



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Logística Integral y Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro S.A.C.
Ate, 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

LUIS GERARDO CCOILLO YARANGA

ASESOR:

MG. VÍCTOR RAÚL PRADO CARDONA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES**

LIMA – PERÚ

2018


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
 N°003D-2018-I-UCV Lima Ate/EP ADM/PFA.-DI.

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCIÓN DIRECTORAL **N°015-2018-I-UCV Lima Ate/EP ADM/PFA.-DI.** de la Escuela Profesional de Administración acuerdan:

PRIMERO.-

Aprobar pase a publicación ()
 Aprobar por unanimidad ()
 Aprobar por mayoría (X)
 Desaprobar ()


La tesis presentada por el (la) estudiante CCOILLO YARANGA LUIS GERARDO, denominado:

LOGÍSTICA INTEGRAL Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DASPRO S.A.C. ATE, 2018

SEGUNDO.- Al culminar la sustentación, el (la) estudiante CCOILLO YARANGA LUIS GERARDO, obtuvo el siguiente calificativo:

NOTA	LETRAS	CONDICIÓN
12	DOCE	APROBADO POR MAYORIA

Presidente (a): MGTR. Prado Cardona Victor Raul



 Firma

Secretario: MGTR. Escobedo Apestegui Franklin Macdonald


 Firma

Vocal: MGTR. Flores Ballesteros Teodoro Emilio


 Firma



 Mgtr. Katherine Gonzales Figueroa
 Coordinadora de Escuela
 UCV – Lima Ate

C.c: Archivo
 Escuela Profesional, Interesados, Archivo

Somos la universidad de los
 que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

DEDICATORIA

A mi familia, a mi madre y hermanos por siempre motivarme en todo momento hacia mi desarrollo profesional.

A mis hijas especialmente, porque ellas ven en mí su ejemplo de perseverancia para alcanzar el objetivo de ser profesional.

A Dios por darme paciencia y perseverancia para alcanzar este logro profesional

AGRADECIMIENTO

Esta tesis está dedicada a aquellas personas que de alguna manera contribuyeron a cumplir este objetivo a los docentes de la institución que a través de sus enseñanzas en estos 5 años de universidad permitieron este logro.

En especial un agradecimiento a mi asesor Víctor Raúl Prado Cardona por su apoyo y asesoramiento en esta tesis.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Luis Gerardo Ccoillo Yaranga con DNI 21538963, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Asimismo autorizo a la Universidad Cesar Vallejo publicar la presente investigación si lo cree conveniente.

Lima, Junio de 2018



Luis Gerardo Ccoillo Yaranga
DNI Nro 21538963

PRESENTACION

La presente tesis lleva como título: Logística Integral y satisfacción del cliente en la empresa Daspro S.A.C. Ate, 2018 que fue realizada en mi centro de labores en el año 2017, debido a la disminución de clientes potenciales, quejas y pérdida de cartera.

En el presente tesis se realizó una correlación entre la Logística Integral y la Satisfacción del Cliente con la cual nos desarrollamos en la empresa Daspro Sac, cabe mencionar que la Logística Integral es básico para el buen desempeño y funcionamiento de los procesos que busca la satisfacción y el mejoramiento del servicio para ello es necesario contar con herramientas y medios tecnológicos que nos permitan mejorar la cadena de suministro.

La presente investigación se estructura en capítulos; en el primer capítulo se encuentra la descripción de los hechos reales del problema de investigación de la misma manera las diversas posturas de autores que contribuyen con sus tesis a la presente investigación, en el segundo capítulo se encuentra el problema de investigación de este trabajo, también se eligió una población y una muestra para luego sea aplicada la recolección de datos , en el tercer capítulo se encuentra los resultados de la recolección de datos y su procesamiento , en el cuarto capítulo se compararan los resultados que se obtienen mediante una investigación más estructurada, en el quinto capítulo se considera las conclusiones en base a los objetivos y asimismo el sexto capítulo se plantean las recomendaciones y por último en el séptimo capítulo las referencias bibliográficas y anexos.

El Autor

INDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	i
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACION	vi
INDICE DE TABLAS.....	ix
INDICE DE GRAFICOS.....	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
I INTRODUCCIÓN.....	xii
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	13
1.2 TRABAJOS PREVIOS	15
1.2.1 Antecedentes Internacionales	15
1.2.2 Antecedentes nacionales	17
1.3 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA	18
1.3.1 Logística integral	18
1.3.2 Satisfacción del cliente.....	23
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	27
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	27
1.6 HIPÓTESIS.....	28
1.7 OBJETIVOS.....	29
II. METODO.....	30
2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	31
2.3 VARIABLES, OPERACIONALIZACION	32
2.4 POBLACION Y MUESTRA.....	33
2.4.1 Población	33
2.4.2 Muestra	33

2.4.3	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	34
2.5	MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS	36
III.	RESULTADOS	38
3.1	ANÁLISIS DESCRIPTIVO	39
3.2	PRUEBA DE NORMALIDAD	47
3.3	PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	47
IV.-	DISCUSIÓN	52
V.	CONCLUSION.....	56
VI	RECOMENDACIONES.....	58
VII.	REFERENCIAS.....	60
ANEXOS	63

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Operacionalización de la variable independiente: Logística integral	32
Tabla 2.	Operacionalización de la variable independiente: Satisfacción del Cliente	33
Tabla 3.	Interpretación del coeficiente de confiabilidad	35
Tabla 4.	Resumen de procesamiento de Logística integral	35
Tabla 5.	Estadística de fiabilidad de logística integral	35
Tabla 6.	Resumen de procesamiento de satisfacción del cliente	36
Tabla 7.	Estadística de fiabilidad de satisfacción del cliente	36
Tabla 8.	Cuadro de estadística descriptiva variable 1	39
Tabla 9.	Cuadro de estadística descriptiva variable 2	40
Tabla 10.	Cuadro de estadística descriptiva dimensión 1 de la variable 1	41
Tabla 11.	Cuadro de estadística descriptiva dimensión 2 de la variable 1	42
Tabla 12.	Cuadro de estadística descriptiva dimensión 3 de la variable 1	43
Tabla 13.	Cuadro de estadística descriptiva dimensión 1 de la variable 2	44
Tabla 14.	Cuadro de estadística descriptiva dimensión 2 de la variable 2	45
Tabla 15.	Cuadro de estadística descriptiva dimensión 3 de la variable 2	46
Tabla 16.	Resumen de procesamiento de casos	47
Tabla 17.	Cuadro de Rho Spearman Variable 1 y Variable 2	48
Tabla 18.	Cuadro de Rho Spearman Variable 1 y Dimensión 1	49
Tabla 19.	Cuadro de Rho Spearman Variable 1 y Dimensión 2	50
Tabla 20.	Cuadro de Rho Spearman Variable 1 y Dimensión 3	51

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1.	Gestión integrada del Gestión Logística	20
Grafico 2.	Logística Integral	39
Grafico 3.	Satisfacción del Cliente	40
Grafico 4.	Logística de Suministro (Agrupado)	41
Grafico 5.	Logística de Producción (agrupado)	42
Grafico 6.	Logística de Distribución (agrupado)	43
Grafico 7.	Tangibilidad (agrupado)	44
Grafico 8.	Fiabilidad (agrupado)	45
Grafico 9.	Empatía (agrupado)	46

RESUMEN

La trabajo de investigación, lleva como título "Logística Integral y Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro S.A.C. Ate, 2018 ", esta fue realizada en septiembre del 2017, permitiendo dar respuesta a una problemática "Qué relación existe entre la logística integral y la satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC Ate, 2018" y alcanzar el objetivo planteado que fue "Determinar la relación entre la logística Integral y la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC, Ate, 2018"

Se comprobó que la hipótesis "Qué relación existe entre la logística integral y la satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC Ate, 2018" para cual se utilizó el método de Spearman dio como resultado al procesar el programa SPSS, un nivel de significación de 0,01 lo que significa que es menor al valor del nivel significación (0.05) por ello se decidió aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula. Además para saber el nivel o grado de relación se utilizó el estadístico RHO SPEARMAN, y se obtuvo como resultado 0.583 lo que significa existe una moderada relación.

La metodología utilizada para elaborar la presente informe de investigación tuvo un enfoque cuantitativo, el diseño de investigación fue no experimental, la muestra estuvo conformada por 30 personas, la técnica de investigación planteada ha sido la encuesta y el instrumento fue el cuestionario.

Palabras claves: estudio de mercado, ventaja competitiva, estrategias, oferta, demanda, calidad, capacitación, obras.

ABSTRACT

The research work entitled "Integral logistics and customer satisfaction in Daspro SAC Ate, 2018", was carried out in September 2017, which allows us to respond to a problem "What is the relationship between integral logistics and customer satisfaction? in the company Daspro SAC? Ate, 2018 "and to achieve the set of objectives that was"

Determine the relationship between integral logistics and customer satisfaction in Daspro SAC, Ate, 2018 " It was shown that the hypothesis "What is the relationship between integral logistics and customer satisfaction in the company Daspro SAC Ate, 2018" for which the Spearman method was used resulted in the processing of the SPSS program, a level of significance of 0, 01 which means that it is less than the value of the level of significance (0.05). Therefore, it was decided to accept the research hypothesis and reject the null hypothesis. In addition, to know the level or degree of relationship, the RHO SPEARMAN statistic was used, and 0.583 was obtained, which means that there is a moderate relationship.

The methodology used to prepare this research report had a quantitative approach, the design of the research was not experimental, the sample consisted of clients that were 45 people, the research technique was the survey and the instrument was the questionnaire.

Key words: market study, competitive advantage, strategies, supply, demand, quality, training, jobs.

I INTRODUCCIÓN

1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA.

En el Mundo, los países como Japón, Europa y Estados Unidos consideran que la logística integral está alineada al manejo de los costos de producción en las industrias y pequeñas empresas. La mala gestión logística forma parte de la problemática actual y es una de las variables frecuentes que afectan a la rentabilidad de las industrias, por ello la logística integral cumple una función estratégica que engloba procesos y todas se relacionan entre clientes y proveedores. Se otorga mucha importancia a factores de la Logística ya que estos se relacionan con la adquisición y suministro de los equipos, materiales y suministros que se requieren para cumplir un determinado proceso. Los expertos logísticos de las compañías siempre han coordinado la gestión de aprovisionamiento de los suministros y materiales y el reporte continuo de los insumos, como aspectos importantes que dan fluidez al sistema productivo. Resulta de gran importancia tener en cuenta que el objetivo de la logística es hacer prioritarias las necesidades del cliente, introducir la flexibilidad necesaria en la distribución para satisfacer las necesidades de un mercado cambiante, reaccionar rápidamente ante los pedidos del cliente y eliminar todos los stocks innecesarios haciendo que los pedidos del cliente sean atendidos del proceso productivo. Conforme las empresas se esfuerzan por lograr un nivel más elevado de competitividad a nivel mundial, la administración eficaz de la logística, con especial atención a las compras, la gestión de materiales y la distribución de los productos y servicios, se ha convertido en un campo de gran interés, pasando a desempeñar un papel crítico en la reestructuración y restauración de las industrias que intentan ganar o recuperar una posición mundial logrando satisfacer las necesidades de los clientes.

A nivel de América Latina, países como Chile, Brasil, Colombia y Ecuador, consideran que existen factores en la logística que determinan las causas y efectos que conllevan a un deficiente manejo de los procesos de producción en las industrias. La gestión de compras y abastecimientos, la gestión de inventarios, la gestión de centros de distribución y almacenes y la gestión del transporte y distribución, afectan a la logística integral la que genera incrementos en el costo del producto, costo de mano de obra, costo de materiales, costos indirectos de

fabricación y costo por órdenes de trabajo. No existe un correcto cumplimiento de la misión fundamental de la logística empresarial que es colocar los productos adecuados bienes y servicios en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a la rentabilidad. No existe el cumplimiento del objetivo que es la satisfacción de los clientes en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad.

En el Perú la empresa Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston es una empresa internacional con muy buenas prácticas de gestión logística lo que le permite manejar pedidos frecuentes, conocer bien el mercado y sus canales de venta, y mantener bajos sus inventarios. A nivel de procesos su columna vertebral es la metodología de planeación de ventas y operaciones que le ha permitido gestionar la Cadena de Suministro en combinación con una fuerte inversión en tecnología y personas. Sin embargo, la problemática que afronta es la complejidad geográfica que reta desde el punto de vista de abastecimiento en las distintas regiones. Recorrer un kilómetro en la sierra es mucho más costoso que uno en la costa porque es más lento y por ende menos eficiente debido a la sinuosidad del camino y la falta de acceso a las muchas zonas. El mismo efecto se ve en la selva donde las condiciones climáticas deterioran aceleradamente las vías obligando a usar en muchos casos vías alternas en mal estado. Otro tema importante es la inseguridad que se vive en algunas localidades y tramos de las vías (debido a algunos conflictos sociales). En el almacenaje, las diversas condiciones geográficas obligan en muchos casos a buscar alternativas para conservar la frescura del producto a fin de mantener la calidad del mismo. En el Perú, solo algunas empresas de producción cuentan con sistemas informáticos para el proceso de la planificación de materiales; y otras tienen procesos semi automatizados que induce a serios errores en la gestión disminuyendo la productividad. Es por esto que el control de la planificación de materiales es de vital importancia para las empresas de producción. Es importante remarcar que toda empresa logra crecer, siempre que logre satisfacer las expectativas de los clientes, es por ello que se tienen muchas empresas innovando constantemente sus productos o dotan de nuevos atributos para lograr posicionarse en el mercado.

Así también vemos que en el sector avícola hay una lucha tradicional por el

mercado que ha enfrentado a los empresarios en una carrera frenética por incrementar sus negocios y su mayor participación por ello es importante su logística.

