



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN EL NIVEL DE
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA
TRANSPORTE E INVERSIONES ZEGARRA, CALLAO, 2016**

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

AUTOR

JOSE LUIS REGALADO AYQUIPA

ASESOR

Dra. NERIDA GLADYS REY CORDOVA DE VELAZQUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

LIMA – PERÚ

2016

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) Regalado Ayquipa Jose Luis cuyo título es: **GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TRANSPORTE E INVERSIONES ZEGARRA, CALLAO, 2016**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 (número) diecisiete(letras).

Los Olivos, 22 de mayo 2019



.....
Dr. Díaz Saucedo Severino Antonio
PRESIDENTE



.....
Dr. Fernández Saucedo Narciso
SECRETARIO



.....
Dra. Rey Cordova De Velazquez Nerida Gladyz
VOCAL

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

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación es dedicado a mis padres por brindarme educación y bienestar, siempre me han apoyado, guiado y cuidado en todo momento; además le brindo gracias a mi mejor amigo Jose Valero y por ultimo gracias a mi familia en general por estar siempre conmigo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Dra. Nérida Gladys Rey Córdova de Velázquez por la orientación y ayuda que me brindo para la realización de mi tesis, por su apoyo y amistad que me permitieron aprender cada día.

A mis padres por brindarme su apoyo moral y amor incondicional en todo este proceso del desarrollo de tesis.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, José Luis Regalado Ayquipa con DNI N° 48041091, a efecto 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 auténtica. Así mismo, declaro también 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 ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 21 de Noviembre 2016



.....
Jose Luis Regalado Ayquipa

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Gestión logística y su influencia en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra, Callao, 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en administración.

Jose Luis Regalado Ayquipa

ÍNDICE

ACTA DE APROBACION DE TESIS	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACION	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos previos	4
1.2.1 Antecedentes Internacionales	4
1.2.2 Antecedentes Nacionales	7
1.3. Teorías relacionadas al tema	8
1.4. Formulación del problema	12
1.4.1 Problema general	12
1.4.2 Problemas específicos	12
1.5. Justificación del estudio	12
1.6. Hipótesis	15
1.6.1 Hipótesis general	15
1.6.2 Hipótesis específicas	15
1.7. Objetivo	15
1.7.1 Objetivo general	15
1.7.2 Objetivos específicos	15
II. MÉTODO	
2.1. Diseño de la investigación	17
2.2. Variables, operacionalización	17
2.2.1 Variable Independiente: Gestión logística	17
2.2.2 Variable Dependiente: Satisfacción del cliente	19
2.2.3 Operacionalización de variables	20

2.3. Población y muestra	21
2.3.1 Población	21
2.3.2 Muestra	21
2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	21
2.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
2.4.2 Instrumentos de recolección de datos	22
2.4.3 Validez	22
2.4.4 Confiabilidad	22
2.5. Métodos de análisis de datos	23
2.6. Aspectos éticos	24

III. RESULTADOS

3.1 Análisis descriptivo	25
3.2 Contratación de hipótesis	31

IV. DISCUSIÓN

V. CONCLUSION

VI. RECOMENDACIONES

VII. REFERENCIAS

ANEXOS

Anexo 1: Acta de aprobación de originalidad de tesis.

Anexo 2: Formulario de autorización de publicación de la tesis.

Anexo 3: Autorización de la versión final del trabajo de investigación.

Anexo 4: Cuestionario

Anexo 5: Matriz de consistencia

Anexo 6: Tabla de validación

Anexo 7: Tabla de validación

Anexo 8: Tabla de validación

Anexo 9: Tabla de validación

Anexo 10: Tabla de validación

Anexo 11: Tabla de validación

RESUMEN

La presente investigación titulada, la gestión logística y su influencia en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra, Callao, 2016, tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión logística en el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L, Callao, 2016. La investigación es de tipo aplicada y se utilizó para su propósito el diseño no experimental. Para esto se tomó una muestra censal de 60 clientes que se encuentran ubicados en los diferentes distritos de Lima, quienes contribuyeron detallando información para conocer si la gestión logística influye en nivel de satisfacción de los clientes. Para la extracción de datos se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se aplicó fue el cuestionario, que estuvo conformado por 12 preguntas referentes a la gestión logística y 10 preguntas con respecto al nivel de satisfacción de los clientes. Los resultados mediante la encuesta cuya medición fue escala de Likert, fueron sometidos a la prueba de correlación a un nivel de significancia del 0.05; de acuerdo a los resultados obtenidos se concluye que existe una influencia significativa entre la gestión logística y el nivel de satisfacción de los clientes.

