno es el trabajador que se incorpora en la organización, además expresan que la satisfacción de los mismos es cuando se logra en su totalidad resolver sus necesidades; por ejemplo, dar solución a una queja o consulta de esa manera se sienten respaldados y evitan conflictos que podría perjudicar la reputación de la empresa

Variable	Dimensiones	Definición
Gestión Logística	Planificación	Casanovas y Cuatrecasas (2003), citado por Ardila y Bohórquez (2019), argumentan que el proceso de gestión de planificación se obtiene insertando en la cadena de suministro procesos que planifican y controlan eficientemente el flujo de materias primas desde el origen hasta el uso final del consumidor
	Aprovisionamiento	Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), expresan que es la gestión de los materiales que se encuentran en los puntos de adquisición y plantas de procesos que tenga la empresa.
	Distribución de carga	casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), manifiestan que la gestión de distribución que es el proceso de las materias desde el punto de planta hasta el punto del consumidor final
	Servicio al cliente	casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), señalan que el servicio al cliente es el nivel de calidad conforme a una respuesta de las actividades que se realizan a lo largo de la cadena logística
Satisfacción del cliente interno	Condiciones de trabajo	Cruz (2018), sugiere que las condiciones de trabajo pueden ser la parte más destacada del contrato para crear una vida integrada en el lugar de trabajo, ya que la organización corre con todos los costos en caso de accidente
	Estimulación laboral	Sánchez et al. (2018), manifiestan que la estimulación laboral ayuda a los trabajadores a realizar su trabajo de manera más eficiente e incluye la motivación como un factor importante para celebrar sus esfuerzos en el desempeño de su actividad para lograr el valor corporativo
	Servicios de calidad	Donawa (2018), afirma que la calidad del servicio es la conducta que proporciona una organización para medir la satisfacción del cliente, esto nos ayuda a mejorar nuestra comunicación con nuestros clientes y saber lo que piensan



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno” elaborado por Ramirez Encalada, Joel Alexander y Ramirez Litano, Angie Geraldine en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
2. Alto nivel

Variable del instrumento: Gestión logística

- Primera dimensión: Planificación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Ciclo de operación	Shalom incluye los tiempos en las operaciones de transporte durante la prestación de su servicio.	3	3	3	
	La paralización que maneja Shalom ayuda a generar un mejor servicio en las encomiendas	3	3	3	
Aspectos legales y regulatorios	Es necesario contar con todos los permisos que brinda el Ministerio de transporte y comunicaciones	3	3	3	
	La empresa cumple con todos los permisos de ley para operar en el mercado sin impedimentos.	3	3	3	
Tiempo estimado de envío	La empresa tiene como prioridad llegar con las	3	3	3	
	Los tiempos estimados de envío hace que su trabajo sea más eficiente	3	3	3	

- Segunda dimensión: Aprovechamiento

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Garantías	La mercadería que se envía cuenta con un seguro que lo respalda ante cualquier daño al momento de traslado	3	3	3	
	La empresa proporciona un documento que brinda la seguridad de cualquier pérdida o robo	3	3	3	
Minimización de costos	Al generar un ahorro en el embalaje de envío corre el riesgo de que la mercadería no llegue en buen estado.	3	3	3	
	Al momento de minimizar costos existe un riesgo que afecte a la empresa.	3	3	3	
Suministros de los niveles del servicio	El control de calidad que se realiza a la mercadería es la correcta	3	3	3	
	La empresa cuenta con un indicador que le ayuda a satisfacer la demanda y cumplir con dichos pedidos que exigen los clientes.	3	3	3	

- Tercer dimensión: Distribución de carga

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Rapidez y puntualidad	Al momento de la llegada del producto está la entregan con la rapidez que los caracteriza como	3	3	3	
	Las encomiendas son entregadas con la puntualidad acordada.	3	3	3	
Tarifas y fletes de carga	La empresa proporciona las mejores tarifas por cargamentos grandes	3	3	3	
	los fletes de carga que brinda la empresa son precios justos	3	3	3	
Optimización de rutas	El sistema de rotación de los productos que maneja la empresa es la indicada	3	3	3	
	La optimización de rutas hace que la mercadería llegue a la fecha indicada	3	3	3	
Seguro de cargas	Los medios de transporte que utiliza la empresa son óptimos para enviar la mercadería	3	3	3	
	Los medios de transporte suelen tener mantenimiento cada cierto tiempo	3	3	3	



- Cuarta dimensión: Servicio al cliente

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Reclamos	La solución de reclamos ayuda a mejorar las actividades de la empresa	3	3	3	
	Los reclamos que realizan los clientes son	3	3	3	
Tiempo de entrega	La empresa se compromete en brindarle al usuario el tiempo de llegada de su cargamento	3	3	3	
	El tiempo de entrega es óptimo satisfacer las expectativas del usuario	3	3	3	
Satisfacción	La satisfacción del cliente influye en su rendimiento laboral	3	3	3	
	Esta conforme y satisfecho con el servicio que ofrece al cliente final	3	3	3	

Variable del instrumento: Satisfacción del cliente interno

- Primera dimensión: Condiciones de trabajo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Seguridad e higiene	Shalom les proporciona todos los implementos de seguridad para el desarrollo de su actividad	3	3	3	
	La empresa cumple con ambientes limpios para desarrollo de sus operaciones	3	3	3	
Desarrollo personal profesional	La empresa brinda ayuda a nuevos trabajadores con actividades que incrementen su desarrollo profesional	3	3	3	
	La convivencia que se desarrolla en la empresa permite un mejor desarrollo personal	3	3	3	
Condiciones de vida	Los seguros médicos que proporciona la empresa es la adecuada para velar por su salud	3	3	3	
	La empresa cumple con su cuidado personal dándole las mejores herramientas para su trabajo	3	3	3	

- Segunda dimensión: Estimulación laboral

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Bonos	La empresa recompensa su esfuerzo laboral con remuneraciones	3	3	3	
	Los bonos influyen en su rendimiento laboral	3	3	3	
Reconocimientos	El reconocimiento incentiva a incrementar su experiencia laboral.	3	3	3	
	Los reconocimientos que brinda la empresa cumplen sus expectativas	3	3	3	
Motivación laboral	Estar motivado le ayuda a compartir ideas sin generar conflictos	3	3	3	
	Cree que la motivación es importante para cumplir sus actividades correctamente	3	3	3	