En la empresa Daspro SAC, una empresa comercializadora de aves vivas, dedicada a la distribución, el mayor problema se encuentra en el tema logístico por lo que es complicado satisfacer las demandas que se requiere referentes a la calidad del producto, gestión de entrega, el manejo de stock lo que provoca desazón, inconformidad en los clientes.

Esta inconformidad hace un cliente insatisfecho, el no tener un producto bueno, que llega tarde y que no cumpla con los requerimientos que solicito con anticipación hace este decida por productos disponibles de la competencia.

El deficiente manejo logístico de esta empresa, da paso a una serie de problemas ya que es un factor que impide al crecimiento y desarrollo de la organización, esto lleva consigo la insatisfacción en los clientes, siendo la razón principal para que la empresa pierda credibilidad por parte de los mismos, de igual manera el incumplimiento de plazos pactados para la entrega de sus productos, generaría inseguridad, molestias en los clientes, y esto conllevaría a que el cliente no vuelva a confiar en la palabra de los vendedores de la empresa.

Por lo tanto para Meseron (2010:45) la logística, es la gestión y proceso de planificar, implementar y controlar el flujo eficiente de materias primas en el almacén, productos semi-elaborados o terminados, y de manejar la información relacionada desde el lugar de origen hasta el lugar de consumo, con el propósito de satisfacer los requerimientos de los clientes (...) además es un sistema con actividades interdependientes que pueden variar de una organización a otra, pero normalmente incluirán las siguientes funciones: Transporte, Almacenamiento, Compras, Inventarios, Planeación de producción Gestión de personal, Embalaje y Servicio al cliente.

1.2 TRABAJOS PREVIOS

1.2.1 Antecedentes Internacionales

Álvarez (2012), en su tesis "Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados Gubernamentales", para optar el

grado de magister en sistemas de calidad. Venezuela, Universidad católica Andrés Bello. Su objetivo fue determinar el grado de satisfacción de los clientes, con respecto a la calidad de servicio ofrecido, en una red de supermercados del gobierno. El tipo de investigación es aplicada y concluye que el instrumento aplicado a los clientes se denomina CALSUPER para medir la satisfacción del cliente el cual posee cuatro dimensiones para medir dieciocho atributos utilizando una escala de ponderación del 1 al 5, donde 1 era la menor puntuación posible y 5 la mayor. El cliente considera que el servicio supera lo esperado, en relación con la dimensión “interacción personal”, indican que el personal de PDVAL es amable transmitiendo seguridad y percibe que el personal está dispuesto ayudar a los clientes y que nunca están demasiado ocupados para orientarles a una mejor compra.

Ante esto se considera la importancia de realizar mediciones que permitan conocer la capacidad de respuesta del cliente respecto a un producto o servicio, esta evaluación garantiza de forma articulada y sistémica el desarrollo de una serie de procesos que al final contribuirán conocer el grado de satisfacción del cliente.

Toniut (Toniut, 2013), en su tesis titulada “La medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Mar de Plata”, para optar el grado de magister en Administración de Negocios. Argentina, Universidad Mar de la Plata, Facultad de ciencias económicas y sociales. Su objetivo fue diseñar e implementar un modelo para medir la satisfacción del cliente en supermercados de Mar de Plata. El método de investigación es correlacional siendo el modelo adecuado para medir la satisfacción del cliente. El modelo permite determinar cómo se forman las expectativas de los clientes en el supermercado, cómo evaluar la satisfacción del cliente que sirva para establecer mejores estrategia de servicio al cliente. Sin embargo, los indicadores de satisfacción no deben de relajar o desmoralizar a las empresas, estos puntos de comparación o medición deben servir de base para el diseño de un plan de acción tendiente a mejora del servicio y buscando que los clientes queden conformes.

Castellanos (Castellanos, 2012) , en su tesis “Diseño de un sistema logístico de planificación de inventarios para aprovisionamiento en empresas de distribución

del sector de productos de consumo masivo”, para optar el de grado Master en logística, San Salvador: Universidad Francisco Gavidia, en empresas de distribución de productos de consumo masivo del área metropolitana de San Salvador, aplicable a pequeña, mediana y gran empresa. El resultado de esta investigación ha permitido comprobar una realidad de la industria salvadoreña en el sector de distribución de productos de consumo masivo, relacionada a la planificación de inventarios, una realidad que muy pocas veces puede ser analizada por la falta de conocimiento y especialización que se tiene en el país en estas disciplinas.

Por ello considera la necesidad de diseñar un sistema logístico utilizando herramientas tecnológicas que permita minimizar los problemas que enfrenta la gestión de inventarios, que por lo general causan altos costos financieros, por ello la utilización de este sistema logístico permitirá prevenir pérdidas por obsolescencia y aumentar el flujo de efectivo.

1.2.2 Antecedentes nacionales

Rodas (2013), en su tesis “Propuesta de mejora en la Gestión Logística Operativa de la empresa Transportes Línea S.A., para reducir los costos logísticos” – Lima, su objetivo fue diseñar una propuesta de mejora en la gestión logística operativa, para reducir los costos logísticos en la empresa Transportes Línea S.A. la investigación es de tipo descriptiva, siendo la población los artículos de almacén, los instrumentos; la clasificación de materiales está de acuerdo a su categoría y control estricto de stocks. En conclusión el procedimiento de almacén recepción y despacho de la propuesta será reducir el tiempo en un 46% equivalente a 12 min.

Esta propuesta de mejora permitirá efectuar una óptima gestión de suministro integrando actividades logísticas con otras funciones, incluyendo las ventas, comercialización, finanzas y la tecnología de información, así como también el servicio al cliente.

García (2011), en su tesis “Medición de la satisfacción del cliente en una empresa retail” – Piura. Método análisis descriptivo. Concluye: Que la apreciación del cliente respecto al conocimiento que el vendedor tiene del producto, no mantiene un estándar de calidad. Por lo tanto, habría que desarrollarse programas

que mejoren el desempeño del personal de ventas con respecto al conocimiento del producto. Disponibilidad del personal de ventas en el análisis de los gráficos de control de esta dimensión, se observa que las medias se encuentran bajo control en los límites de 3.60 a 4.84, los cuales implican que la empresa se encuentra en un estándar de calidad para la satisfacción del cliente en la disponibilidad del personal de ventas.

La estrategia consiste en medir la satisfacción del cliente y la calidad de servicio, como un plan de recuperación efectiva del cliente perdido, así como impulsar la orientación del empleado hacia el cliente creando una cultura de servicio.

Alva, Reyes y Villanes (2011), en su tesis "Propuesta de mejora en la logística de entrada en una empresa Agroexportadora-Lima", para optar el grado de Magister en gestión de operaciones y logística, su objetivo fue crear ventajas competitivas a fin de asegurar la satisfacción de los clientes internos y externos mediante la entrega oportuna de los materiales y servicios a través de la adquisición, control de inventario, almacenamiento en el lugar adecuado así como los servicios para mantener los ya existentes. Consideran importante la permanente capacitación del personal, mantener informado al gerente general sobre la marcha del departamento, identificar los materiales obsoletos y sin movimiento en los almacenes, identificar grupos para los materiales según afinidad y características. Buscan mejorar mediante un mapeo de productos de alta rotación en la identificación de cuellos de botella que son generadas en cada actividad, una re-catalogación de los materiales para ver un mejora abastecimiento y evitar la obsolescencia en los stocks, esto con la finalidad de lograr tener una plataforma para encaminar la logística integral competitiva acorde con la visión de la empresa.

1.3 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA

1.3.1 Logística integral

Según Anaya (2011), la logística Integral es:

"El control de flujo de materiales desde la fuente de aprovisionamiento hasta situar el producto en el punto de venta de acuerdo a los requerimientos del cliente" (p.25).

Con relación a Anaya una adecuada gestión logística permite el flujo de los productos a través de distintos procesos que van desde el aprovisionamiento hasta el consumidor final.

Según Mora (2010), la logística es:

Una actividad interdisciplinaria que vincula las diferentes áreas de la compañía, desde la programación de compras hasta el servicio postventa; pasando por el aprovisionamiento de materias primas; la planificación y gestión de la producción; el almacenamiento, manipuleo y gestión de stock, empaques, embalajes, transporte, distribución física y los flujos de información (p.6).

Que permitirán según Mora disponer del material adecuado, en la cantidad adecuada para el momento adecuado pero con un costo mínimo a fin de satisfacer al cliente un producto de calidad y de buen servicio.

Por su parte Casanova y Cuatrecasas (2011), consideran que la logística:

Controla e implementa de manera eficiente y eficaz el flujo y almacenamiento de materia prima, producto en proceso y productos terminados, con la información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes (p.15).

Casanova nos aclara que la gestión de inventarios ayudara nos ayudara a tener mayor funcionabilidad en lo procesos de la cadena de suministro. También Anaya (2013) considera que la logística, “está relacionada con el aprovisionamiento, fabricación, almacenaje y distribución de productos” (p. 20).

Del mismo modo Broewesox, Closs y Cooper (2007), sobre la logística manifiestan que: se enfoca en la responsabilidad para diseñar, y administrar sistemas con el fin de controlar el movimiento y posicionamiento geográfico de la materia prima, el trabajo en proceso y el inventario terminado al costo total más bajo, esto significa que los activos financieros y humanos comprometidos con la logística deben mantenerse al mínimo. También es necesario mantener al mínimo posible los gastos operativos. Es desafiante integrar la combinación de recursos, habilidades y sistemas requeridos para lograr una logística adecuada, pero una vez obtenida, es difícil que los competidores dupliquen tal capacidad integrad (p. 22).

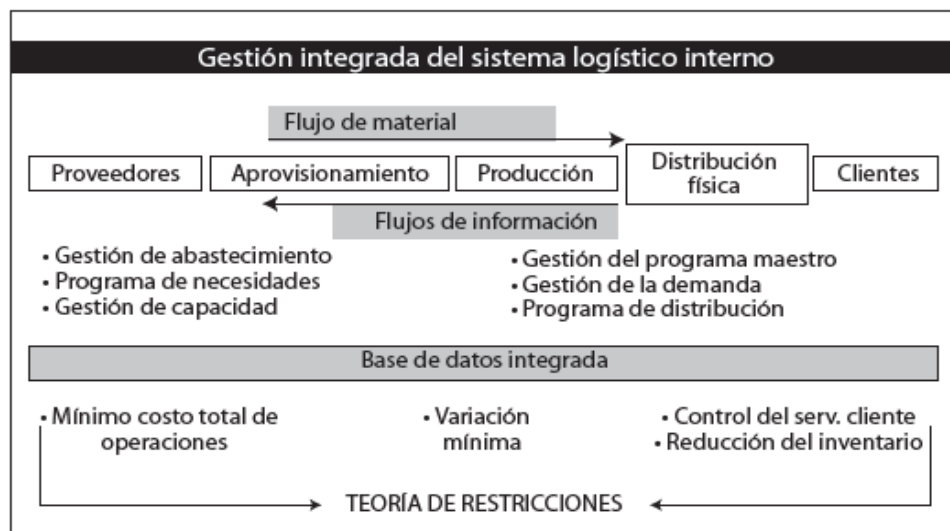


Grafico 1. Gestión integrada del Gestión Logística

Fuente: (Mora, 2010, p.13)

Finalmente Ballau, Ronald (Ballau, 2004) , considera que la logística “lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficientes y efectivos de bienes y servicios, así como la información relacionada, desde el punto de origen hasta los puntos de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes” (p. 4). Ante esto nos evidencia el autor que la adecuada gestión logística estaba basada en la información implícita a lo largo de la cadena con la finalidad de maximizar la rapidez en el flujo del producto a fin de buscar una satisfacción del cliente.

Importancia de la gestión logística

Según Mora (2010), la importancia de la logística viene dada por:

La necesidad de mejorar el servicio al cliente, optimizando la fase de mercadeo y transporte al menor costo posible. Algunas de las actividades son las siguientes: Aumento en líneas de producción, Eficiencia en la producción, alcanzar niveles altos de manufactura, Mantenimiento de niveles de inventarios cada vez menores en la cadena de distribución y desarrollo de sistemas de información (p.6).

Características de la gestión logística

Según Mora (2010), La logística es:

Una actividad interdisciplinaria que vincula las diferentes áreas de la compañía,

desde la programación de compras hasta el servicio postventa; pasando por el aprovisionamiento de materias primas; la planificación y gestión de la producción; el almacenamiento, manipuleo y gestión de stock, empaques, embalajes, transporte, distribución física y los flujos de información (p.6).

Mora (2010), sostiene:

Las compras se constituyen en la primera función de la cadena de suministro. Esto debido a que el inicio de este importante proceso depende de las necesidades de materias primas y materiales de empaque identificado para los procesos productivos, tal determinación de actividades nace de la planeación y pronóstico de la demanda que realice una determinada compañía. Sin embargo, la función de compras se integra a este proceso, al igual que al de innovación y desarrollo, como un agente conocedor de las fuentes de aprovisionamiento y, por ende, de aquellos actores capaces de satisfacer de manera óptima los requerimientos de adquisición de la empresa (p.39).

Abastecimiento

Mora (2010) considera que el abastecimiento:

Se presenta como encaminada a la adquisición, reposición y, en general, a la administración y entrega de materiales e insumos indispensables para el adecuado desempeño de la organización; con el objetivo de obtener calidad, cantidad y precio justo; con un equilibrio sostenido entre la compañía y el proveedor para beneficio mutuo (p.42).

Inventarios

“Los inventarios son recursos utilizables que se encuentran almacenados en algún punto específico del tiempo” (Mora 2010, p.70). Esto nos permite identificar stocks de productos, que permitan satisfacer las demandas del mercado. Cliente que encuentra lo que busca, es un cliente que volverá a comprar.