Palabras claves: gestión logística, nivel de satisfacción, influencia, correlación, clientes.

ABSTRACT

The objective of this research, logistics management and its influence on the level of customer satisfaction of the company Transporte e Inversiones Zegarra, Callao, 2016, was to determine the influence of logistics management on the level of customer satisfaction in the company Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016. The research is of the applied type and the non-experimental design was used for its purpose. For this, a census sample of 60 clients that are located in the different districts of Lima was taken, who contributed by detailing information to know if the logistics management influences the level of customer satisfaction. For the extraction of data, the survey technique was used and the instrument that was applied was the questionnaire, which consisted of 12 questions related to logistics management and 10 questions regarding the level of customer satisfaction. The results by means of the survey whose measurement was Likert scale, were subjected to the correlation test at a level of significance of 0.05; According to the results obtained, it is concluded that there is a significant influence between logistics management and the level of customer satisfaction.

Keywords: logistics management, satisfaction level, influence, correlation, clients.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La globalización hace que cada día sea necesario prepararnos para afrontar situaciones diversas en la que cada temporada existan nuevas opciones de compra, debido a los intercambios culturales, una serie de transformaciones sociales, el tener contacto con el resto del mundo hace que estemos en constantes cambios, esta situación es de mucho interés para las empresas de transportes de carga pero cada vez más complicado y más exigente; el cliente siempre quiere un servicio de óptima calidad esto quiere decir que la mercancía que transporta llegue en un buen estado, sobretodo completa y a la vez arribar en la fecha y hora indicada; cumpliendo con estos tres aspectos básicos se originará confianza con el cliente y este se sentirá satisfecho por la clase de servicio eficiente que se le ha brindado.

Extraído de memorias digitales, Historias de grandes éxitos 2010, menciona que; uno de los antecedentes que marcaron el éxito de DHL fue en la década de los años 60, fue el comienzo de la comercialización de contenedores para el traslado de bienes vía marítima, los servicios de correo vía terrestre en su mayoría eran monopolios poco eficientes, frecuentemente viajaban también por barco esto hacía que los trámites aduaneros se retrasen, cuando ya los contenedores estaban siendo acumulados en los puertos. Los fundadores se organizaron y presentaron una idea el cual consistía que la documentación de embarque sea entregada de manera anticipada por avión, de esta manera ganaban tiempo para que empiecen los trámites aduaneros antes que el barco llegara a puerto; esto generaba que reduzcan el tiempo de descarga y no genere tráfico de contenedores.

Para hacer posible estos envíos, la empresa tenía que obsequiar pasajes aéreos a viajeros comprometidos a llevar consigo la documentación de embarque. La idea presentada por los fundadores inicio la llamada nueva industria, el servicio de envíos express a nivel internacional presento un gran desarrollo. Esto origino que en el año 1970 DHL se instaló en la costa Este de Estados Unidos y llegando a expandir en el Pacifico.

Fantozzi (2016) refiere que Ransa es una empresa de operador logístico más representativa en el Perú; empresa dedicada a ofrecer a sus clientes servicios que integren todos los campos del proceso logístico. Tiene colaboradores profesionales, altamente capacitados y especializados para enfrentar las solicitudes de sus clientes brindando soluciones y soporte en los diferentes sectores económicos. Ransa se dedica a gestionar y diseñar soluciones especializadas para atender a sus clientes de manera personalizada comprometidos a minimizar sus recursos y también las operaciones a través de un servicio dándole un valor agregado.