- Tercera dimensión: Servicio de calidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Monitoreo de servicio	La empresa mantiene funciones de monitoreo y supervisión al personal activamente	3	3	3	
	Cuando se realiza un monitoreo de servicio, las expectativas son buenas	3	3	3	
Innovación laboral	toman en cuenta los proyectos de innovación dados por los colaboradores	3	3	3	
	Shalom se mantiene innovando en los procesos logísticos para mejorar sus actividades dentro de la	3	3	3	
Comunicación afectiva	La empresa desarrolla activamente una comunicación entre los trabajadores	3	3	3	
	La empresa emplea estrategias para mejorar la comunicación afectiva	3	3	3	

Mg. CPC Juan Francisco Gonzales Vera
MAT. 1476

(Mgtr. Juan Francisco Gonzales Viera)
DNI N° 02664225

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 7: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura-2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	CARLOS ANTONIO ANGULO CORCUERA	
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	- Ramirez Encalada, Joel Alexander - Ramirez Litano, Angie Geraldine
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	(en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura)
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 04 dimensiones, de 13 indicadores y 26 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 03 dimensiones, de 09 indicadores y 18 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.



4. **Soporte teórico**

- **Variable 1:** Gestión logística

Ganoza (2018) define la gestión logística como los procesos de planificación, implementación y control los cuales efectúan la logística según los requerimientos del cliente, al igual la gestión logística es proveer el producto correcto en la cantidad requerida, en el lugar, tiempo y costo indicado.

- **Variable 2:** Satisfacción del cliente interno

Los autores Noda et al. (2020) manifiestan que el colaborador interno es el trabajador que se incorpora en la organización, además expresan que la satisfacción de los mismos es cuando se logra en su totalidad resolver sus necesidades; por ejemplo, dar solución a una queja o consulta de esa manera se sienten respaldados y evitan conflictos que podría perjudicar la reputación de la empresa

Variable	Dimensiones	Definición
Gestión Logística	Planificación	Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), argumentan que el proceso de gestión de planificación se obtiene insertando en la cadena de suministro procesos que planifican y controlan eficientemente el flujo de materias primas desde el origen hasta el uso final del consumidor
	Aprovisionamiento	Casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), expresan que es la gestión de los materiales que se encuentran en los puntos de adquisición y plantas de procesos que tenga la empresa.
	Distribución de carga	casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), manifiestan que la gestión de distribución que es el proceso de las materias desde el punto de planta hasta el punto del consumidor final
	Servicio al cliente	casanovas y Cuatrecasas (2003) citado por Ardila y Bohórquez (2019), señalan que el servicio al cliente es el nivel de calidad conforme a una respuesta de las actividades que se realizan a lo largo de la cadena logística
Satisfacción del cliente interno	Condiciones de trabajo	Cruz (2018), sugiere que las condiciones de trabajo pueden ser la parte más destacada del contrato para crear una vida integrada en el lugar de trabajo, ya que la organización corre con todos los costos en caso de accidente
	Estimulación laboral	Sánchez et al. (2018), manifiestan que la estimulación laboral ayuda a los trabajadores a realizar su trabajo de manera más eficiente e incluye la motivación como un factor importante para celebrar sus esfuerzos en el desempeño de su actividad para lograr el valor corporativo
	Servicios de calidad	Donawa (2018), afirma que la calidad del servicio es la conducta que proporciona una organización para medir la satisfacción del cliente, esto nos ayuda a mejorar nuestra comunicación con nuestros clientes y saber lo que piensan



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno” elaborado por Ramirez Encalada, Joel Alexander y Ramirez Litano, Angie Geraldine en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

3. No cumple con el criterio
4. Bajo Nivel
5. Moderado nivel
6. Alto nivel

Variable del instrumento: Gestión logística

- Primera dimensión: Planificación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Ciclo de operación	Shalom incluye los tiempos en las operaciones de transporte durante la prestación de su servicio.	4	4	4	
	La paralización que maneja Shalom ayuda a generar un mejor servicio en las encomiendas	3	4	4	
Aspectos legales y regulatorios	Es necesario contar con todos los permisos que brinda el Ministerio de transporte y comunicaciones	4	4	4	
	La empresa cumple con todos los permisos de ley para operar en el mercado sin impedimentos.	4	4	4	
Tiempo estimado de envío	La empresa tiene como prioridad llegar con las	4	4	4	
	Los tiempos estimados de envío hace que su trabajo sea más eficiente	4	4	4	

- Segunda dimensión: Aprovisionamiento

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Garantías	La mercadería que se envía cuenta con un seguro que lo respalda ante cualquier daño al momento de traslado	4	4	4	
	La empresa proporciona un documento que brinda la seguridad de cualquier pérdida o robo	4	4	4	
Minimización de costos	Al generar un ahorro en el embalaje de envío corre el riesgo de que la mercadería no llegue en buen estado.	4	4	4	
	Al momento de minimizar costos existe un riesgo que afecte a la empresa.	3	4	4	
Suministros de los niveles del servicio	El control de calidad que se realiza a la mercadería es la correcta	4	4	3	
	La empresa cuenta con un indicador que le ayuda a satisfacer la demanda y cumplir con dichos pedidos que exigen los clientes.	3	4	4	

- Tercer dimensión: Distribución de carga

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Rapidez y puntualidad	Al momento de la llegada del producto está la entregan con la rapidez que los caracteriza como	4	4	4	
	Las encomiendas son entregadas con la puntualidad acordada.	3	4	4	
Tarifas y fletes de carga	La empresa proporciona las mejores tarifas por cargamentos grandes	4	4	4	
	los fletes de carga que brinda la empresa son precios justos	4	4	4	
Optimización de rutas	El sistema de rotación de los productos que maneja la empresa es la indicada	4	4	4	
	La optimización de rutas hace que la mercadería llegue a la fecha indicada	4	4	4	
Seguro de cargas	Los medios de transporte que utiliza la empresa son óptimos para enviar la mercadería	4	4	4	
	Los medios de transporte suelen tener mantenimiento cada cierto tiempo	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Servicio al cliente