Almacenamiento

Mora (2010) Una bodega o almacén se define como:

Un espacio planificado para ubicar, mantener y manipular mercancías y materiales. Dentro de esta definición hay dos funciones dominantes: el almacenamiento y el

manejo de materiales. El papel que tiene una bodega en el ciclo de abastecimiento de la empresa depende de la naturaleza de la misma. En algunas ocasiones, será un punto de paso donde se descompone el flujo de materiales, conformado por unidades de empaque, para despachar las cantidades que necesitan los clientes. En este caso, el almacenaje no tiene tanta relevancia como el manejo de materiales (p.100).

DIMENSIONES DE LA LOGÍSTICA INTEGRAL

Logística de suministros

Según Anaya (2011), se trata de “aquellos productos, equipos y materiales que necesitan en la empresa para realizar las diversas actividades tanto de servicio como de producción, donde intervienen los proveedores y la materia prima requerida” (p.237).

Logística de producción

Según Anaya (2011), se refiere a “la gestión de producción o también llamada logística interna, que tiene que ver con la mayor eficacia y eficiencia del sistema de producción” (p. 199)

Logística de distribución

Según Anaya (2011), tiene que ver con el flujo de materiales y de materiales que pueden producirse también en un entorno virtual, buscando brindar un mejor servicio y costos (p.133)

Control proactivo de flujo de materiales

Anaya (2011), considera que: Tiene como misión comprobar que se dispone de los recursos necesarios antes de establecer un programa de producción o servicio que generan pedidos que finalmente no se podrá cumplir con la entrega oportuna a los clientes. Por lo tanto es preciso no lanzar programas de fabricación si no tenemos la certeza de poder atenderlos (p.32).

Planta de distribución

Según Anaya (2011), se basa en “la creación de un centro de distribución que recoge los pedidos desde una amplia red de proveedores para a su vez distribuirlos directamente a los puntos de venta o entrega de la mercancía” (p. 147).

1.3.2 Satisfacción del cliente

Los primeros estudios sobre satisfacción del consumidor se basan en la evaluación cognitiva valorando aspectos tales como atributos de los productos, la confirmación de las expectativas y los juicios de inquietud entre la satisfacción y las emociones generadas por el producto, solapando los procesos que subyacen del consumo y la satisfacción (Oliver, 1989, 1992; Westbrook, 1987; Westbrook y Oliver, 1991).

Según Hoffman y Bateson (2012), “la satisfacción del cliente es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real de servicio (p.289).

Según Philip y Armstrong (2012) “la satisfacción del cliente “depende del desempeño percibido del producto, relacionado con las expectativas del comprador. Si el desempeño excede las expectativas, el cliente estará satisfecho” (p.14).

Valor y satisfacción del cliente

Según Kotler y Armstrong (2012), manifiestan que:

Por lo general los consumidores se enfrentan a una gran colección de bienes y servicios que podrían satisfacer una necesidad específica. Cómo eligen entre muchas ofertas de marketing Los clientes se forman expectativas acerca del valor y la satisfacción que diversas ofertas de marketing les brindarán, y compran de acuerdo con ellas. Los clientes satisfechos compran nuevamente y le cuentan a otros individuos sobre sus buenas experiencias. Los clientes insatisfechos con frecuencia se van con los competidores y desacreditan el producto ante los demás (p.7).

Beneficios de Lograr la Satisfacción del Cliente.

Kotler y Armstrong (2012), consideran que:

El beneficio de un cliente satisfecho generalmente es que vuelve a comprar. Esto conlleva a que la empresa obtenga como beneficio su lealtad y, la posibilidad de venderle otros productos en el corto plazo. Un cliente satisfecho da a conocer a otras personas sus experiencias positivas con un producto o servicio, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita. Un cliente satisfecho deja de lado a la competencia, se obtiene como beneficio una determinada participación en el mercado. La lealtad del cliente que se demuestra con futuras ventas, difusión gratuita que son los clientes nuevos y una determinada participación en el mercado (p. 13).

Dimensiones de la calidad de servicio

Tangibilidad.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985) , plantean que:

La importancia de la tangibilidad se enmarca mayormente en el caso de los consumidores potenciales, cuando uno es cliente de una empresa de servicios y forma parte esencial del servicio como puede ser el ambiente de un local donde se vaya realizar una boda esta dimensión suele ser menos importante, quiere decir cuando uno está en la sala de espera de un banco es importante estar cómodo y un ambiente acogedor, pero los clientes no confían si no perciben confianza y que sus ahorros están debidamente respaldados. Para un cliente potencial los elementos tangibles hablan mucho de la empresa y el tipo de servicio. (p.120).

Fiabilidad.

Peel (1993), considera que es “aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad (p. 24).

Es decir tener la habilidad de para realizar un servicio prometido de una forma confiable y segura, comprometiéndose a cumplir lo que se ha pactado.

Empatía.

Druker (1990) , considera que la empatía es :La disposición de la empresa u organización que ofrece a los clientes un cuidado y un esmero personificado, no solo es enfatizar la cortesía y la amabilidad aunque son factores importantes de la

empatía y la seguridad, tiene una estrecha relación con el compromiso del cliente e indagando sus peculiaridades y sus necesidades. (p.41).

Importancia de la satisfacción del cliente

Según Hoffman y Bateson (2012), la importancia de la satisfacción del cliente reside en que: Un cliente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a usar sus servicios o productos, volverá a comprar el producto o servicio o dará una buena opinión al respecto de la compañía, lo que conllevará un incremento de los ingresos para la empresa. Por el contrario, un cliente insatisfecho comentará a un número mayor de personas su insatisfacción, en mayor o menor medida se quejará a la compañía y si su insatisfacción alcanza un determinado grado optará por cambiar de compañía para comprar dicho producto o servicio o en último caso, incluso abandonar el mercado. Aunque la satisfacción del cliente es un objetivo importante, no es el objetivo final de las sociedades en sí mismo, es un camino para llegar a este fin que es la obtención de unos buenos resultados económicos (p. 286).

TEORÍAS RESPECTO DE LA NATURALEZA DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Teoría de la Equidad: La satisfacción se produce “cuando una determinada parte siente que el nivel de los resultados obtenidos en un proceso está en alguna medida equilibrados con sus entradas a ese proceso tales como el costo, el tiempo y el esfuerzo” (Brooks (1995)

Teoría de la Atribución Causal: Explica que el cliente “ve resultado de una compra en términos de éxito o fracaso. La causa de la satisfacción se atribuye a factores internos tales como las percepciones del cliente al realizar una compra y a factores externos como la dificultad de realizar la compra” (Brooks 1995).

Teoría del Desempeño o Resultado: propone que “la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente” (Brooks 1995).

Teoría de las Expectativas: Liljander y Strandvik (1995) indica:

Los clientes conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del producto o servicio antes de realizar la compra. Una vez que se produce dicha compra y se usa el producto o servicio, el cliente compara las expectativas de las características de éstos de con el desempeño real al respecto, usando una clasificación del tipo “mejor que” o “peor que”. Se produce una disconformidad positiva si el producto o servicio es mejor de lo esperado mientras que una disconformidad negativa se produce cuando el producto o servicio es peor de lo esperado. Una simple confirmación de las expectativas se produce cuando el desempeño del producto o servicio es tal y como se esperaba. La satisfacción del cliente se espera que aumente cuando las disconformidades positivas aumentan.

El vínculo económico entre la satisfacción del cliente y los beneficios. Según Denove y Power (2006) considera lo siguiente:

La fidelidad. La probabilidad de que unos consumidores complacidos repitan una compra es mucho mayor si un grado alto y reiterado de satisfacción ha conseguido crear en ellos un sentimiento de fidelidad. Recomendación verbal. La fuerza de una recomendación verbal es mayor que la de toda la publicidad de una empresa en su conjunto. Precios extra. El cliente está dispuesto a pagar un precio extra si el producto destaca por su esmerada calidad y un servicio de atención excelente. Mayor nivel de ventas. Las empresas con un alto nivel de satisfacción consiguen que la preferencia de sus clientes se extienda desde una a varias marcas propias más y, en consecuencia, aumentan así sus ventas (p.2).

La satisfacción del cliente en tres categorías principales del negocio.

Según Denove y Power (2006) manifiesta:

Las tres principales categorías de un negocio son los proveedores de servicios, los fabricantes de productos y los comercios. Todos ofrecen a las empresas que operan en ellas un escenario donde pueden demostrar su profundo conocimiento de las distintas maneras en las que su negocio afecta a los clientes, y utilizar ese conocimiento para optimizar tanto sus ventas como la satisfacción de aquellos. Los proveedores de servicios. Para asegurar la satisfacción óptima de sus clientes, los proveedores de servicios tienen que cumplir tres criterios muy distintos entre sí: La calidad objetiva del servicio prestado. La experiencia subjetiva que el cliente tiene de la prestación del servicio. El proceso de prestación del servicio.

Para evaluar correctamente a un proveedor es esencial diferenciar la calidad tangible del servicio y la satisfacción de la manera en que ese servicio se presta. Mike Diamond y su empresa de fontanería ilustran las consecuencias de la capacidad de un emprendedor para atraer a sus clientes rediseñando un servicio en función de los tres criterios mencionados (p.4).

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Problema general

¿Qué relación existe entre la logística integral y la satisfacción del cliente en la empresa Daspro S.A.C. Ate, 2018?

Problema específico 1

¿Qué relación existe entre la logística de suministro y la tangibilidad en la empresa daspro sac, ate 2018?

Problema específico 2

¿Qué relación existe entre la logística de suministro y la Fiabilidad en la empresa daspro sasc, ate 2018?

Problema específico 3

¿Qué relación existe entre la logística de suministro y la Empatía en la empresa daspro sasc, ate 2018?

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La lectura de investigaciones diversas constituye la base en las cuales se sostiene la presente investigación generando ideas para que el estudio de la gestión por procesos sea la base de la mejora de la calidad del servicio que se brinda.

Justificación teórica

Para Bernal (2010), “Cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente” (p.106).

Según lo mencionado el presente proyecto de investigación nos permitirá hacer uso de las bases teóricas y científicas de la logística integral que nos permitirá determinar la relación que tiene con la satisfacción del cliente.

Justificación práctica

Según Bernal (2010), “Cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo” (p.106).

Mediante la gestión de inventarios, se podrá determinar la relación de la logística integral y la satisfacción del cliente. Los colaboradores podrán desarrollarse de una manera más dinámica en su puesto de trabajo, además de alcanzar los niveles de aprobación por parte del cliente, la confiabilidad de entrega en los tiempos pactados.

Justificación metodológica

También Bernal (2010) manifiesta que: “Se da cuando el proyecto que se va a realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable” (p.107).

1.6 HIPÓTESIS

Hipótesis General

La Logística Integral se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa Daspro S.A.C., Ate, 2018.

Hipótesis Específica 1

La logística de Integral se relaciona con la tangibilidad en la empresa daspro sac, ate 2018.

Hipótesis Específica 2

La logística de Integral se relaciona con la fiabilidad en la empresa daspro sac, ate 2018.

Hipótesis Específica 3

La logística de Integral se relaciona con la empatía en la empresa daspro sac, ate 2018.

1.7 OBJETIVOS**Objetivo General**

Determinar la relación entre la logística Integral y la satisfacción del cliente en la empresa Daspro S.A.C., Ate, 2018.

Objetivos específicos 1

Determinar la relación entre la Logística de Integral y la Tangibilidad en la empresa daspro, sac, ate 2018

Objetivos específicos 2

Determinar la relación entre la Logística de Integral y la Fiabilidad en la empresa daspro sac, ate 2018

Objetivos específicos 3

Determinar la relación entre la Logística de Integral y la Empatía en la empresa daspro sac, ate 2018

II. METODO

2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este tipo de estudio descriptivo tiene como finalidad determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. Aunque la investigación correlacional no establece de forma directa relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno. Este tipo de estudio tiene como finalidad determinar el grado de relación entre o más variables. Se caracteriza porque se establece las relaciones entre variables o sus resultados, sin embargo no se explican de forma directa relaciones causales. Se analiza relaciones causales, donde una variación de un factor influye directamente en un cambio en otro (p. 201).

Este tipo de investigación descriptiva busca determinar el grado de relación existente entre las variables.

2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es No experimental. Porque las variables no fueron manipuladas para obtener algún resultado, si no que se observó la investigación en su contexto natural sin manipular alguna condición para condicionar alguna respuesta de las poblaciones encuestada .El enfoque más apropiado para esta investigación es el cuantitativo. Según Hernández, *et. al.* (2014), señalan que: “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema” (p. 128).

No experimental y de corte transversal

Hernández, *et al.* (2014), Señalan: “Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único” (p.154).Este diseño se ajusta a la presente investigación dado que la elaboración de la investigación tiene un tiempo limitado y toda la información fue recolectada en un solo momento. En esta investigación también se describe 2 variables de estudio y su relación en un momento adecuado.

Correlacional: Para Hernández *et al.* (2014), sostiene que:

Este tipo de estudio descriptivo tiene como finalidad determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. Aunque la investigación correlacional no establece de forma directa relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno. Este tipo de estudio tiene como finalidad determinar el grado de relación entre o más variables. Se caracteriza porque se establece las relaciones entre variables o sus resultados, sin embargo no se explican de forma directa relaciones causales. Se analiza relaciones causales, donde una variación de un factor influye directamente en un cambio en otro (p. 201).

2.3 VARIABLES, OPERACIONALIZACION

Logística integral

La logística Integral “es el control de flujo de materiales desde la fuente de aprovisionamiento hasta situar el producto en el punto de venta de acuerdo a los requerimientos del cliente” (Anaya, Julio, 2011, p.25)

Satisfacción del cliente

Según Hoffman y Bateson (2012), “la satisfacción del cliente es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real de servicio (p.289).