Desarrollan unidades de negocio como por ejemplo el terminal de almacenamiento, agencia de aduanas, presentando una logística completa, entre otras empresas; ofreciendo un servicio especializado y de alta calidad en los sectores económicos. Esta empresa brinda a sus clientes una cobertura a nivel nacional, debido a la flota que se maneja para cada requerimiento y para cada tipo de carga que pueden ser transporte de carga pesada, transporte de carga peligrosa, transporte de carga sobredimensionada, transporte bimodal, entre otros. Realizan sus operaciones con la ayuda de medios tecnológicos para monitorear su flota de transportes y distribución, esto además permite a sus clientes brindar la ubicación en tiempo real de sus unidades a nivel nacional e internacional, de esta manera se diferencian de la competencia manteniendo el control y el análisis de la información generada para satisfacer las necesidades de sus clientes.

A nivel empresarial, la empresa en estudio Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L. empresa ubicada en la provincia del Callao, ofreciendo el servicio de transporte de carga en general como contenedores, carga suelta, carga peligrosa, carga sobredimensionada, servicios adicionales de estiba y desestiba; por carretera a nivel local y nacional.

En la actualidad, Transporte e Inversiones Zegarra viene atravesando diversas causas que complican el servicio, como por ejemplo que el transporte no llegue a tiempo a su destino final, esto es originado por el exceso de camiones que tardan en retirar la carga de los diferentes almacenes ubicados en el Callao, para ello deben agilizar los trámites internos para poder hacer más oportuna la salida. La impuntualidad en el servicio puede ocurrir por diferentes causas, como

por ejemplo la congestión vehicular que viene atravesando nuestra provincia de Lima, la falta de control de unidades, la ausencia de dispositivos tecnológicos, la falta de comunicación, ausencia de información para poder llegar a tener buenas decisiones.

Otras de las causas deficientes que presenta la empresa en estudio es que la falta de eficiencia en el personal ocurre cuando se realiza contrataciones a transportistas inexperimentados; este no conoce todas las rutas, no sabe los cortos de caminos, no tiene identificado las vías donde está prohibido la circulación de camiones, falta de comunicación, tampoco se evalúa el perfil psicológico de la persona. Por otro lado, otro punto en contra es que no cuente con suficientes unidades de transporte, pues si un cliente solicita mover un lote de contenedores el servicio de la empresa no se puede llevar a cabo debido a la falta de unidades, generando así una gran desventaja dentro del mercado y compitiendo con empresas que cuenten con unidades suficientes para llevar a cabo sus operaciones en gran nivel.

La desconfianza es una de las causas muy importante por parte del cliente, debido a la inseguridad ciudadana que está pasando nuestro país donde delincuentes se suben a los camiones a abrir las puertas de los contenedores y poco a poco se está robando la mercadería, otros indicadores dicen que delincuentes amenazan de muerte a transportistas para llevarse el camión cargado de mercadería. Entre las cargas con alto valor económico deben ser custodiada por una camioneta que estará siguiendo por detrás al camión; esto generará confianza al conducir, concentración del transportista para trasladar la carga, entre otras.

Actualmente es muy importante que las empresas de transporte se organicen de acuerdo a un sistema logístico, ya que nuestro país está catalogado como uno de los países que realiza mayores importaciones a nivel de Sudamérica, debido a esto, se genera mucha afluencia de mercancías, las cuales llegan a la provincia del Callao desde diferentes partes del mundo, donde tienen que ser distribuidas a nivel local y nacional.

Las soluciones logísticas rápidas, efectivas y con gran flexibilidad en el servicio son un conjunto de factores que es de mucho interés para la satisfacción del cliente; la empresa en estudio presento una falla mecánica, que generó que

toda la cadena logística se retrase debido a que no hubo una solución a tiempo; una manera de remediar el problema era que llegue un camión y se traspase la mercadería y esta puede ser dirigida a su destino final. No existe un área de mantenimiento y preparación de unidades de transporte debido a esto no se puede tener unidades de transporte en buen estado y con alta capacidad para realizar el servicio con éxito.