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Reclamos	La solución de reclamos ayuda a mejorar las actividades de la empresa	4	4	4	
	Los reclamos que realizan los clientes son	3	4	4	
Tiempo de entrega	La empresa se compromete en brindarle al usuario el tiempo de llegada de su cargamento	3	4	4	
	El tiempo de entrega es óptimo satisfacer las expectativas del usuario	4	4	4	
Satisfacción	La satisfacción del cliente influye en su rendimiento laboral	4	4	4	
	Esta conforme y satisfecho con el servicio que ofrece al cliente final	4	4	4	

Variable del instrumento: Satisfacción del cliente interno

- Primera dimensión: Condiciones de trabajo

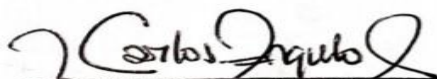
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Seguridad e higiene	Shalom les proporciona todos los implementos de seguridad para el desarrollo de su actividad	4	4	4	
	La empresa cumple con ambientes limpios para desarrollo de sus operaciones	4	4	4	
Desarrollo personal profesional	La empresa brinda ayuda a nuevos trabajadores con actividades que incrementen su desarrollo profesional	3	4	4	
	La convivencia que se desarrolla en la empresa permite un mejor desarrollo personal	4	4	4	
Condiciones de vida	Los seguros médicos que proporciona la empresa es la adecuada para velar por su salud	4	4	4	
	La empresa cumple con su cuidado personal dándole las mejores herramientas para su trabajo	4	4	4	

- Segunda dimensión: Estimulación laboral

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Bonos	La empresa recompensa su esfuerzo laboral con remuneraciones	4	4	4	
	Los bonos influyen en su rendimiento laboral	4	4	4	
Reconocimientos	El reconocimiento incentivo a incrementar su experiencia laboral.	3	4	4	
	Los reconocimientos que brinda la empresa cumplen sus expectativas	3	4	4	
Motivación laboral	Estar motivado le ayuda a compartir ideas sin generar conflictos	4	4	4	
	Cree que la motivación es importante para cumplir sus actividades correctamente	4	4	4	

- Tercera dimensión: Servicio de calidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observa
Monitoreo de servicio	La empresa mantiene funciones de monitoreo y supervisión al personal activamente	4	4	4	
	Cuando se realiza un monitoreo de servicio, las expectativas son buenas	4	4	4	
Innovación laboral	toman en cuenta los proyectos de innovación dados por los colaboradores	4	4	4	
	Shalom se mantiene innovando en los procesos logísticos para mejorar sus actividades dentro de la	4	4	4	
Comunicación afectiva	La empresa desarrolla activamente una comunicación entre los trabajadores	4	3	4	
	La empresa emplea estrategias para mejorar la comunicación afectiva	4	3	4	



MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera
Magister en Administración de Negocios
Licenciado en Administración
CLAD. N° 18480

(MBA Carlos Angulo Corcuera)
DNI N° 06437510

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

ANEXO 8: VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES :	Ramirez Encalada, Joel Alexander Ramirez Litano, Angie Geraldine
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.A, sede Piura-2023
1.3. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	CUESTIONARIO
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 kuder Richardson () Alfa de Cronbach. (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN :	21-06-2023
1.7. MUESTRA APLICADA :	10

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.977
---	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Items iniciales, items mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario de la variable gestión logística obtiene un índice de confiabilidad alto de 93.9%



Estudiante: Ramirez Encalada Joel Alexander
DNI : 76751490



Estudiante: Ramirez Litano, Angie Geraldine
DNI : 76246012



FIRMA
 Mg. Félix Fabian Pintado Rodríguez
 LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
 COESPE N° 839

Docente : PINTADO RODRIGUEZ FELIX FABIAN
DNI : 45246550

ANEXO 8: VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

I. DATOS INFORMATIVOS

a. ESTUDIANTES :	Ramirez Encalada, Joel Alexander Ramirez Litano, Angie Geraldine
b. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.A, sede Piura-2023
c. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
d. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	CUESTIONARIO:
e. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ()
	<i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
f. FECHA DE APLICACIÓN :	21-06-2023
g. MUESTRA APLICADA :	10

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.892
---	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Items iniciales, items mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario de la variable satisfacción del cliente interno obtiene un índice de confiabilidad bueno de 84.1%



Estudiante: Ramirez Encalada Joel Alexander
DNI : 76751490



Estudiante: Ramirez Litano, Angie Geraldine
DNI : 76246012



FIRMA
 Mg. Felix Fabian Pintado Rodriguez
 LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
 COESPE N° 839

Docente : PINTADO RODRIGUEZ FELIX FABIAN
DNI : 45246550

ANEXO 09:

Tabla 21

Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura-2023	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	- Población y muestra: 150 trabajadores - Tipo de investigación: Aplicada - Enfoque de la investigación: Mixto - Diseño de la investigación: No experimental de corte transversal - Nivel de investigación: Correlacional causal - Alcance temporal de la investigación: Transversal
	¿Cómo influye la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023?	Determinar la influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023	Existe influencia significativa de la gestión logística en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.	
	PROBLEMA ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	
	PE1: ¿Cómo influye la planificación en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023?	OE1: Analizar la influencia de la planificación en la satisfacción de cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023	HE1: La planificación influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.	
	PE2: ¿Cómo influye el aprovisionamiento en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023?	OE2: Relacionar la influencia del aprovisionamiento en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023.	HE2: El aprovisionamiento influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial, S.A.C sede Piura.	
	PE3: ¿Cómo influye la distribución de carga en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023	OE3: Evaluar la influencia de la distribución de carga en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023	HE3: La de distribución de carga influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura.	
PE4: ¿Cómo influye el servicio al cliente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023?	OE4: Precisar la influencia del servicio al cliente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023	HE4: El servicio al cliente influye significativamente en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura 2023		

ANEXO 10:

Tabla 22

Matriz de instrumentos

Variables	Dimensiones	Indicadores		INSTRUMENTO: CUESTIONARIO	
				N° de ítems	Ítems
X: GESTIÓN LOGÍSTICA	X1: Planificación	X1.1	Ciclo de operación	1	Shalom incluye los tiempos en las operaciones de transporte durante la prestación de su servicio.
				2	La paralización que maneja Shalom ayuda a generar un mejor servicio en las encomiendas
		X1.2	Aspectos legales y regulatorios	3	Es necesario contar con todos los permisos que brinda el Ministerio de transporte y comunicaciones
				4	La empresa cumple con todos los permisos de ley para operar en el mercado sin impedimentos.
		X1.3	Tiempo estimado de envío	5	La empresa tiene como prioridad llegar con las encomiendas al tiempo acordado
				6	Los tiempos estimados de envío hace que su trabajo sea más eficiente
	X2: Aprovechamiento	X2.1	Garantías	7	La mercadería que se envía cuenta con un seguro que lo respalda ante cualquier daño al momento de traslado
				8	La empresa proporciona un documento que brinda la seguridad de cualquier pérdida o robo
		X2.2	Minimización de costos	9	Al generar un ahorro en el embalaje de envío corre el riesgo de que la mercadería no llegue en buen estado.
				10	Al momento de minimizar costos existe un riesgo que afecte a la empresa.
		X2.3	Suministro de los niveles del servicio	11	El control de calidad que se realiza a la mercadería es la correcta
				12	La empresa cuenta con un indicador que le ayuda a satisfacer la demanda y cumplir con dichos pedidos que exigen los clientes.

	X3: Distribución de carga	X3.1: Rapidez y puntualidad	13	Al momento de la llegada del producto está la entregan con la rapidez que los caracteriza como empresa
			14	Las encomiendas son entregadas con la puntualidad acordada.
		X3.2: Tarifas y fletes de carga	15	La empresa proporciona las mejores tarifas por cargamentos grandes
			16	los fletes de carga que brinda la empresa son precios justos
		X3.3: Optimización de rutas	17	El sistema de rotación de los productos que maneja la empresa es la indicada
			18	La optimización de rutas hace que la mercadería llegue a la fecha indicada
		X3.4: Seguro de cargas	19	Los medios de transporte que utiliza la empresa son óptimos para enviar la mercadería
			20	Los medios de transporte suelen tener mantenimiento cada cierto tiempo
	X4: Servicio al cliente	X4.1: Reclamos	21	La solución de reclamos ayuda a mejorar las actividades de la empresa
			22	Los reclamos que realizan los clientes son atendidos
X4.2: Tiempo de entrega		23	La empresa se compromete en brindarle al usuario el tiempo de llegada de su cargamento	
		24	El tiempo de entrega es óptimo satisfacer las expectativas del usuario	
X4.3: Satisfacción		25	La satisfacción del cliente influye en su rendimiento laboral	
		26	Está conforme y satisfecho con el servicio que ofrece al cliente final	
Y: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO	Y1: Condiciones de trabajo	Y1.1: Seguridad e higiene	27	Shalom les proporciona todos los implementos de seguridad para el desarrollo de su actividad
			28	La empresa cumple con ambientes limpios para desarrollo de sus operaciones
		Y1.2: Desarrollo personal profesional	29	La empresa brinda ayuda a nuevos trabajadores con actividades que incrementen su desarrollo profesional
			30	La convivencia que se desarrolla en la empresa permite un mejor desarrollo personal
		Y1.3: Condiciones de vida	31	Los seguros médicos que proporciona la empresa es la adecuada para velar por su salud

			32	La empresa cumple con su cuidado personal dándole las mejores herramientas para su trabajo
Y2: Estimulación laboral	Y2.1	Bonos	33	La empresa recompensa su esfuerzo laboral con remuneraciones
			34	Los bonos influyen en su rendimiento laboral
	Y2.2	Reconocimiento de logros	35	El reconocimiento incentivo a incrementar su experiencia laboral.
			36	Los reconocimientos que brinda la empresa cumplen sus expectativas
	Y2.3	Motivación laboral	37	Estar motivado le ayuda a compartir ideas sin generar conflictos
			38	Cree que la motivación es importante para cumplir sus actividades correctamente
Y3: Servicios de calidad	Y3.1	Monitoreo de servicio	39	La empresa mantiene funciones de monitoreo y supervisión al personal activamente
			40	Cuando se realiza un monitoreo de servicio, las expectativas son buenas
	Y:3.2	Innovación laboral	41	toman en cuenta los proyectos de innovación dados por los colaboradores
			42	Shalom se mantiene innovando en los procesos logísticos para mejorar sus actividades dentro de la empresa
	Y.3.3	Comunicación afectiva	43	La empresa desarrolla activamente una comunicación entre los trabajadores
			44	La empresa emplea estrategias para mejorar la comunicación afectiva

ANEXO 11: Fiabilidad de los instrumentos usando el Alfa de Cronbach

Confiabilidad del instrumento de la variable gestión logística

Estadísticas de fiabilidad			
	Alfa de Cronbach	Nº de elementos	Nivel de consistencia
V1= Gestión logística	,977	26	Excelente

Confiabilidad del instrumento de la variable satisfacción del cliente interno

Estadísticas de fiabilidad			
	Alfa de Cronbach	Nº de elementos	Nivel de consistencia
V2=Satisfacción del cliente interno	,892	18	Muy buena

ANEXO 12: Evidencia de la aplicación de los instrumentos

Figura 2

Instrumento-cuestionario vía Google Forms

Preguntas Respuestas 150 Configuración

La Gestión logística y su influencia en la Satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C

Buen día, un gusto saludarte,
Estimado colaborador de empresa Shalom empresarial S.A.C, sus respuestas en el siguiente cuestionario son de mucha importancia ya que contribuirán a una investigación de tipo académica, que busca establecer la relación entre las variables de gestión logística y satisfacción del cliente interno.

De la misma manera se requiere su **consentimiento informado**: Declaro estar informado de la aplicación de la siguiente encuesta

Estoy de acuerdo No estoy de acuerdo

Varias opciones

Nota. Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Shalom Empresarial S.A.C

Figura 3

Aplicación de la entrevista

TESES GESTION LOGISTICA X ACTUAL TURN2 - Word

Angie Geraldine Ramirez Litano

Está compartiendo la pantalla Dejar de compartir

FIGURAS Normal TABLAA Sin espa... Table Pa...