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente: Logística integral

Variable	Dimensiones	Indicador	Items	Instrumento	Rango	Escala de medición
Logística integral	Logística de suministro	Proveedores	1 al 4	Medición del cuestionario con escala de valor LIKERT	Buena	Siempre (5)
		Materia Prima				Casi siempre (4)
	Logística de producción	Productividad	5 al 8		Regular	A veces (3)
		Tiempo de entrega				
	Logística de distribución	Transporte	9 al 12		Media	Casi nunca (2)
		Despacho				Nunca (1)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente: Satisfacción del Cliente

Variable	Dimensiones	Indicador	Items	Instrumento	Rango	Escala de medición
Satisfacción del cliente	Tangibilidad	Infraestructura	1 al 4	Medición del cuestionario con escala de valor LIKERT	Buena	Siempre (5)
		Apariencia Personal				Casi siempre (4)
	Fiabilidad	Cumplimiento	5 al 8		Regular	A veces (3)
		Puntualidad				
	Empatía	Atención Personalizada	9 al 12		Media	Casi nunca (2)
		Confianza				Nunca (1)

Fuente: Elaboración propia

2.4 POBLACION Y MUESTRA

2.4.1 Población

Según Bernal (2010), población es: “El conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo, [...] la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” (p.160).

Está constituido por los trabajadores registrados en la empresa un fin de semana los cuales se registraron con sus boletas de venta y son 45 personas.

2.4.2 Muestra

Según Bernal (2010), la muestra: “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaran la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p. 161).

La muestra estará conformada por 30 trabajadores de la empresa Daspro Sac.

No se aplicara formula porque hay una mínima población.

2.4.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Revisión documentaria (diversos libros, revistas, tesis y documentación disponible en portales de internet, nacionales y extranjeros), Entrevistas (se realizará a personas relacionadas con la problemática del estudio, representantes del sector público y docentes expertos en el tema de la investigación) y cuestionario (se realiza a clientes, relacionados con la problemática del estudio). La encuesta previamente será validada por un grupo de expertos y posterior al trabajo de campo se determinará la confiabilidad del estudio.

Validez.

Para Hernández, et al (2010), “la validez es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que pretende medir” (p.201).

En razón a que la consistencia de los resultados de una investigación presenta un valor científico, los instrumentos de medición deben ser confiables y válidos, por ello, para determinar la validez de los instrumentos antes de aplicarlos fueron sometidos a un proceso de validación de contenido.

En el presente estudio se ha realizado el proceso de validación de contenido, en donde se han tenido en cuenta tres aspectos: relevancia, pertinencia y claridad de cada uno de los ítems de los instrumentos.

La validación de los instrumentos de recojo de información se hizo mediante la modalidad de juicio de expertos en la materia, para lo cual se convocó 3 docentes con grado de Magister.

Confiabilidad

Según Hernández, et al. (2010), la confiabilidad de un instrumento de medición “es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes”. (p. 200). Para establecer la confiabilidad de los cuestionarios, se aplicó la prueba estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach, a una muestra piloto de 30 clientes, luego se procesaran los datos, haciendo uso del Programa Estadístico SPSS versión 22.0.

Tabla 3. Interpretación del coeficiente de confiabilidad

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Moderada
0,41 a 0,60	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Ruíz (2007).

Como podemos observar la tabla 3, nos permite analizar los resultados de la prueba Alfa de Cronbach para cada una de las variables en estudio y sus correspondientes dimensiones.

Resultados de fiabilidad

Tabla 4. Resumen de procesamiento de Logística integral

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Fuente: SPSS versión 22

Tabla 5. Estadística de fiabilidad de logística integral

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach ^a	N de elementos
,843	12

Fuente: SPSS versión 22

En la tabla 5, se observa que el valor del Alfa de Cronbach obtenido de la variable logística integral se ubica en el rango cuya magnitud es alta, demostrando una alta correlación.

Tabla 6. Resumen de procesamiento de satisfacción del cliente

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Fuente: SPSS versión 22

Tabla 7. Estadística de fiabilidad de satisfacción del cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach ^a	N de elementos
,812	12

Fuente: SPSS versión 22

En la tabla 7, se observa que el valor del Alfa de Cronbach obtenido de la variable satisfacción del cliente se ubica en el rango cuya magnitud es alta, demostrando una alta correlación.

2.5 MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS

Estadística descriptiva: Según Córdova (2003), denomina estadística descriptiva, “al conjunto de métodos estadísticos que se relacionan con el resumen y descripción de los datos, como tablas, gráficos y el análisis mediante algunos cálculos” (p.1).

Por lo que se analiza el comportamiento de la muestra que es materia de estudio, haciendo uso de la media, mediana varianza, desviación estándar, asimetría, y la prueba de normalidad de los datos del estudio.

2.5.1 Método de análisis de datos

Estadística descriptiva: Según Córdova (2003), denomina estadística descriptiva, “al conjunto de métodos estadísticos que se relacionan con el resumen y descripción de los datos, como tablas, gráficos y el análisis mediante algunos cálculos” (p.1).

Por lo que se analiza el comportamiento de la muestra que es materia de

estudio, haciendo de las medidas de tendencia central como es la media y mediana y las medidas de dispersión que son la varianza y desviación estándar.

Estadística inferencial.

Por su parte Hernández, Fernández y Baptista (2014), “la estadística inferencial es para probar las hipótesis y estimar los parámetros” (p.299).

Se utilizará para la contratación de la hipótesis el t- student y la comparación de medias, donde se verifica la aceptación nula o hipótesis alterna. Ambas estadísticas no son mutuamente excluyentes o que se desarrollen por separado, porque para utilizar los métodos de la inferencia estadística, se necesita conocer los métodos de la estadística descriptiva.

El método de análisis de datos será por medio del software SPSS versión 22 para el procesamiento de la información registrada, el cual se desarrolla de acuerdo al análisis estadístico.

2.6 Aspectos éticos

Al respecto los datos consignados en la presente investigación, están debidamente referenciados, y los resultados son el reflejo de los fundamentos obtenidos en los textos de consulta utilizados en la presente investigación, así como los antecedentes que se utiliza relacionados con el tema de estudio.

III. RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Tabla 8. Cuadro de estadística descriptiva variable 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	deficiente	7	23,3	23,3	23,3
	medianamente deficiente	17	56,7	56,7	80,0
	eficiente	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

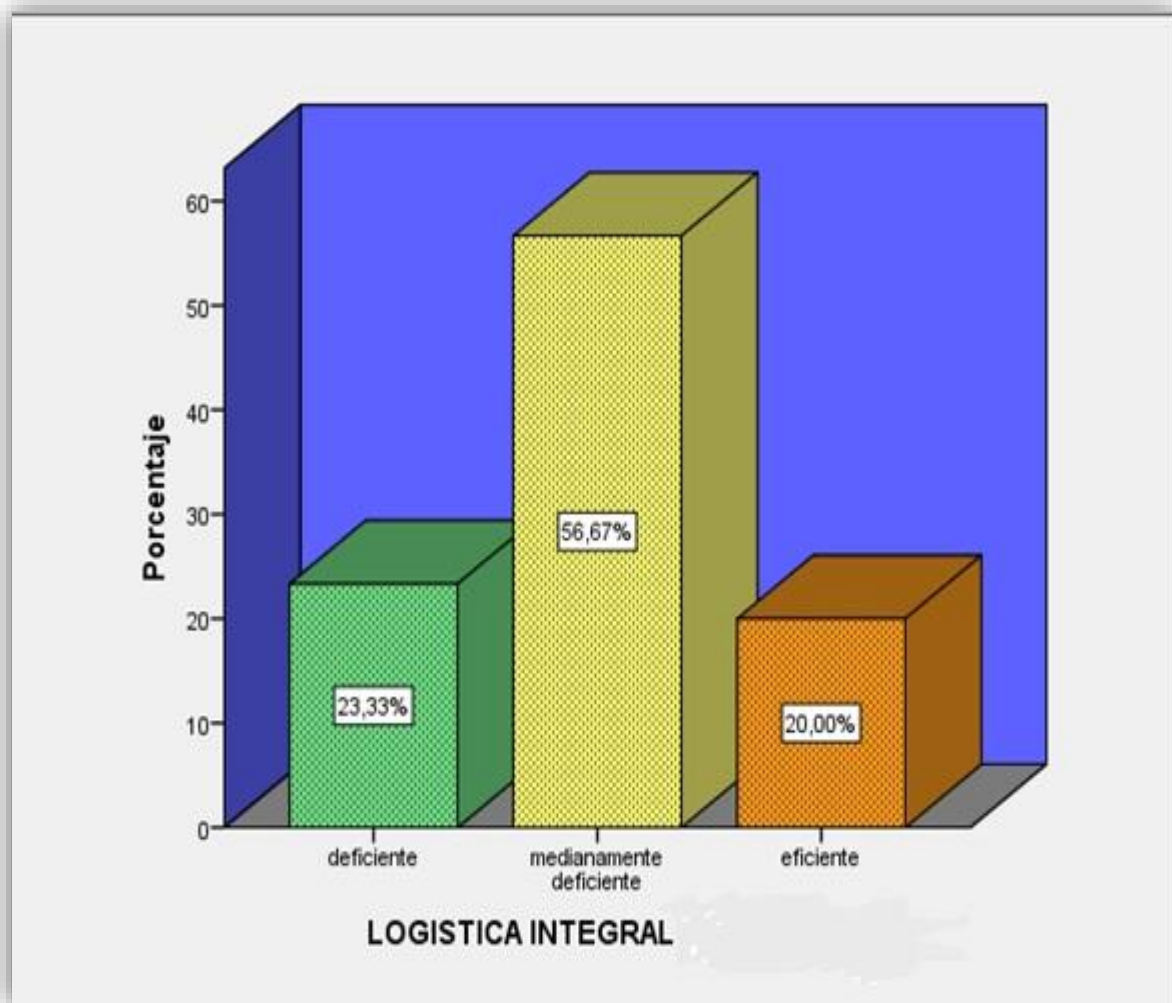


Gráfico 2. Logística Integral

Interpretación

La mayor parte de los encuestados en la Empresa Daspro Sac, 17 encuestados (56.67%) consideran medianamente eficiente la logística integral, mientras que 7 encuestados (23.33%) consideran deficiente y en tanto 6 encuestados (20.00%) consideran la logística integral eficiente.

Tabla 9. Cuadro de estadística descriptiva variable 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	deficiente	12	40,0	40,0	40,0
	medianamente deficiente	14	46,7	46,7	86,7
	eficiente	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

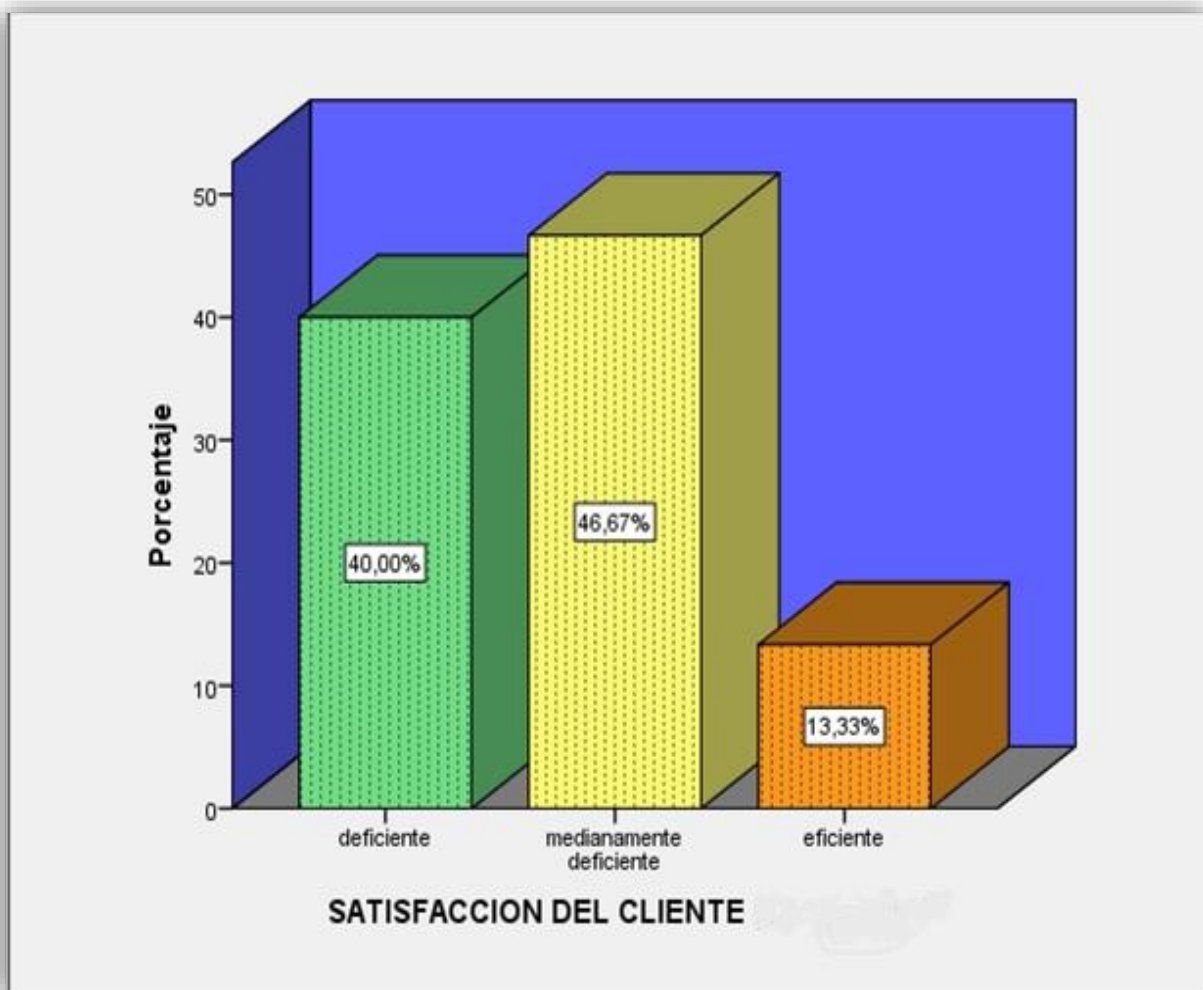


Gráfico 3. Satisfacción del Cliente

Interpretación

La mayor parte de los encuestados en la Empresa Daspro Sac, 14 encuestados (46.67%) consideran medianamente eficiente la satisfacción del cliente, mientras que 12 encuestados (40.00%) consideran deficiente y en tanto 4 encuestados (13.33%) consideran la satisfacción del cliente eficiente.