1.2. Trabajos previos

Ahora bien, revisando los antecedentes de investigaciones encontradas se puede mencionar los siguientes:

1.2.1. Antecedentes nacionales

Lopez (2011) su objetivo general fue, presentar un control eficiente de los costos de servicios por cada vehículo de la flota de transporte de carga con el objetivo de presentar un control del servicio además poder estimar el costo del flete competitivo frente a la competencia y también para que el cliente se sienta satisfecho con la tarifa del flete que disponemos.

Sostiene que, para el servicio de carga de transporte terrestre debe minimizar costos en el proceso logístico, analizar el tiempo de traslado de un punto de partida a un punto de llegada (estudio de rutas), proponer mejoras en la calidad de servicio, y además crear e impulsar nuevas prácticas que sean desarrolladas en el mercado local. A continuación, mencionamos algunos consejos de eficiencia que nos ayudaran a mejorar el desempeño en el plano operativo y reducir costos. La adecuada conducción del vehículo; esto se da manteniendo una aceleración constante a una velocidad que genera una reducción significativa del consumo de combustible. La planificación es una herramienta que ayudara en la utilización de la flota que manejan las empresas de transporte (de manera que se utilice para cada ruta el vehículo más operativo ya sea para rutas cortas o rutas largas) esto también contribuye a la reducción significativa del consumo de combustible. Las empresas más reconocidas de transporte de carga proponen acuerdos estables con otros transportistas y

evalúan la posibilidad de contratarlos en los momentos complicados, como por ejemplo los viajes de retorno vacíos o también traslado de carga por fallas mecánicas; esto hará que mejore la utilización de la flota, con la consecuente reducción de combustible, personal, peajes, viáticos, desgaste de llantas, entre otros.

Generar la participación de varios transportistas como por ejemplo con los proveedores a través de algunos gremios, permite ahorros y descuentos en la compra de bienes y servicios como por ejemplo llantas, seguros, combustible, mantenimiento a la flota, repuestos, software, vehículos, entre otros.

Entre sus conclusiones se determinó que tener un sistema de costos nos permite fijar de manera correcta el precio de sus servicios (flete), detallando además que todos los costos que influyen en el transporte están cubiertos de manera apropiada y esto permite obtener un mejor margen de ganancia, adicional a esto un sistema de costos eficiente permite cotizar los servicios de manera oportuna y de esta manera el cliente quede satisfecho por los descuentos en su cotización.

Pelaes (2010) presento como objetivo general, identificar si presenta una relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa telefónica, indica que cuando aumenta el nivel del clima organizacional esto conlleva como resultado que los niveles de satisfacción de los clientes también aumenten. Debido a esto propone que todas las empresas tienen que tener definido el concepto de satisfacción al cliente, evaluando crear centros de medición y modelos de respuesta rápida ante cualquier problema de insatisfacción o reclamo, además de tener un registro de las fallas e inconvenientes que tiene el cliente frecuente.

Se concluye que la satisfacción del cliente debe ser trabajada con estrategias generadas por la empresa, para ello esta debe conocer sus fortalezas y debilidades, tener datos de cuáles son los problemas más frecuentes que sus clientes reportan y solucionarlos inmediatamente, buscar que las cifras de quejas sean cada vez menores y sobre todo tener presente en el personal la manera como se quiere diferenciar de la competencia, estas estrategias deben ser capaces de atraer y retener al público.

Pintado y Rodríguez (2014) argumenta que todas las empresas que brinden productos y servicios, tienen como objetivo principal fidelizar, mantener y aumentar el número de clientes, logrando la satisfacción y provocando que se identifiquen con la organización para obtener clientes fieles.

Actualmente las empresas que ofrecen servicios en el campo logístico, dedican su tiempo por encontrar un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) más completo para mejorar procesos, disminuir tiempos de respuesta para un servicio, minimizar costos logísticos y mano de obra, disponer soportes tecnológicos para hacer más eficiente y eficaz el servicio.

Dentro su conclusión se determinó, que las necesidades que el cliente propone mejorar son en los procesos de almacenaje, distribución, estiba, desestiba y envíos de mercadería. Además, un número considerable de clientes indica que la tecnología no traerá mejoras para la atención al cliente.