Buscar Reemplazar Seleccionar Complementos

Archivo Inicio Insertar Dibujar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

Portapapeles Fuente Párrafo Estilos

ENTREVISTA

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

ENTREVISTA

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente entrevista, por lo que se le agradece responda todas las preguntas planteadas en esta guía de entrevista

Esta entrevista está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación *Gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno en la empresa Shalom empresarial S.A.C.* Responda cuidadosamente cada pregunta que se le realice y de ante mano muchas gracias.

FECHA: 10-10-2023

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: Gabriel Arturo Ruiz Chávez

ENTIDAD: Empresa Shalom Empresarial S.A.C

Consentimiento informado:

De manera libre y voluntaria, expreso mi aceptación para responder a la presente entrevista

Sí (X) No ()

DATOS ESPECIFICOS

ITEM	RESPUESTA
VARIABLE 1: GESTIÓN LOGÍSTICA	

Página 33 de 111 27439 palabras Español (Perú) Accesibilidad: es necesario investigar

RAMIREZ LITANO ANGIE

Gabriel Ruiz

Alexander Ramirez Ercalada

Nota. Entrevista aplicada al administrador de la empresa Shalom empresarial S.A.C vía zoom

ANEXO 13: Formulación de la base de datos.

Figura 4

Base de datos obtenidos del cuestionario virtual

Nota. Datos obtenidos del cuestionario virtual aplicado a los colaboradores de la empresa Shalom empresarial S.A.C

Figura 5

Procesamiento de datos

Nota. Procesamiento de datos en el programa Spss v28

ANEXO 14:

PROPUESTA

Título de la propuesta: Estrategias de gestión logística para la empresa Shalom Empresarial S.A.C, sede Piura 2023

Introducción

Actualmente, la gestión logística ha evolucionado significativamente en respuesta a las demandas cambiantes de los mercados globales y la creciente complejidad de las cadenas de suministro. En este contexto, la satisfacción del cliente interno ha emergido como un indicador clave del éxito organizacional. Comprender y optimizar las estrategias de gestión logística se ha vuelto crucial para mejorar la satisfacción del cliente interno, ya que estos desempeñan un papel fundamental en la eficiencia y productividad de una empresa.

La gestión logística abarca una serie de procesos, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final. La optimización de estas operaciones no solo reduce costos, sino que también influye directamente en la experiencia y satisfacción de los empleados involucrados en cada etapa. La implementación efectiva de estrategias logísticas no solo impacta la cadena de suministro, sino que también tiene un impacto directo en la moral y la productividad de los colaboradores internos.

En este contexto, se exploran diversas estrategias de gestión logística diseñadas específicamente para mejorar la satisfacción del cliente interno. Al considerar la eficiente planificación, aprovisionamiento, distribución y servicios de calidad, se busca proporcionar un marco integral para que las organizaciones fortalezcan la colaboración, fomenten un ambiente de trabajo positivo y, en última instancia, optimicen la experiencia de sus empleados internos a través de prácticas logísticas eficientes.

Descripción organizacional

La empresa Shalom Empresarial S.A.C, se encuentra ubicada en la Urbanización Parque Industrial - Piura Futura, MZ. G LT. 1A. 26 de octubre – Piura, tiene como propósito principal brindar servicios de transporte de mercadería o conocidas como encomiendas alrededor de todo el país.

Así mismo, la empresa desea mejorar sus servicios logísticos y la vez que estos contribuyan a una mejor satisfacción de los colaboradores, para lograr alcanzar los objetivos y metas que la organización tiene previstas siendo la de mayor importancia brindar un buen servicio a sus clientes externos, esto se lograra mediante una mejora de los procesos logísticos y la contribución de estos para lograr una mejor satisfacción en los colaboradores ya sea mejorando los inventarios, reestructurando las instalaciones interna, manejando la tecnología de geoposicionamiento, brindando capacitaciones que ayudarán a cumplir los objetivos y metas de la empresa.

Actualmente, la empresa presenta gran competencia en su rubro, debido a que los servicios de entrega de mercadería a nivel nacional, compras online aumento en los últimos años, sin embargo la empresa brinda precios accesibles a diferencia de su competencia además como valor agregado el material para su empaquetado es de material reciclado, pero sin embargo una de sus debilidades es la poca participación que tiene los colaboradores dentro de la empresa, se limitan ideas y solo se dedican a desarrollar las actividades diarias.

Visión

Al 2024 lograr un mejoramiento logístico que la convierta en el número uno en el rubro de las empresas de transporte y encomiendas, con atención personalizada, capital humano de calidad y con uso de tecnología moderna.

Misión

Shalom brinda servicios de calidad destacando un precio justo y transmitiendo confianza al cliente día a día.

Objetivos de la propuesta

El objetivo principal de la propuesta es:

Diseñar estrategias de gestión logística para la empresa Shalom Empresarial S.A.C, sede Piura.

Los Objetivos específicos de la propuestos son:

- a) Analizar una estrategia basada en fortalecer los inventarios a tiempo real para la empresa Shalom Empresarial S.A.C, Sede Piura.
- b) Diagnosticar una estrategia basada en el tiempo de entrega de la mercadería en la empresa Shalom Empresarial S.A.C, Sede Piura.
- c) Evaluar una estrategia basada en mantener a los colaboradores capacitados en la empresa Shalom Empresarial S.A.C, Sede Piura.

Justificación

La realización de la propuesta basada en las estrategias de gestión logística para la empresa Shalom Empresarial S.A.C, sede Piura, se relaciona con aquellas razones que permiten demostrar la actualización de los sistemas logísticos, empleando una mejora en los inventarios a tiempo real ya que esto conduce a una mayor eficiencia y reducción de tiempos de espera, lo que impacta positivamente en la satisfacción del cliente interno al mejorar su productividad, mejorar las instalaciones internas, colaboradores capacitados, con la finalidad de generar un mejor servicio tanto interno como externo, además, conduce a una mayor eficiencia y reducción de tiempos de espera, estrategias que contribuyan al fortalecimiento de la cultura organizacional al fomentar la colaboración, la transparencia y la comunicación efectiva entre las distintas áreas ya que una cultura organizacional positiva tiene un impacto directo en la satisfacción y el compromiso de los colaboradores, puesto que una de las principales metas para la empresa es ser los pioneros en el rubro de transportes y empaquetaría.