Tabla 10. Cuadro de estadística descriptiva dimensión 1 de la variable 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	deficiente	10	33,3	33,3	33,3
	medianamente deficiente	12	40,0	40,0	73,3
	eficiente	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

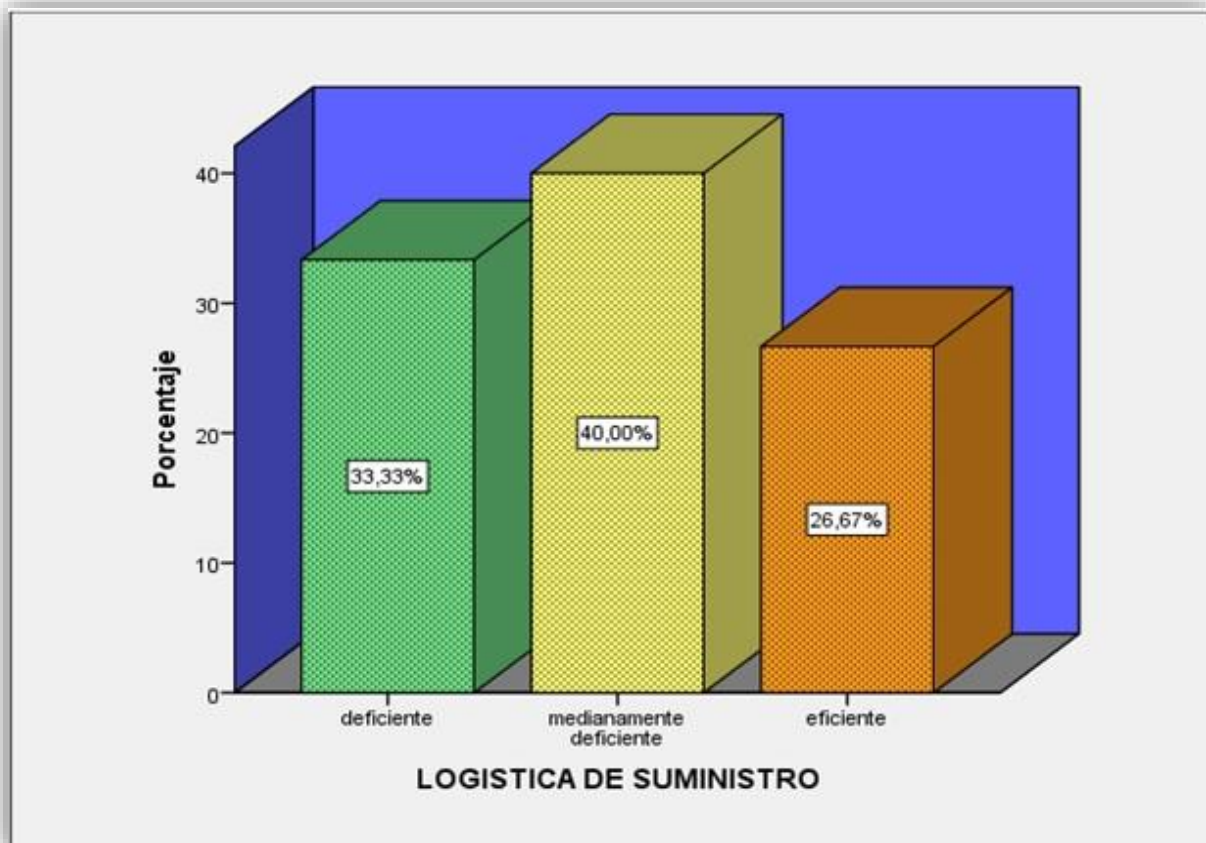


Gráfico 4. Logística de Suministro (Agrupado)

Interpretación

La mayor parte de los encuestados en la Empresa Daspro Sac, 12 encuestados (40.00%) consideran medianamente eficiente la logística de suministro, mientras que 10 encuestados (33.3%) consideran deficiente y en tanto 8 encuestados (26.67%) consideran la logística de suministro eficiente.

Tabla 11. Cuadro de estadística descriptiva dimensión 2 de la variable 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	deficiente	4	13,3	13,3	13,3
	medianamente deficiente	23	76,7	76,7	90,0
	eficiente	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

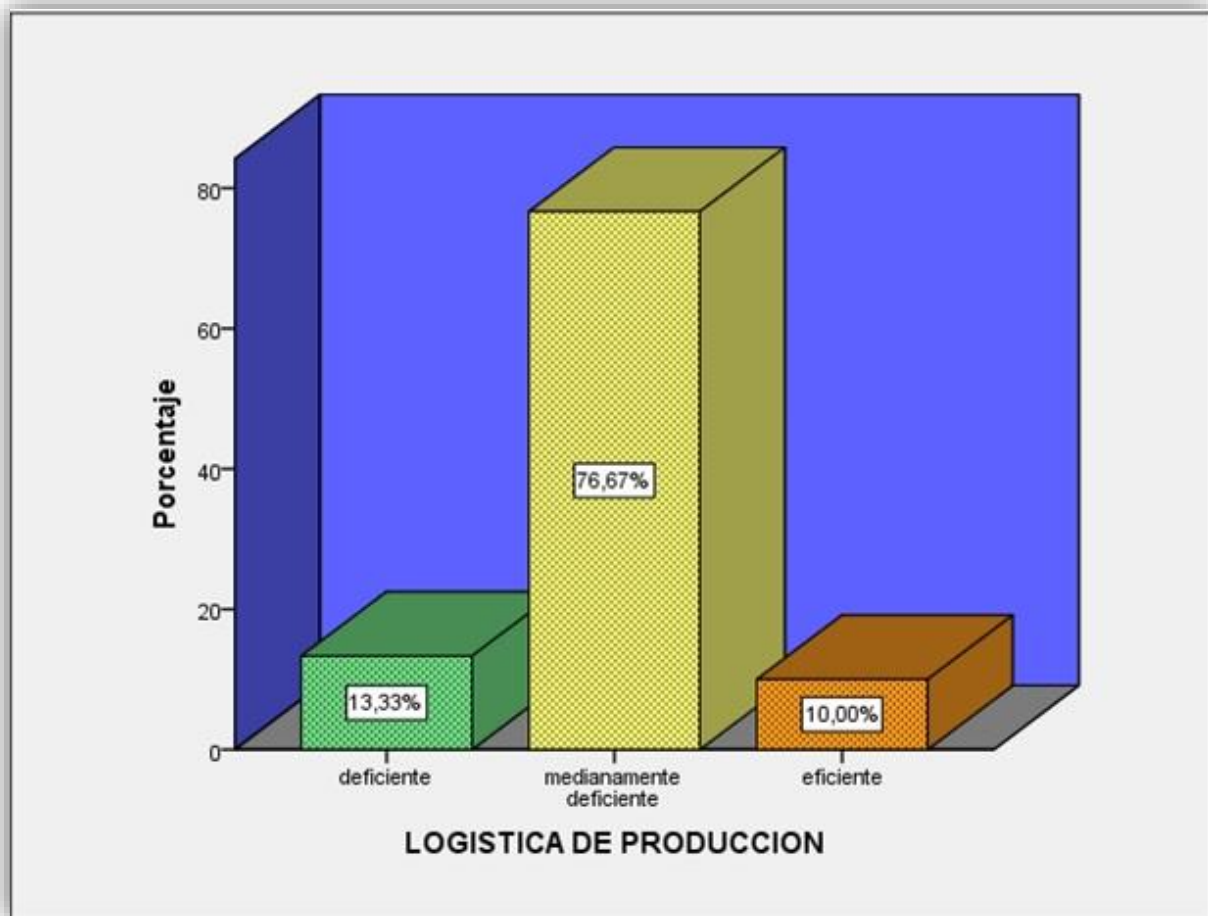


Gráfico 5. Logística de Producción (agrupado)

Interpretación

La mayor parte de los encuestados en la Empresa Daspro Sac, 23 encuestados (76.67%) consideran medianamente eficiente la logística de producción, mientras que 4 encuestados (13.3%) consideran deficiente y en tanto 3 encuestados (26.67%) consideran la logística de producción eficiente.

Tabla 12. Cuadro de estadística descriptiva dimensión 3 de la variable 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido deficiente	9	30,0	30,0	30,0
medianamente deficiente	14	46,7	46,7	76,7
eficiente	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

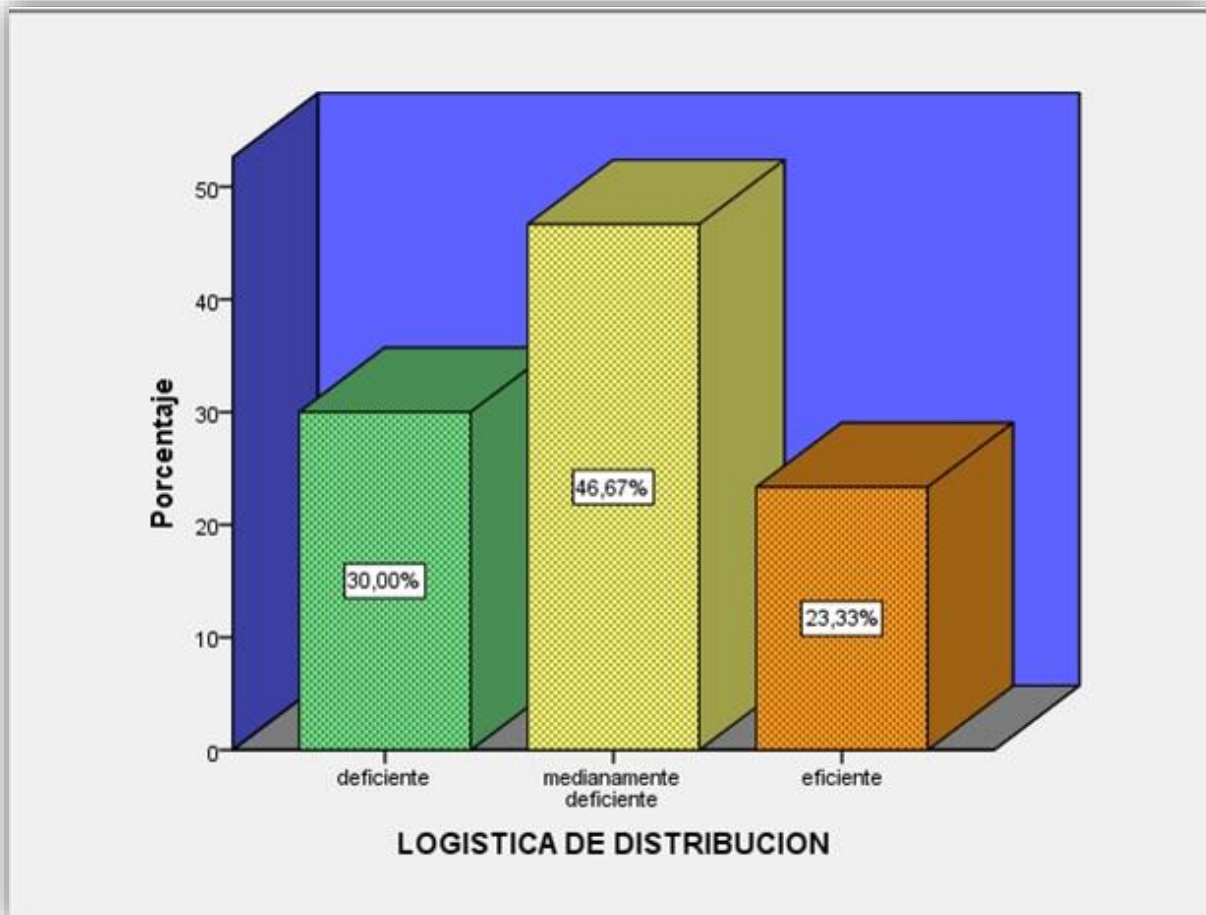


Gráfico 6. Logística de Distribución (agrupado)

Interpretación

La mayor parte de los encuestados en la Empresa Daspro Sac, 14 encuestados (46.67%) consideran medianamente eficiente la logística de distribución, mientras que 9 encuestados (30.00%) consideran deficiente y en tanto 7 encuestados (23.33%) consideran la logística de distribución eficiente.