En el análisis para determinar los procesos que influyen en el servicio de atención se identificaron los siguientes; la pésima organización y distribución del (layout) espacio de almacenaje, señalización y tránsito, la falta de experiencia en las buenas prácticas de la gestión logística por parte de los trabajadores, propuestas incorrectas de los procesos de atención al cliente. Por último, se identificó una propuesta de mejora que tiene como objetivo principal mejorar los tiempos de llegada en las horas punta de la ciudad, capacitar al personal para lograr desarrollar sus capacidades y habilidades.

Villavicencio (2014) sustenta que en el sector servicio es imposible estandarizar las expectativas del cliente, debido a que cada cliente presenta una necesidad diferente, pero por lo general en apariencia todos requieren el mismo servicio, esta subjetividad del servicio que se está presentando no puede proponer procedimientos inflexibles para brindar la satisfacción a los clientes. Aplicar un sistema de calidad no es una solución duradera en la empresa para ser sostenible en el mercado, mientras no estén inmersos dentro de un proyecto de mejoramiento continuo. La herramienta de mejora continua es el principal desarrollo para muchas empresas porque les permite actualizar los procesos que manejan, esto también permitirá que las empresas se conviertan mas productivas, competitivas, sostenibles que les permitirán mantenerse en el mercado.

1.2.2. Antecedentes internacionales

Molina (2015) propuso como meta principal el diseño e implementación de un sistema logístico alineado a las necesidades de la organización, para obtener un mejor control en todos sus procesos, presentar competitividad hacia a la competencia, generar satisfacción en los clientes de acuerdo a sus necesidades, también se solicitó una capacitación del personal de todas las áreas operativas con el objetivo de incluirlos al sistema logístico y sensibilizar al personal sobre cambios que se darán en todas las áreas de la empresa.

Ortiz (2013) argumenta que todas las empresas necesitan de un componente diferenciador que nos permita alcanzar la satisfacción de los clientes actuales y aceptación de nuevos clientes potenciales para después fidelizarlos. Para esto, la problemática en las organizaciones es la ausencia de una herramienta que permita mejorar el servicio para sus clientes. Se propone tener una alianza estratégica con una empresa que brinda el servicio de rastreo satelital en tiempo real, que permita tener un enfoque analítico de la organización frente al mercado o competencia. Desarrollando una logística eficiente nos permite, mejorar los tiempos de entrega, tiempos de disponibilidad de unidades, calidad en nuestro servicio y una mejor distribución de toda la flota.

En Ecuador, existen muchas empresas que se dedican a la instalación de tecnología aplicada a la logística, como nos muestra el rastreo satelital en tiempo real para las organizaciones, cada empresa propone un valor agregado a sus clientes, presentando un servicio diferenciado que no tiene la competencia, el cliente tendrá que elegir cual empresa le brinda mayores beneficios y seguridad para el traslado de su carga y de esta manera satisfacer su necesidad.

En conclusión, al no contar con un elemento diferenciador como es el caso del rastreo satelital en tiempo real, afectara mucho en el rendimiento y sostenibilidad en el mercado de la empresa también afectara el nivel de servicio que presenta, esto conllevara a no poder llamar la atención de futuros clientes potenciales y no ser competencia frente a otros.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Variable independiente: gestión logística

1.3.1.1 Definición

Gómez (2008) define a la gestión logística como la función de la calidad logística se centraliza en la capacidad de respuesta de la empresa para desarrollar recursos que proporcionan confianza a la organización y a los clientes. Se plantea como una opción estratégica con el objetivo de lograr la calidad total evidente de los resultados de la empresa; además tomando en cuenta las características del servicio, la fiabilidad y la importancia al error para medir los niveles de calidad.

Bureau (s.f.) la logística tiene como objetivo minimizar recursos, tiempo y el flujo de materiales desde el inicio hasta el consumidor final también minimizar costos por lo cual satisfaga las necesidades del cliente en cuanto a la flexibilidad en el servicio, tiempo de respuesta, rapidez, de acuerdo con los objetivos del servicio establecidos de la compañía.