Matriz de evaluación de los factores internos

Con respecto, a la evaluación de los factores internos de la empresa Shalom empresarial S.A.C, estos fueron obtenidos por medio de los principales hallazgos de los instrumentos que permitieron explicar las fortalezas y debilidades de la empresa.

Tabla 1

Tabla de Factores internos de la empresa Shalom Empresarial S.A.C

Factores internos claves		Escala	Importancia Ponderación	clasificación Evaluación	Valor
FORTALEZAS					
1	Calidad de productos (Maquinaria)	100	18%	4	0.73
2	Reconocimiento de la marca	100	18%	4	0.73
3	Centro de entrega en lugares estratégicos	75	14%	3	0.41
4	Amplio Almacén	100	18%	4	0.73
DEBILIDADES					
1	Falta de experiencia en el segmento de paquetería	50	9%	2	0.18
2	No cuenta con base de clientes fidelizados	50	9%	2	0.18
3	retrasos de entrega	25	5%	1	0.05
4	gestión de inventarios deficientes	25	5%	1	0.05
5	Colaboradores poco capacitados	25	5%	1	0.05
TOTAL		550	100%		3.09

En la matriz interna de la empresa Shalom Empresarial S.A.C, mostró una puntuación de 2.59 para las fortalezas de sus actividades en el rubro transporte y paquetería, sin embargo, mostró una puntuación de 0.50 para las debilidades, por lo que, se puede interpretar que la empresa cuenta con más fortalezas para emplear las herramientas de gestión logística e implementar la satisfacción del cliente tanto interno como externo.

Matriz de evaluación de los factores externos

Con respecto, a la evaluación de los factores internos de Shalom Empresarial S.A.C, estos fueron obtenidos por medio de los principales hallazgos de los instrumentos que permitieron explicar las oportunidades y amenazas.

Tabla 23

Factores externos de la empresa Shalom Empresarial S.A.C

Factores externos claves		Escala	Importancia Ponderación	clasificación Evaluación	Valor
OPORTUNIDADES					
1	Implementación tecnológica	100	15%	4	0.62
2	Alianzas estratégicas de formación profesional que ayuden a mejorar el sistema logístico	100	15%	3	0.46
3	Servicios personalizados	75	12%	3	0.35
4	Crecimiento del comercio electrónico	100	15%	4	0.62
5	Expansión geográfica	75	12%	3	0.35
AMENZAS					
1	Competencia intensiva	50	8%	2	0.15
2	Cambios en la preferencia del consumidor	50	8%	2	0.15
3	Cambios en la legislación en el sector de transporte y paquetería	25	4%	1	0.04
4	vulnerabilidad a crisis económica	25	4%	1	0.04
5	Aumento de precio del combustible	50	8%	2	0.15
TOTAL		650	100%		2.92

En la matriz externa de la empresa Shalom Empresarial S.A.C, mostró una puntuación de 2.38 para las oportunidades de sus actividades en el rubro transporte y paquetería, sin embargo, mostró una puntuación de 0.54 para las amenazas, por lo que, se puede interpretar que la empresa cuenta con más oportunidades para emplear las herramientas de gestión logística e implementar la satisfacción del cliente tanto interno como externo.

Tabla 24

Análisis FODA de la empresa Shalom Empresarial S.A.C

	<p>FORTALEZAS (F)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad de productos (Maquinaria) 2. Reconocimiento de la marca 3. Centro de entrega en lugares estratégicos 4. Amplio Almacén 	<p>DEBILIDADES (D)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de experiencia en el segmento de paquetería 2. No cuenta con base de clientes fidelizados 3. Retrasos de entrega 4. Gestión de inventarios deficientes 5. Colaboradores poco capacitados
<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación tecnológica (geoposicionamiento) 2. Alianzas estratégicas de formación profesional que ayuden a mejorar el sistema logístico 3. Servicios personalizados 4. Crecimiento del comercio electrónico 5. Expansión geográfica 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>Diversificar la mercadería en los diferentes puntos estratégicos de la empresa para realizar una entrega en menor tiempo. (F1, F2, F3, F4, O1, O3, O4, O5)</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>Implementar talleres de capacitación al personal para el mejor manejo de las actividades logísticas (D1, D4,D5,O1,O2)</p>
<p>AMENAZAS (A)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia intensiva 2. Cambios en la preferencia del consumidor 3. Cambios en la legislación en el sector de transporte y paquetería 4. vulnerabilidad a crisis económica 5. Aumento de precio del combustible 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>Aprovechar el reconocimiento de la marca para ampliar la cartera de clientes (A1, A2, A3, A4, A5, F1, F2)</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>Adoptar tecnologías avanzadas, como un software logístico para la visibilidad y el control de la mercadería (D3, D4, A1, A2, A3)</p>

Estrategias FO: Diversificar la mercadería en los diferentes puntos estratégicos de la empresa para realizar una entrega en menor tiempo.

a. Descripción

Para fortalecer uno de los sistemas logísticos de la empresa Shalom Empresarial S.A.C se propone mejorar la eficiencia en los tiempos de entrega a través de la diversificación de la mercadería en puntos estratégicos. Esta estrategia permitirá optimizar la distribución, reducir los plazos de entrega y aumentar la satisfacción del cliente. Se busca implementar un enfoque logístico más ágil y eficiente.

b. Metas

- Reducir en un 20% los tiempos promedio de entrega.
- Aumentar la satisfacción del cliente en un 15%.
- Incrementar la precisión en la entrega del producto en un 10%.

c. Tácticas

- Análisis de Puntos Estratégicos
- Categorizar la mercadería
- Optimización de Inventario

d. Programa estratégico

Fortalecer la diversificación de la mercadería en los diferentes puntos estratégicos de la empresa, se tomará en cuenta realizar un análisis de los puntos que presentan más acogida, realizar un seguimiento continuo de los tiempos de entrega para así lograr realizar ajustes en la distribución basados en el análisis de desempeño en conjunto con la retroalimentación que nos brindara tanto el cliente interno como externo, ya que se tiene como propósito mejorar los tiempos de entrega de la mercadería de la empresa Shalom Empresarial S.A.C en el lapso del periodo del 2024.