Tabla 13. Cuadro de estadística descriptiva dimensión 1 de la variable 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	deficiente	9	30,0	30,0	30,0
	medianamente deficiente	10	33,3	33,3	63,3
	eficiente	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

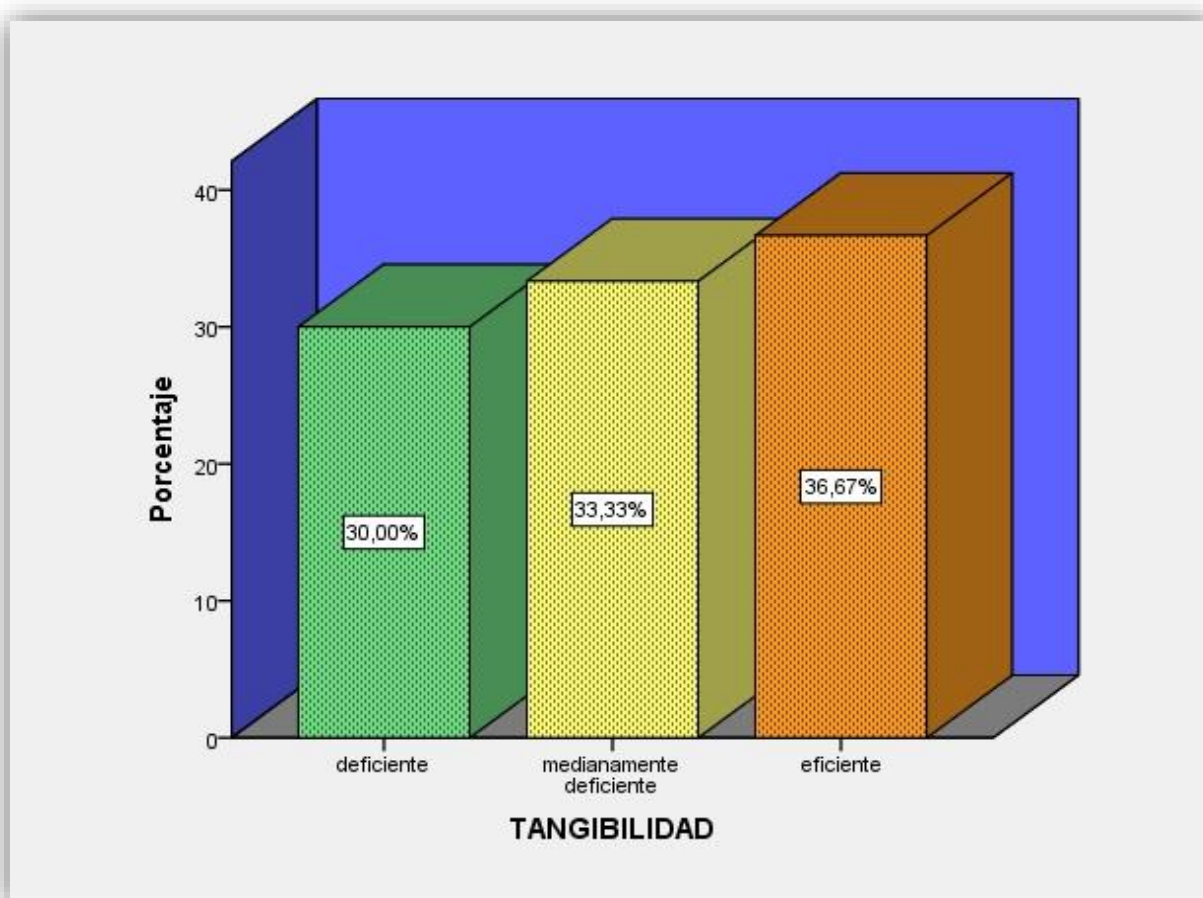


Gráfico 7. Tangibilidad (agrupado)

Interpretación

La mayor parte de los encuestados en la Empresa Daspro Sac, 11 encuestados (36.67%) consideran eficiente la tangibilidad, mientras que 10 encuestados (33.33%) la consideran medianamente deficiente y en tanto 9 encuestados (30.00%) consideran la tangibilidad deficiente.

Tabla 14. Cuadro de estadística descriptiva dimensión 2 de la variable 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	deficiente	8	26,7	26,7	26,7
	medianamente deficiente	16	53,3	53,3	80,0
	eficiente	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

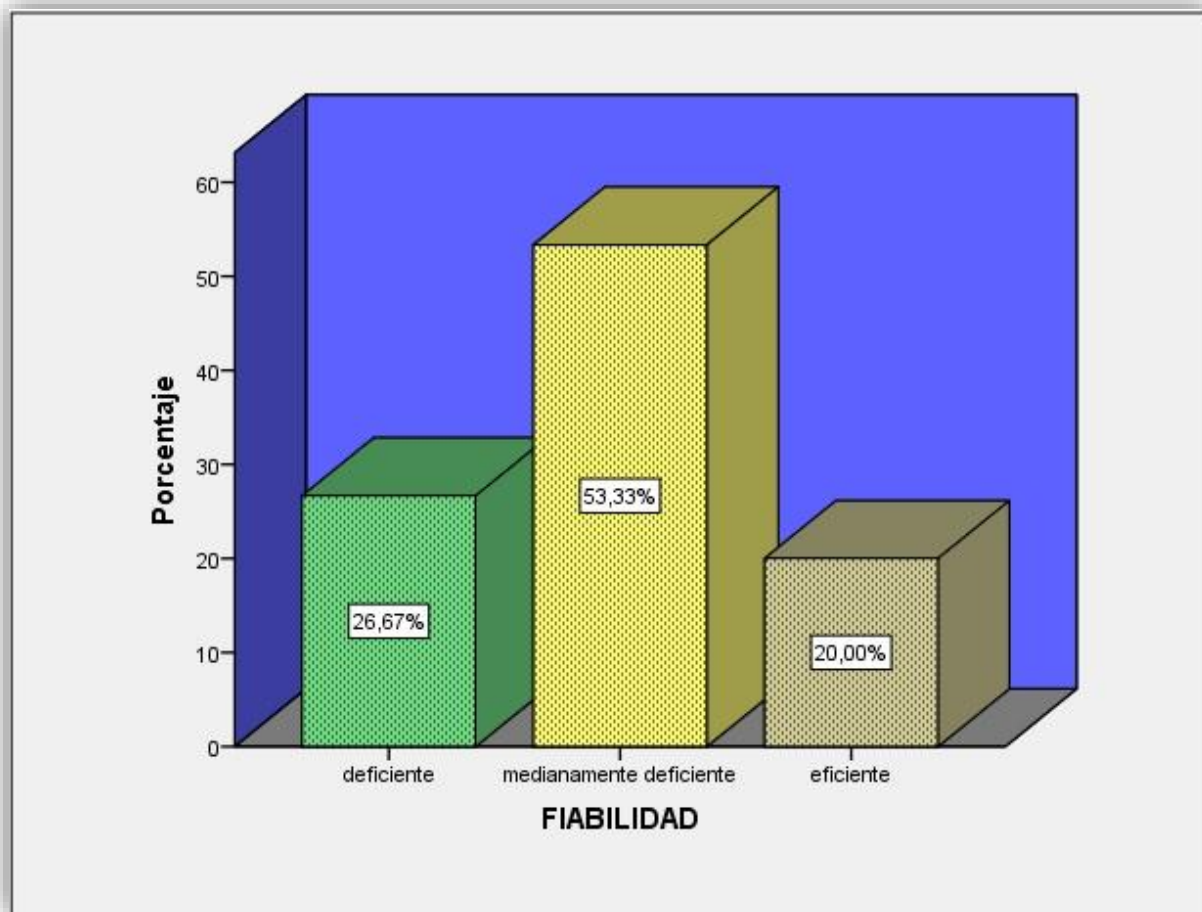


Gráfico 8. Fiabilidad (agrupado)

Interpretación

La mayor parte de los encuestados en la Empresa Daspro Sac, 16 encuestados (53.33%) consideran medianamente eficiente la fiabilidad, mientras que 8 encuestados (26.67%) la consideran deficiente y en tanto 6 encuestados (20.00%) consideran la fiabilidad eficiente.

Tabla 15. Cuadro de estadística descriptiva dimensión 3 de la variable 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	deficiente	12	40,0	40,0	40,0
	medianamente deficiente	11	36,7	36,7	76,7
	eficiente	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

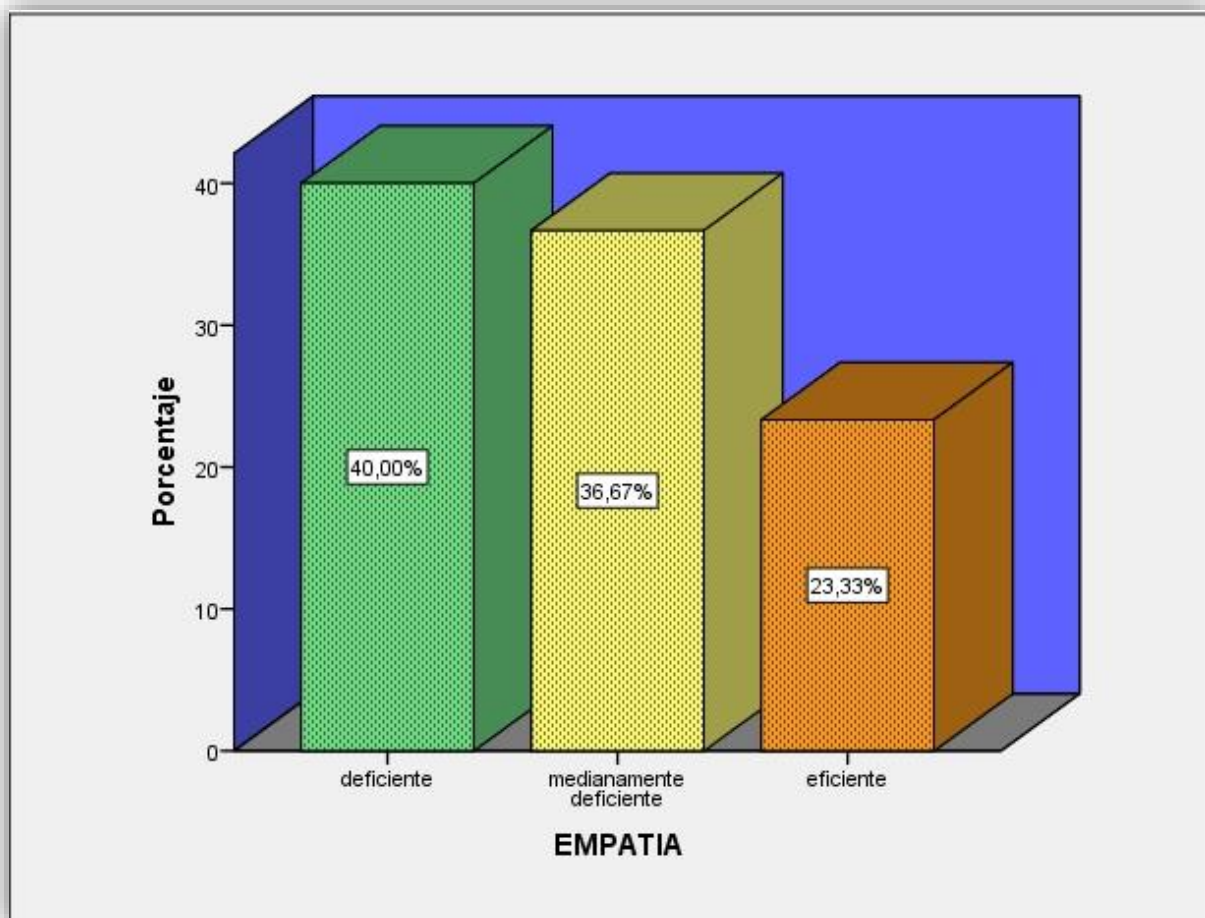


Gráfico 9. Empatía (agrupado)

Interpretación

La mayor parte de los encuestados en la Empresa Daspro Sac, 12 encuestados (40.00%) consideran deficiente la Empatía, mientras que 11 encuestados (36.67%) consideran medianamente eficiente y en tanto 7 encuestados (23.33%) consideran eficiente la empatía.

3.2 PRUEBA DE NORMALIDAD

Tabla 16. Resumen de procesamiento de casos

	Cases					
	Valido		Perdidos		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
LOGISTICA INTEGRAL	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%
SATISFACCION DEL CLIENTE	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	df	Sig.	Estadístico	df	Sig.
	o					
LOGISTICA INTEGRAL	,188	30	,008	,895	30	,006
SATISFACCION DEL CLIENTE	,199	30	,004	,901	30	,009

INTERPRETACION

Observando la tabla de contingencia se ve que se debe asumir la prueba de Shapiro – Wilk porque la muestra conto con 30 encuestados, de los cuales la significación es mayor a 0,05 lo que significa que la distribución de la muestra sigue una distribución normal.

3.3 PRUEBA DE HIPÓTESIS

PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

H0: La Logística Integral no se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC,Ate,2018.

H1: La Logística Integral se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC,Ate,2018.

REGLA DE DECISION

Si el valor de $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula (H_0) y se acepta H_1

Si el valor de $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis Nula (H_0)

Nivel de confianza = 95% Nivel de significancia = 5% (0.05) $Z = 1.96$

Tabla 17. Cuadro de Rho Spearman Variable 1 y Variable 2

		LOGISTICA INTEGRAL	SATISFACCION DEL CLIENTE	
Spearman's rho	LOGISTICA INTEGRAL	Coeficiente correlación	1,000	
		Sig. (2-tailed)	.	
		N	30	
	SATISFACCION DEL CLIENTE	Coeficiente correlación	,583**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,001	.
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Según la tabla 17, el grado de correlación entre la variable 1 de la Logística Integral y la variable 2 Satisfacción del Cliente que fue sometido a la prueba estadística rho Spearman donde se obtuvo una correlación de 0.583 el cual es cercano a 1 y con un valor de significancia 0.001 está lo cual indica una relación positiva moderada.

Ante estos datos se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación que existe una relación positiva moderada entre la Logística Integral y la Satisfacción del Cliente.

PRUEBA DE HIPÓTESIS EXPECÍFICA 1

H0: No Existe relación entre la logística Integral y Tangibilidad de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC.Ate, 2018.

H1: Existe relación entre la logística Integral y Tangibilidad de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC.Ate, 2018

REGLA DE DECISION

Si el valor de $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula (H_0) y se acepta H_1

Si el valor de $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis Nula (H_0)

Nivel de confianza = 95% Nivel de significancia = 5% (0.05) $Z = 1.96$

Tabla 18. Cuadro de Rho Spearman Variable 1 y Dimensión 1

			LOGISTICA INTEGRAL	TANGIBILIDAD
Rho de Spearman	LOGISTICA INTEGRAL	Coeficiente de correlación	1,000	,583**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	30	30
	TANGIBILIDAD	Coeficiente de correlación	,583**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	30	30

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

Según la tabla 18 , el grado de correlación entre la Logística Integral y la Tangibilidad que fue sometido a la prueba estadística rho Spearman donde se obtuvo una correlación de 0.583 el cual es cercano a 1 y con un valor de significancia 0.001 está lo cual indica una relación positiva moderada.