Gómez (2008) la logística en la empresa no depende del tamaño ni del sector de actividad; esto dependerá de la necesidad que tienen las empresas de aprovisionarse de manera adecuada brindando una respuesta a tiempo y eficiente a los clientes. Por tanto, la logística en todas las empresas es de mucha importancia debido a que, desarrollando una gestión logística de forma adecuada se mejora la gestión de aprovisionamiento, el rendimiento interno de la empresa y también mejora el nivel de calidad que se ofrece a sus clientes.

1.3.1.2 La teoría de la ventaja competitiva de Porter

La ventaja competitiva de Porter (2010) menciona los tipos básicos:

Liderazgo por costos; para desarrollar el liderazgo por costos refiere a que una empresa tiene la producción más bajo en costos en la industria. Ser un líder en la industria de producción debe tener en cuenta lo siguiente; presentar bases de diferenciación, aun cuando se tiene el liderazgo de costos para consolidar su

ventaja competitiva. Si otra organización logara a alcanzar el liderazgo por costos al mismo tiempo, esto sería desastroso.

Diferenciación; obtener la diferenciación significa que una empresa tiende a ser única en su industria. Las áreas de la diferenciación pueden ser lo siguiente; producto, distribución, ventas, comercialización, servicio, imagen, entre otros.

Enfoque; lograr el enfoque significa que una empresa consiguió ser mejor en un segmento del mercado, existen 2 variantes; enfoque por costos y enfoque por diferenciación.

1.3.1.3 Sistema de manejo del transporte

Ballou (2004) la gestión del transporte se enfoca en la llegada y salida de una empresa a otra; sus principales componentes es la información de los pedidos, peso, volumen de la carga, cantidad, fecha pactada del servicio y fecha de entrega. Tiene como objetivo ayudar a la planeación, organización y control de todos los procesos que se manejan dentro de la empresa. Esto implica seleccionar la mejor unidad para el servicio detallado, consolidación de la carga, activar la ruta y programación de envío, procesamiento de quejas por parte de los clientes y por ultimo rastreo de la unidad en tiempo real.

1.3.1.4 Planificación de rutas y tecnologías digitales en el tracking

Bureau (s.f.) con la planificación de rutas, su principal objetivo es optimizar la utilización de la flota cubriendo todas las zonas de reparto, además para determinar la planificación de rutas primero se realiza un estudio de rutas para determinar la zona por donde se trasladará el vehículo. Cada vehículo utilizara unas fichas de rutas que indicaran al personal el itinerario que deben seguir y el día que tienen que llegar a cada punto para la descargar correspondiente. Las principales fases de planificación son las siguientes; distribuir los puntos de llegada por zonas, asignar el adecuado vehículo a cada una de las zonas que se quieren llegar, establecer para cada vehículo las rutas correspondientes dentro

de los puntos de llegada, la eficiencia y la efectividad alcanzadas con las operaciones logísticas de una empresa resultan altamente influidas por la asignación de los itinerarios de los vehículos disponibles.

Bureau (s.f.) el avance de las tecnologías digitales permite a las empresas adoptar nuevas prácticas logísticas. En este contexto, estas herramientas tecnológicas aplicadas en el seguimiento de las mercancías o tracking, permiten que la empresa controle, desde cualquier lugar, la situación de una carga determinada, dentro de una cadena de comercio internacional. Además, los sistemas de tracking facilitan la coordinación y colaboración entre la diversidad de agentes y operadores logísticos que intervienen en una cadena intermodal de transporte.

1.3.2 Variable dependiente: nivel de satisfacción del cliente

1.3.2.1 Definición

Kotler (2002) define la satisfacción del cliente como, la sensación de placer o decepción que presenta un cliente al diferenciar la percepción de un producto o servicio con sus expectativas.