e. Cronograma de actividades

Tabla 25

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
coordinación con la gerencia para llevar a cabo la realización de las diferentes actividades	■				
Identificación de los diferentes puntos estratégicos de la empresa		■			
Implementar un nuevo sistema de inventario a tiempo real			■		
Capacitar a los colaboradores para la ejecución del nuevo sistema				■	
Monitoreo continuo					■
Ajustes de resultados					■

f. Costos

Tabla 26

Costos de la estrategia

	INVERSIÓN
Estudios estratégicos de los locales de la empresa	S/2,000.00
Consultoría especializada	S/1,500.00
Servicios Capacitación a los colaboradores	S/2,500.00
Lanzamiento de publicidad para identificación de los lugares estratégicos	S/3,000.00
TOTAL	S/9,000.00

g. Viabilidad

La empresa cuenta con los recursos financieros y humanos necesarios para ejecutar la estrategia de diversificar la mercadería en los diferentes puntos estratégicos de la empresa. Los costos están justificados para cubrir las actividades de investigación y adquisición de los servicios y materiales.

h. Mecanismo de control

- Tiempo promedio de entrega.
- Niveles de satisfacción del cliente.
- Precisión en la entrega.
- Evaluaciones mensuales de los resultados.

Estrategia DO: Implementar talleres de capacitación al personal para el mejor manejo de las actividades logísticas.

a. Descripción

Esta estrategia busca mejorar el manejo de las actividades logísticas dentro de la empresa a través de la implementación de talleres de capacitación para el personal. La logística eficiente es crucial para el éxito de cualquier empresa, y esta iniciativa busca fortalecer las habilidades y conocimientos del equipo, optimizando así los procesos internos.

b. Metas

- Mejorar la eficiencia operativa en las actividades logísticas.
- Reducir errores en la gestión de inventarios y distribución.
- Incrementar la satisfacción del cliente mediante entregas más rápidas y precisas.
- Fortalecer el trabajo en equipo y la comunicación interna.

c. Tácticas

- Realizar un diagnóstico de las habilidades actuales del personal en el área logística.

- Identificar áreas de mejora y desarrollar un plan de capacitación personalizado.
- Diseñar talleres interactivos que aborden temas específicos, como gestión de inventario, optimización de rutas de distribución, uso de tecnologías logísticas, entre otros.
- Incluir sesiones prácticas para aplicar los conocimientos adquiridos.
- Facilitar el intercambio de experiencias entre los participantes.

d. Programa estratégico

Para la implementar talleres de capacitación al personal para el mejor manejo de las actividades logísticas, se tomará en cuenta la evaluación de habilidades y conocimientos actuales de los colaboradores, asimismo se desarrollará un plan de capacitación ejecutando sesiones teóricas y prácticas para que los colaboradores logren obtener un mejor conocimiento, de la misma manera se realizará la medición de mejoras y ajustes en el plan si es necesario, esta estrategia se deberá realizar a lo largo del año 2024.

e. Cronograma de actividades

Tabla 27

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
coordinación con la gerencia para llevar a cabo la realización de las diferentes actividades	■	■														
Diagnostico			■	■												
Diseño del plan de capacitación					■	■										
Implementación de los talleres							■	■	■	■	■	■				
Evaluación de impacto													■	■		
Ajustes de resultados															■	■

f. Costo

Tabla 28

Costo de la estrategia

		INVERSIÓN
Servicios	Honorarios de especialistas en logística	S/4,000.00
	Materiales de capacitación	S/1,000.00
Materiales	Espacio y logística para los talleres	S/1,500.00
	otros gastos	S/1,000.00
TOTAL		S/7,500.00

g. Viabilidad

La inversión en la capacitación del personal logístico se traducirá en beneficios a largo plazo, como la reducción de costos operativos, mayor eficiencia y satisfacción del cliente. Además, el desarrollo de habilidades mejorará la retención de empleados y fortalecerá la posición competitiva de la empresa en el mercado.

h. Mecanismo de control

- Evaluaciones de desempeño antes y después de los talleres.
- Retroalimentación continua durante y después de cada sesión de capacitación.
- Indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir la mejora en la eficiencia logística.
- Revisiones periódicas para ajustar el programa de capacitación según sea necesario.

Estrategia DA: Adoptar tecnologías avanzadas, como un software logístico para la visibilidad y el control de la mercadería

a. Descripción

La estrategia tiene como objetivo la adopción de tecnologías avanzadas, específicamente la implementación de un software logístico, con el fin de mejorar la visibilidad y el control de la mercadería en toda la cadena logística de la empresa. Esta iniciativa busca optimizar la eficiencia operativa, reducir los errores logísticos y aumentar la satisfacción del cliente al ofrecer información en tiempo real sobre la ubicación y el estado de los productos.

b. Metas

- Reducir los errores logísticos y los tiempos de entrega en un 30% durante los primeros 6 meses
- Optimizar el control y seguimiento de la mercadería en un 40% desde el punto de origen hasta el destino final

c. Tácticas

- Investigación y selección de un software logístico que se adapte a las necesidades específicas de la empresa.
- Diseño de un plan de implementación que incluya la capacitación del personal.
- Integración del software con los sistemas existentes para garantizar la interoperabilidad.

d. Programa estratégico

El área de logística y operaciones será responsable de la implementación de esta estrategia identificando a proveedores de software logísticos, brindando capacitaciones a los colaboradores y realizando un monitoreo continuo, se desarrollará durante el año 2024, con distintas etapas para asegurar una transición eficiente y efectiva.

e. Cronograma de actividades

Tabla 29

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES 1			MES 2			MES 3			MES 4		
Identificación de proveedores de software de gestión de inventario avanzado.	■	■	■									
Evaluación y selección del sistema más adecuado para las necesidades de la empresa.			■	■								
Instalación y configuración del sistema seleccionado.				■								
Capacitación del personal en el uso del nuevo software y nuevos procedimientos logísticos.					■	■	■					
Refinamiento de procesos logísticos basados en los resultados iniciales.							■	■				
Implementación de medidas correctivas basadas en el monitoreo de los primeros resultados.									■	■	■	
Planificación de mejoras a largo plazo para la logística de la empresa.											■	■

f. Costos

Tabla 30

Costos de la estrategia

		INVERSIÓN
	Adquisición de software logístico (gestión de inventario)	S/4,000.00
Servicios	Capacitaciones al personal para el uso del software	S/2,000.00
	Gastos operativos durante la fase de ajustes	S/1,500.00
	Posibles gastos adicionales	S/1,000.00
TOTAL		S/8,500.00

g. Viabilidad

La empresa cuenta con los recursos financieros y recursos humanos necesarios para implementar esta estrategia, La implementación del software logístico se considera viable debido a la mejora esperada en la eficiencia operativa y la reducción de costos a largo plazo. Se espera un retorno de la inversión (ROI) positivo en un plazo razonable.

h. Mecanismos de control

- Tiempo promedio de despacho y entrega de mercadería.
- Índice de errores en la entrega de mercadería.
- Retroalimentación y evaluación del cliente sobre la mejora en la entrega de la mercadería.