Ante estos datos se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación que existe una relación positiva moderada entre la Logística Integral y la Tangibilidad.

PRUEBA DE HIPÓTESIS EXPECÍFICA 2

H0: No Existe relación entre la logística Integral y Fiabilidad de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC.Ate, 2018.

H1: Existe relación entre la logística Integral y Fiabilidad de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC.Ate, 2018.

REGLA DE DECISION

Si el valor de $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula (H_0) y se acepta H_1

Si el valor de $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis Nula (H_0)

Nivel de confianza = 95% Nivel de significancia = 5% (0.05) $Z = 1.96$

Tabla 19. Cuadro de Rho Spearman Variable 1 y Dimensión 2

			LOGISTICA INTEGRAL	FIABILIDAD
Rho de Spearman	LOGISTICA INTEGRAL	Coeficiente de correlación	1,000	,514**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	30	30
	FIABILIDAD	Coeficiente de correlación	,514**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	30	30

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

Según la tabla 19 , el grado de correlación entre la Logística Integral y la Fiabilidad que fue sometido a la prueba estadística rho Spearman donde se obtuvo una correlación de 0.514 el cual es cercano a 1 y con un valor de significancia 0.004 está lo cual indica una relación positiva moderada.

Ante estos datos se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación que existe una relación positiva moderada entre la Logística Integral y la Fiabilidad.

PRUEBA DE HIPÓTESIS EXPECÍFICA 3

H1: Existe relación entre la logística Integral y Empatía de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC.Ate, 2018.

H0: No Existe relación entre la logística Integral y Fiabilidad de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC.Ate, 2018.

REGLA DE DECISION

Si el valor de $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula (H_0) y se acepta H_1

Si el valor de $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis Nula (H_0)

Nivel de confianza = 95% Nivel de significancia = 5% (0.05) Z= 1.96

Tabla 20. Cuadro de Rho Spearman Variable 1 y Dimensión 3

			LOGISTICA INTEGRAL	EMPATIA
Rho de Spearman	LOGISTICA INTEGRAL	Coefficiente de correlación	1,000	,553**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	30	30
	EMPATIA	Coefficiente de correlación	,553**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	30	30

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

Según la tabla 20 , el grado de correlación entre la Logística Integral y la Empatía que fue sometido a la prueba estadística rho Spearman se obtuvo una correlación de 0.553 el cual es cercano a 1 con un valor de significancia 0.002 está lo cual indica una relación positiva moderada.

Ante estos datos se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación que existe una relación positiva moderada entre la Logística Integral y la Empatía.

IV.-DISCUSIÓN

DISCUSION

Según los resultados de este presente trabajo se refleja a importancia de la Logística Integral, para lograr tener un cliente satisfecho con una buena opinión de la empresa, de los servicios y productos que se distribuyen.

De acuerdo a los datos obtenidos en la investigación realizada se concluye que existe relación entre Logística Integral y la Satisfacción del cliente, para ello se obtuvo se obtuvo una nivel de correlación de 0.583 lo cual indica una relación positiva moderada.

Este resultado ratifica lo citado en la tesis de Toniut (2013), en su tesis titulada “La medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Mar de Plata” donde se indica que se debe implementar un modelo para medir la satisfacción de cliente, evaluarlos a través de indicadores que nos permitan conocer más sobre sus expectativas, esto permitirá mejorar el servicio y puedan quedar conformes con la atención.

En la actualidad los negocios van expandiendo sus servicios en diferentes partes del país, para ello es necesario crear nuevas estrategias y así hacer frente a la competencia desigual generando fidelizar a los clientes mediante estudios de perfil, de información sobre sus necesidades, enfocándose directamente hacia el cliente.

En cuanto a la hipótesis específica, se comprobó que La Logística Integral se relaciona con la Tangibilidad de la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC, Ate, 2018, que sometido a la prueba estadística donde se obtuvo una correlación de 0.583 lo cual indica una relación positiva moderada.

Este resultado se afirma con la tesis de Alva, Reyes y Villanes (2011), “Propuesta de mejora en la logística de entrada en una empresa agroexportadora - lima” quien considera que la logística de entrada es uno de los caminos para desarrollar propuestas de mejora mediante el establecimiento de políticas y procedimientos, que permitirán crear ventajas competitivas a fin de asegurar la satisfacción de nuestros clientes internos y externos mediante la entrega oportuna de los materiales y servicios. De igual manera se refiere a identificar dificultades en la línea de trabajo, para de esta manera ubicar las principales causas que ocasionan demora y así proponer un sistema que alternativo que optimice el tiempo

de respuesta de atención y esto genere beneficios económicos para la empresa y el cliente

Para ello es importante la capacitación del recurso humano en los procesos logísticos y atención al cliente para el mejor desarrollo dentro centro de distribución de la empresa como parte de la mejora de procesos, esto permitirá tener un amplio conocimiento de la visión y misión de la empresa.

En cuanto a la hipótesis específica, se comprobó que La Logística Integral se relaciona con la Fiabilidad de la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC, Ate, 2018 siendo sometido a la prueba estadística rho Spearman donde se obtuvo una correlación de 0.519 lo cual indica una relación positiva moderada.

Este resultado se ratifica según Rodas (2013), en su tesis “Propuesta de mejora en la Gestión Logística Operativa de la empresa Transportes Línea S.A., el autor observa problemas más saltantes en la falta de gestión logística, de un plan estratégico, de organización, de orden por ello propone una mejora en la gestión logística operativa para que las actividades consiga una mejor satisfacción del cliente, gestionando la cadena de valor que va a permitir como empresa diferenciarse de sus competidores al ofrecer un mejor servicio al cliente y de esta manera penetrar en nuevos mercados o simplemente extender el mercado en el que se encuentra aumentando las ventas y así incrementar sus utilidades.

Nos apoyamos con la siguiente cita “La logística es parte de la cadena de suministro que planea, implemente y controla el eficiente, efectivo flujo y almacenamiento de bienes servicios y la información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo con el propósito de la satisfacer los requerimientos del cliente” (CLM, 1998, citado en Stock y Lamber, 2001 p.57) que define que la logística como parte de la cadena y su funcionamiento son importantes para satisfacer los requerimientos del cliente

Finalmente, con el estudio se ha comprobado que La Logística Integral se relaciona con la Empatía de la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC, Ate, 2018 sometido a la prueba estadística rho Spearman donde se obtuvo una correlación de 0.553 lo cual indica una relación positiva moderada.

Esto se enlaza con la tesis en su investigación denominada y de Título: García (2011), en su tesis “Medición de la satisfacción del cliente en una empresa retail” – Piura., quien define que habría que desarrollarse programas para el mejoramiento

del desempeño del personal con respecto al producto a fin de determinar el nivel de percepción de los clientes sobre la empatía del servicio que brinda la empresa en el distrito de Ate y finalmente determinar el nivel de percepción de los clientes sobre los bienes tangibles del servicio que se brinda.

Esta investigación permitirá determinar los indicadores de satisfacción y a la vez visualizar los puntos que presentan debilidades para que con esta información proponer un programa de mejoramiento pertinente que permita mantenernos en una posición favorable en el mercado con productos y exigencia a fin de satisfacer a los clientes.

V. CONCLUSION

CONCLUSION

1. Se concluye que La Logística Integral y la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro.se encuentra en un nivel mayormente deficiente resultado que no favorece a la rentabilidad de la empresa, dado que un porcentaje alto señala deficiencia en su desarrollo
2. Al evaluar la dimensión de Tangibilidad en la empresa Daspro SAC, Ate, según los resultados indica que hay 63% de deficiencia, por lo se encuentra en un estado negativo para la empresa
3. La dimensión Fiabilidad en la empresa Daspro SA, un nivel de significancia calculada de 0.03 y el coeficiente de Rho de Spearman de 0,519. Este resultado nos permite observar que falta desarrollar puntos fuertes en la actividad que se realiza, por lo que se observa tiene alta deficiencia.
4. La dimensión Empatía en la empresa Daspro SAC indica que tiene un alto porcentaje de deficiencia puesto que falta desarrollar la apariencia personal y la infraestructura de la empresa.
5. Con respecto a La Logística Integral en la empresa Daspro SAC, Ate, tiene un porcentaje alto de deficiencia lo que nos indica que, falta desarrollar aplicaciones logísticas en la empresa, no existe un sistema logístico ni un plan de capacitación.
6. La Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro, muestra que tiene un nivel de significancia de 0.00 y el coeficiente de Rho de Spearman de 1,000. De acuerdo a la estadística descriptiva nos muestra una alta deficiencia en el cumplimiento de entrega, y falta de compromiso del personal hacia el cliente por brindar un mejor servicio creando así clientes insatisfechos.

VI RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

1. Proponer a los Directivos diseñar un sistema de Gestión Logística que permita ayudar y disminuir procesos tardíos, aletargados para poder garantizar la atención y eficiencia en los requerimientos de nuestro cliente.
2. Proponer a la dirección Recursos Humanos programar capacitaciones para todo el personal, sin distinguir el área a la que trabajan, de manera que se pueda concientizar acerca de la importancia de brindar un servicio de excelencia al cliente.
3. Proponer a la alta Dirección implementar un área logística, con un personal capacitado actualizado con los procedimientos de gestión logística, con la finalidad de detectar mejoraras en el proceso de la cadena de distribución, buscando la mejora continua.
4. Proponer al Jefe Logístico realizar supervisiones periódicas al proceso logístico con la finalidad de asegurar la fluidez de los materiales a través de la cadena logística y al mismo tiempo los colaboradores cuentan con las herramientas necesarias para el logro de los objetivos
5. Proponer al área Comercial brindar un servicio de excelencia en cuanto al producto y de servicio para diferenciarnos de la competencia y así fidelizar a nuestros clientes y generar más rentabilidad en la empresa.

VII. REFERENCIAS

- ÁLVAREZ (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados Gubernamentales*, Venezuela, Universidad católica Andrés Bello.
- ALVA, REYES Y VILLANES (2011) *Propuesta de mejora en la logística de entrada en una empresa Agroexportadora*. Lima.
- ANAYA. (2011). *Logística integral: La gestión operativa de la empresa*. MADRID: ESIC EDITORIAL.
- ARMSTRONG, P. (2012). *Principles of Marketing*. MEXICO: Pearson Education
- BALLAU, R. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro*. MEXICO: Pearson .
- BROEWESOX, C. Y. (2007). *Administración y logística en la cadena de suministros*. Nueva York: McGraw-Hill.
- CUATRECASA, A. C. (2011). *Logística Empresarial*. Barcelona: Ediciones Gestión.
- BERNAL (2010) *Metodología de la investigación*. 3ª ed. Colombia: Bogotá D.C., 2010. 320pp. ISBN: 978-958-699-128-5.
- CASTELLANOS (2012) *Diseño de un sistema logístico de planificación de inventarios para aprovisionamiento en empresas de distribución del sector de productos de consumo masivo*. San Salvador. Universidad Francisco Gavidia,
- CÓRDOVA (2003) *Estadística descriptiva e inferencial*. 5ta. Edición. Perú 2003. Editorial Moshera SRL. ISBN: 9972-813-05-3
- DENOVE Y POWER (2006) *La satisfacción del cliente*. Editorial portafolio. EE.UU. 272 pp. ISBN: 1591841097
- DRUKER. (1990). *El ejecutivo eficaz*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- MORA. (2010). *Optimización De La Cadena Logística*. ESPAÑA: PARANINFO.
- GARCÍA (2011) *Medición de la satisfacción del cliente en una empresa retail*. Piura.
- HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ, Y BAPTISTA (2014) *Metodología de la investigación*. 6ª Ed. México: 600pp. ISBN: 978-1-4562-2396-0
- HOFFMAN Y BATESON (2012) *Marketing de servicios*. Cuarta edición. México 435 pp. ISBN: 978-1-4390-3939-7.
- KOTLER Y ARMSTRONG (2011) *Marketing*. Decimocuarta edición. Editorial Pearson. México. ISBN: 978-607-32-1420-9
- MORA (2010) *Gestión de logística Integral*, Bogotá, Eco ediciones, 2010, 380 pp. ISBN:

9789586485722

LILJANDER Y STRANDVIK R.F, B. (1995). The Nature Of Customer Relationships In Services. FINLANDIA: SWEDISH SCHOOL OF DE ECONOMICS AND BUSINESS.

Internal Service Quality. Bradford: Marketing Education Groups.

POWER, D. Y. (2006). La satisfacción del cliente. CANADA: PENGUIN GROUPS.

PEEL. (1993). Introduction to Management. CANADA: PITMAN PUBLISHING.


RODAS (2013) *Propuesta de mejora en la Gestión Logística Operativa de la empresa Transportes Línea S.A.*, para reducir los costos logísticos. Lima, 2013.

TONIUT (2013) *La medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Mar de Plata*. Argentina, Universidad Mar de la Plata, Facultad de ciencias económicas y sociales.