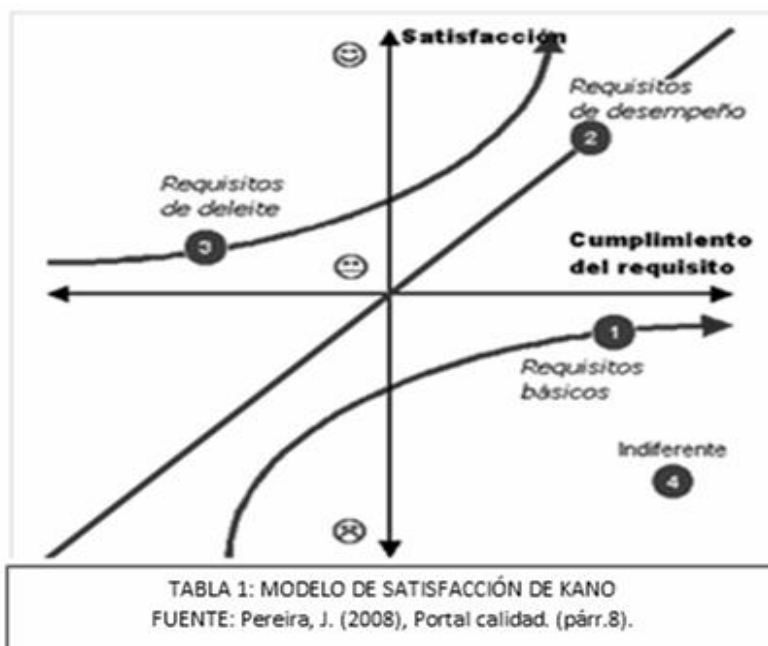
Serna (2006) define la satisfacción del cliente como, el análisis que utilizan las empresas para investigar la calidad de servicio con el objetivo de la fidelización de un cliente.

Larrea (1991) señala que, la satisfacción del cliente es el argumento principal para la obtención de la calidad, debido a esto genera una ventaja competitiva en el mercado.

1.3.2.2 Modelo de satisfacción de Kano

Modelo de satisfacción (término acuñado por Kano, citado en Pereira, J. 2008), en el Portal Calidad menciona que:

El modelo Kano llamado modelo de satisfacción del cliente se conoció a mediados de los años 80, cuestiona la premisa de que la satisfacción del cliente depende necesariamente de lo bien que una empresa es capaz de realizar sus productos o disponer de sus servicios. Kano, en conformación a su equipo de trabajo enunció que no todas las características generan una misma satisfacción, también hay algunas que contribuyen de forma directa a fortalecer su fidelidad con el producto.



Para distinguir unas características de otras menciono los siguientes; características o requisitos básicos: son factores del producto que el cliente requiere de manera obligatoria. No aumentan la satisfacción, pero causan una insatisfacción muy grande si no logran llegar a la necesidad o deseo del cliente. Características o requisitos de desempeño: estos factores del producto aumentan de manera proporcional a la satisfacción del cliente; cuando más se añaden o más funcionalidades ofrecen más satisfecho está el cliente. Características o requisitos de deleite: son factores no esperados por el cliente que causan sorpresa y una gran satisfacción. Como no son esperados, no provocan insatisfacción sino se aportan a la necesidad o deseo del cliente.

1.3.2.3 Barreras contra el buen servicio

Gómez (2009) presenta que las principales barreras que causan negatividad de un buen servicio son las siguientes; cuando los objetivos de la empresa no han sido implementados pensando en el cliente, sino en el beneficio de la empresa. Cuando no se genera una estrategia visible del servicio. Cuando los gerentes toman decisiones que están lejanos hacia los clientes. Alta importancia en la rebaja de costos. Personal no capacitado, sin motivación, sin autoridad. Cuando el consumidor no realiza reclamos y por ultimo cuando los colaboradores de cargos altos no tienen los principios para solucionar los problemas.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema general

¿De qué manera la gestión logística influye en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de Transporte e Inversiones Zegarra, ¿Callao, 2016?

1.4.2 Problemas específicos

¿De qué manera la capacidad de respuesta influye en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de Transporte e Inversiones Zegarra, ¿Callao, 2016?

¿De qué manera la calidad total influye en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de Transporte e Inversiones Zegarra, ¿Callao, 2016?

¿De qué manera la fiabilidad influye en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de Transporte e Inversiones Zegarra, ¿Callao, 2016?