ESTRATEGIA FA: Aprovechar el reconocimiento de la marca para ampliar la cartera de clientes

a. Descripción

La empresa busca capitalizar su reconocimiento de marca actual para expandir su base de clientes. Este enfoque estratégico tiene como objetivo aumentar la participación en el mercado y fortalecer la posición competitiva.

b. Metas

- Incrementar la cartera de clientes en un 20% en los próximos 12 meses.
- Mejorar la percepción de la marca entre los clientes existentes y potenciales.
- Aumentar la facturación en un 15% gracias a la expansión de la clientela.

c. Tácticas

- Análisis de la marca
- Segmentación del mercado
- Realizar colaboraciones estratégicas
- Realizar campañas de marketing

d. Programa estratégico

Para la implementación de esta estrategia iniciará evaluando la percepción de la marca de la empresa, así mismo identificar nuevos segmentos objetivos e implementar campañas de marketing para cada segmento encontrado, La ejecución de esta estrategia se llevará a cabo a lo largo de un período de cuatro meses del próximo año. Se deberá asignar un equipo multidisciplinario, involucrando tanto el área de marketing como el equipo de atención al cliente.

e. Cronograma de actividades

Tabla 31

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES 1			MES 2			MES 3			MES 4		
coordinación con la gerencia para llevar a cabo la realización de las diferentes actividades	■	■										
Realizar un análisis de la marca			■	■								
Análisis de datos de la cartera existente para identificar áreas de oportunidad				■	■							
Lanzamiento de campañas publicitarias dirigidas a los						■	■	■				

nuevos segmentos identificados.																			
Evaluación y ajuste de las estrategias en función de los resultados obtenidos.																			
Consolidación de la expansión de mercado lograda.																			
Análisis de resultados y preparación para el próximo año.																			

f. Costos

Tabla 32

Costos de la estrategia

		INVERSIÓN
Investigación de mercado y análisis de datos	Pago de consultor para el análisis de la marca y cartera de clientes	S/3,000.00
Marketing y Publicidad	Producción de contenido publicitario	S/500.00
	Capacitación de a los colaboradores para el manejo de campañas publicitarias	S/2,000.00
Desarrollo de Nuevos Servicios o Productos	Investigación y desarrollo para nuevos productos/servicios	S/1,500.00
TOTAL		S/7,000.00

g. Viabilidad

La empresa cuenta con la infraestructura necesaria y recursos financieros para llevar a cabo esta estrategia. La inversión se espera que sea rentable considerando el aumento proyectado en la cartera de clientes y la facturación. La estrategia se basa en un análisis sólido de la marca y la identificación de oportunidades de mercado.

h. Mecanismos de control

- Indicadores Clave de Rendimiento (KPI): Seguimiento regular de la expansión de la cartera de clientes, el aumento de la facturación y la mejora de la percepción de la marca.
- Evaluaciones Periódicas: Revisiones mensuales para evaluar el progreso y realizar ajustes según sea necesario.
- Retroalimentación del Cliente: Recopilación de comentarios de clientes a través de encuestas y análisis de redes sociales para ajustar estrategias.

Tabla 33

Resumen de las estrategias y costos

	ESTRATEGIAS PROPUESTAS	COSTOS
FO	Diversificar la mercadería en los diferentes puntos estratégicos de la empresa para realizar una entrega en menor tiempo.	S/9,000.00
DO	Implementar talleres de capacitación al personal para el mejor manejo de las actividades logísticas.	S/7,500.00
DA	Adoptar tecnologías avanzadas, como un software logístico para la visibilidad y el control de la mercadería	S/8,500.00
FA	Aprovechar el reconocimiento de la marca para ampliar la cartera de clientes	S/7,000.00
	TOTAL	S/32,000.00

Tabla 34*Ingresos y egresos de la empresa Shalom Empresarial S.A.C*

DETALLE	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
Ingresos	5,973,197.03	4,973,197.03	5,967,836.44
Egresos	2,193,404.57	2,001,194.85	2,401,433.82
(Ing-Egre)	3,779,792.46	2,972,002.18	3,566,402.62

En cuanto al margen de utilidad que represento los datos económicos y financieros de la empresa Shalom Empresarial S.A.C, mostró para el periodo 2022, un valor de S/. 3,779,792.46. Para el periodo 2023 se espera un cierre de 2,972,002.18 entre los ingresos y egresos, se espera aumentan un 20%, por ello, se muestra como ingresos a S/. 5,967,836.44 y egresos un S/. 2,401,433.82, influyendo en el costo de inversión de las estrategias propuestas, obteniendo un valor proyectado de S/. 3,566,402.62, lo cual permitirá mejorar la calidad de los servicios logísticos de la empresa Shalom Empresarial S.A.C de la ciudad de Piura.

Tabla 35*Evaluación de beneficio sobre costo*

DETALLES	VALORES
Beneficio	5,983,197.03
Costo	3,102,302.00
B/C	1.92

En consideración al B/C, permitiendo concluir que por cada S/. 1 de inversión, se obtendrá una recuperación de S/. 1.92, indicando que la ejecución de las estrategias está relacionada con implementar los sistemas logísticos para fortalecer el desempeño de los colaboradores, estrategia para diversificar la mercadería en puntos estratégicos, adoptar tecnologías avanzadas que ayuden al sistema logístico y estrategias para incrementar la cartera de clientes, demuestra que la empresa, cuenta de los recursos económicos y financieros para solventar los costos durante el periodo 2024.