VALDERRAMA (2015) *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*, 1a. ed. San Marcos, 2015. 495 p. ISBN 9786123028787

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

 MATRIZ DE CONSISTENCIA										
Título	Pregunta de investigación	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Instrumento de medición	Escala de medición
Logística Integral y Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC,Ate,2018	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	Logística Integral	La logística Integral es el control de flujo de materiales desde la fuente de aprovisionamiento hasta situar el producto en el punto de venta de acuerdo a los requerimientos del cliente.(I.J.Anaya, 2011,p.25)	La Investigación se fundamenta en el estudio de la variable de Logística Integral que sera medida a travez de la logística de Suministro,Produccion y distribución para obtener la mejor gestion al menor costo posible en la empresa Daspro SAC,Ate,2018	Logística de Suministro	Proveedores	Escala Likert: 1) Siempre 2) Casi siempre 3) Algunas veces 4) Muy pocas veces 5) Nunca	Ordinal
	Que relacion existe entre la logística integral y la satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC Ate,2018	Determinar la relacion entre la logística Integral y la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC, Ate,2018	La Logística Integral se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC,Ate,2018				Materia Prima			
	PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICOS				Logística de Produccion	Productividad		
	Que relacion existe entre la logística integral y la Tangibilidad de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC Ate,2018	Determinar la relacion entre la logística Integral y Tangibilidad de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC Ate,2018	La Logística Integral se relaciona con la Tangibilidad de la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC,Ate,2018				Logística de Distribucion	Tiempo de entrega		
	Que relacion existe entre la logística integral y la Fiabilidad de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC Ate,2018	Determinar la relacion entre la logística Integral y Fiabilidad de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC Ate,2018	La Logística Integral se relaciona con la Fiabilidad de la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC,Ate,2018				Transporte			
	Que relacion existe entre la logística integral y la Empatia de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC Ate,2018	Determinar la relacion entre la logística Integral y la Empatía de la Satisfacción del cliente en la empresa Daspro SAC Ate,2018	La Logística Integral se relaciona con la Empatía de la Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro SAC,Ate,2018	Despacho						
				Satisfacción del Cliente	La Satisfacción del cliente es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real de servicio.(K.D.Hoffman,2011,p.289)	La Investigación se fundamenta en el estudio de la variable de Satisfacción del Cliente que sera medida a travez de los elementos Tangibles,Fiabilidad y Capacidad de Respuesta para obtener la mejor gestion al menor costo posible en la empresa Daspro SAC,Ate,2018	Tangibilidad	Infraestructura		
							Apariencia Personal			
							Fiabilidad	Cumplimiento		
							Puntualidad			
			Empatia				Atencion Personalizada			
							Confianza			

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Matriz de operacionalizacion



CUADRO DE OPERACIONALIZACION

Variable	Definicion conceptual	Dimensiones	Indicador	Items	Instrumento	Rango	Escala de medición
Logística integral	La logística Integral es el control de flujo de materiales desde la fuente de aprovisionamiento hasta situar el producto en el punto de venta de acuerdo a los requerimientos del cliente.(J.J.Anaya, 2011,p.25)	Logística de suministro	Proveedores	1 al 4	Medición del cuestionario con escala de valor LIKERT	Buena	Siempre (5)
			Materia Prima				Casi siempre (4)
		Logística de producción	Productividad	5 al 8		Regular	A veces (3)
			Tiempo de entrega				
		Logística de distribución	Transporte	9 al 12		Media	Casi nunca (2)
			Despacho				Nunca (1)

Fuente: Elaboración propia

Satisfacción del cliente

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Items	Instrumento	Rango	Escala de medición
Satisfacción del cliente	La Satisfacción del cliente es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real de servicio. (K.D.Hoffman, 2011 ,p.289)	Tangibilidad	Infraestructura	1 al 4	Medición del cuestionario con escala de valor LIKERT	Buena	Siempre (5)
			Apariencia Personal				Casi siempre (4)
		Fiabilidad	Cumplimiento	5 al 8		Regular	A veces (3)
			Puntualidad				
		Empatia	Atencion Personalizada	9 al 12		Media	Casi nunca (2)
			Confianza				Nunca (1)

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Data de la variable independiente

Variable independiente: Logística integral													
No	logística de suministro			Logística de producción				Logística de distribución				SX1	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		12
1	2	2	5	1	4	4	1	4	4	4	3	2	34
2	2	1	3	1	2	5	2	2	2	2	5	3	38
3	5	3	5	4	4	5	1	4	1	1	1	5	32
4	4	1	3	3	1	3	1	4	3	3	2	2	34
5	5	2	2	4	4	3	4	5	3	1	2	4	41
6	1	5	1	1	5	2	5	2	5	2	3	5	38
7	1	1	2	3	5	5	5	5	2	5	1	2	42
8	2	5	2	5	5	4	2	2	5	1	3	2	30
9	4	1	5	2	1	4	5	3	3	5	2	1	33
10	5	5	2	4	2	1	3	5	3	4	1	3	38
11	4	5	4	4	3	5	4	2	3	3	1	1	29
12	5	1	1	2	4	5	3	1	1	5	2	4	32
13	5	2	5	4	2	4	4	1	2	1	2	1	33
14	3	2	4	5	3	2	3	2	1	5	4	5	27
15	5	3	2	2	5	5	1	1	2	4	4	1	33
16	5	3	1	4	2	3	3	1	4	3	4	2	40
17	1	3	3	1	3	1	4	2	2	1	5	3	44
18	5	1	5	5	1	2	1	3	4	3	3	2	37
19	3	4	5	2	2	5	4	3	1	4	4	4	44
20	5	3	2	3	4	4	1	4	5	2	3	5	39
21	4	3	4	4	1	5	1	2	1	4	5	5	36
22	2	5	4	3	3	2	4	4	4	2	3	2	31
23	3	1	1	3	4	5	5	1	1	4	5	1	34
24	5	1	1	3	3	2	5	3	3	4	5	4	39
25	5	1	5	3	4	2	4	3	3	3	5	5	43
26	3	5	1	4	2	5	2	5	2	1	1	2	33
27	4	1	5	1	5	4	1	1	3	5	5	4	39
28	4	4	3	5	5	3	5	4	4	2	4	4	47

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4. Data de la variable dependiente

Variable dependiente: Satisfaccion del cliente													
No	Tangibilidad				Fiabilidad					Empatía			SY1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	5	5	2	3	4	3	5	1	4	2	4	34
2	5	2	5	2	4	4	1	2	2	1	3	4	34
3	3	5	5	1	1	5	3	5	5	5	5	1	47
4	4	1	5	4	5	1	2	2	2	4	1	2	30
5	1	2	5	5	4	3	3	5	2	2	3	2	45
6	1	3	2	5	1	3	1	5	3	3	4	5	40
7	1	2	3	2	1	3	5	1	5	2	4	3	44
8	3	3	3	3	1	2	5	5	3	3	5	3	32
9	4	2	2	4	5	1	1	4	5	1	4	2	39
10	4	5	5	2	4	3	5	5	3	5	5	5	40
11	2	1	1	3	4	1	3	2	1	2	5	2	31
12	3	5	1	5	4	4	2	5	3	3	5	2	27
13	5	2	4	5	5	2	4	2	1	5	3	1	35
14	4	1	2	5	5	5	4	5	2	1	5	1	25
15	4	2	3	3	5	2	5	1	5	4	3	3	31
16	2	4	1	4	3	1	4	4	3	3	2	3	43
17	2	4	5	3	4	4	1	4	2	4	1	2	45
18	5	3	5	3	2	1	1	3	2	2	2	2	40
19	5	4	5	4	3	2	2	3	1	5	3	2	48
20	3	2	2	5	5	2	3	2	5	4	2	1	36
21	1	3	5	2	2	3	5	2	4	5	5	5	34
22	3	3	3	1	5	4	3	2	3	4	4	2	33
23	2	3	1	2	1	4	1	4	4	2	1	5	30
24	3	2	3	4	5	1	4	2	4	3	1	5	37
25	4	4	4	4	3	2	5	5	5	5	3	3	47
26	4	4	5	1	3	4	4	3	5	2	1	4	40
27	3	2	5	4	2	4	5	1	1	1	5	3	36
28	3	1	3	2	2	5	4	3	1	1	3	5	33

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 5. CERTIFICADO DE VALIDEZ



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE “LOGISTICA INTEGRAL”

DIMENSIONES / ÍTEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
I LOGISTICA DE SUMINISTRO							
¿Los proveedores cumplen los requerimientos de la							
¿La empresa tiene suficiente información acerca de							
¿La materia prima que se requiere es producida en sitios							
¿La materia prima que ingresa a planta es de calidad?							
II LOGISTICA DE PRODUCCION							
¿La empresa cuenta con un plan maestro de producción?							
¿La planta realiza procesos para la mejora de la							
¿Se utiliza métodos como el just in time?							
¿La empresa supervisa el servicio y tiempo de entrega?							
III LOGISTICA DE DISTRIBUCION							
¿La tercerización de transporte que realiza la empresa es							
¿Se realiza labores de supervisión y monitoreo al							
¿El despacho que se realiza en la empresa es rápido?							
¿La gestión de despacho es monitoreada por un							



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE “SATISFACCION DEL CLIENTE”

	DIMENSIONES / ÍTEMS	Pertinencia ¹		Relevancia		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	I TANGIBILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
	¿Las instalaciones de la empresa son de aspecto moderno							
	¿Los equipos de la empresa son de aspecto moderno?							
	¿Los colaboradores utilizan uniformes pulcros?							
	¿Los empleados usan identificación carnet?							
	II FIABILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
	¿La empresa cumple con lo que promete a sus clientes?							
	¿La empresa realiza servicio expedito y rápido?							
	¿La entrega de los productos se realiza con puntualidad?							
	¿La empresa maneja libros o registro de error?							
	III EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No	
	¿Los colaboradores entienden las necesidades del cliente?							
	¿Brindan los colaboradores un servicio personalizado y con							
	¿Los empleados están dispuestos a ayudar al cliente?							
	¿Los colaboradores generan confianza a los clientes?							

ANEXO 6 . ESCALA LIKER

LOGÍSTICA INTEGRAL

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach ^a	N de elementos
,843	12

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach ^a	N de elementos
,812	12



Logística integral

CUADRO DE OPERACIONALIZACION

Items	PREGUNTAS	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
1	¿Los proveedores cumplen los requerimientos de la empresa?					
2	¿La empresa tiene suficiente información acerca de posibles empresas proveedoras?					
3	¿La materia prima que se requiere es producida en sitios cercanos?					
4	¿La materia prima que ingresa a planta es de calidad?					
5	¿La empresa cuenta con un plan maestro de producción?					
6	¿La planta realiza procesos para la mejora de la productividad?					
7	¿Se utiliza métodos como el just in time?					
8	¿La empresa supervisa el servicio y tiempo de entrega?					
9	¿La tercerización de transporte que realiza la empresa es satisfactoria?					
10	¿Se realiza labores de supervisión y monitoreo al transportista?					
11	¿El despacho que se realiza en la empresa es rápido?					
12	¿La gestión de despacho es monitoreada por un supervisor?					



Satisfacción del cliente

CUADRO DE OPERACIONALIZACION

Items	PREGUNTAS	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
1	¿Las instalaciones de la empresa son de aspecto moderno y atractivo?					
2	¿Los equipos de la empresa son de aspecto moderno?					
3	¿Los colaboradores utilizan uniformes pulcros?					
4	¿Los empleados usan identificación carnet?					
5	¿La empresa cumple con lo que promete a sus clientes?					
6	¿La empresa realiza servicio expedito y rápido?					
7	¿La entrega de los productos se realiza con puntualidad?					
8	¿La empresa maneja libros o registro de error?					
9	¿Los colaboradores entienden las necesidades del cliente?					
10	¿Brindan los colaboradores un servicio personalizado y con cortesía?					
11	¿Los empleados están dispuestos a ayudar al cliente?					
12	¿Los colaboradores generan confianza a los clientes?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable. [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: DR. AGUILAR PAULLA FERNANDO YSMAL DNI: 60186815

Especialidad del validador: ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

12 de 12 del 2017.



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Ninguna.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Briceno Doria, Gonzalo DNI: 43601749

Especialidad del validador: Administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13.de12del 2017.



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Observaciones (precisar si hay suficiencia): NINGUNA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: DR. VASQUEZ ESPINOSA JUAN DNI: 09301600

Especialidad del validador: ADMINISTRACION

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

14 de 12 del 2017.



Firma del Experto Informante.
Especialidad



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-FR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 2 de 9

Yo, **VICTOR RAÚL PRADO CARDONA**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Campus Ate, revisor (a) de la tesis titulada **“Logística Integral y Satisfacción del cliente en la empresa Daspro S.A.C. Ate, 2018”** del (de la) estudiante **CCOILLO YARANGA LUIS GERARDO**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Ate, 20 de julio del 2018

Mgtr. VICTOR RAÚL PRADO CARDONA

DNI: 40760507

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------




Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Luis Gerardo Ccoillo Yaranga
Título del ejercicio: TESIS DE ADMINISTRACION
Título de la entrega: tesis Gerardo
Nombre del archivo: tesis_de_luis_ccoillo_10-07-18.docx
Tamaño del archivo: 1.86M
Total páginas: 76
Total de palabras: 11,766
Total de caracteres: 75,032
Fecha de entrega: 10-jul-2018 07:44 a.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 981632842



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Logística Integral y Satisfacción del Cliente en la empresa Daspro S.A.C.
Año: 2018*

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:
Luis Gerardo Ccoillo Yaranga

ASESOR:
Victor Raúl Prado Cardona

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de Organizaciones

LIMA - PERU

2017

- Home
- Checklist
- Feedback
- Grid
- 13
- Filter
- Download
- Info


Resumen de coincidencias

13 %

- 1 Entregado a Universida... 8 %
Trabajo del estudiante
- 2 repositorio.ucv.edu.pe 5 %
Fuente de Internet


VICTOR RAUL PRADO CARDONA



 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

Yo LUIS GERARDO CCOJILLO YARDANGA identificado con DNI N°21538963, egresado de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad César Vallejo, autorizo , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "LOGISTICA INTEGRAL Y SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DASPRO S.A.C ATE, 2018", en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



 FIRMA

DNI: 21538963

FECHA: 31 de Julio del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

FACULTAD: DE CIENCIAS EMPRESARIALES

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

LUIS GERARDO CCOILLO YARANGA

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

LOGISTICA INTEGRAL Y SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DASPRO S.A.C ATE, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 07 DE JULIO DEL 2018

NOTA O MENCIÓN: 12

VICTOR RAUL PRADO CARDONA

NOMBRE Y FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