1.5 Justificación del estudio

Huamanchumo y Rodríguez (2015) sostiene que, es necesario indicar que durante la investigación se presentan interrogantes tales como: ¿Cuál es la finalidad de nuestra investigación, que importante es nuestra investigación para la sociedad, a quien o a quienes beneficia, cuales son los problemas que

resolveré, cuales son las teorías que estoy ejecutando en mi investigación; [...]?

La justificación de una investigación debe ser abordada, de los siguientes puntos de vista; social, económico y teórico - práctico lo cual se desarrollará.

1.5.1. Justificación social

La presente investigación tiene como finalidad contribuir con el pueblo joven de Villa Señor de los Milagros distrito de Carmen de la Legua, contribuyendo con la responsabilidad social empresarial, asumiendo que la organización en estudio logre identificar los problemas en las que se encuentra, para revertir su posterior mejora; además también para influir en mejorar la calidad de vida de la población. Así también cooperar en otras organizaciones aledañas para brindar mejoras, soluciones y brinden un beneficio a la sociedad de este distrito.

1.5.2. Justificación económica

La presente investigación se justifica debido a la importancia que tiene hoy en día la actividad económica del transporte, con esta investigación se pretende identificar las causas de la deficiente gestión que se tiene dentro de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra; para emplear el proceso de mejora en su gestión logística, la cual permitirá a la empresa a no solo generar mayor rentabilidad, sino que además de esto podrá incrementar su participación en el mercado, generara competitividad y probablemente obtendrá mayores resultados en cuanto a la rentabilidad; la cual se podrá adquirir nuevas unidades, será una fuente generadora de empleo como por ejemplo choferes, personal de estiba, acompañantes, coordinadores, personal para el área de mantenimiento, entre otros. A partir de estas mejoras la empresa en estudio tendrá una mayor organización y control al momento de transportar cualquier tipo de mercadería, se tendrá procesos controlados, tendremos clientes satisfechos, y de esta manera podrán hablar bien, del buen servicio que se le brinda para que su opinión sea el mejor respaldo al momento de encontrar nuevos clientes.

El cliente quiere que su mercadería llegue completa, bien conservada, en optima condiciones de buen estado de la mercadería, llegadas en el tiempo

coordinado, constante comunicación, su mercadería este resguardada evitando cualquier tipo de robo; a partir de cumplir estas expectativas por parte del cliente, la empresa en estudio generara mayores ingresos, necesitara mayores recursos humanos, estará posicionado en un mercado competitivo, será reconocido en el mercado y así logre la satisfacción que el cliente espera.

1.5.3. Justificación teórica – práctica

La presente investigación tiene como finalidad servir como modelo para el interés de muchos estudiantes universitarios, entidades académicas o para empresas enfocadas a la gestión logística del transporte, en beneficio para mejorar sus herramientas de estudio o para implementar procesos de gestión logística dentro de su empresa influenciado a la satisfacción de los clientes, de esta manera coopere a que puedan ser competitivas, obtengan mayor participación en el mercado y que sean reconocidas por brindar un buen servicio.

Esta investigación se desarrolló debido al gran impacto económico que tiene la actividad del transporte, debido a la magnitud de importaciones que se realiza dentro de nuestro país y a los grandes almacenes portuarios de contenedores como DP WORDL, APM TERMINALS, NEPTUNIA, IMUPESA, entre otras; ubicados todos en la provincia del Callao. Además de generar beneficios dentro de la provincia del Callao, trajo consigo diferentes problemas como por ejemplo el insoportable tráfico que viene atravesando muchas avenidas de esta provincia, la falta de control de las unidades, la falta de utilización de la tecnología dentro de la actividad comercial del transporte; está siendo una problemática para muchas empresas de transporte que presentan una deficiente gestión logística. Para la provincia del Callao el transporte es una actividad de exclusividad debido a que es en este punto del territorio donde llegan las grandes navieras lleno de miles de contenedores para ser trasladados a diferentes empresas de todo el Perú ya sea local o a provincias.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

La gestión logística influye significativamente en el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

1.6.3 Hipótesis específicas

La capacidad de respuesta influye significativamente, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

La calidad total influye significativamente, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

La fiabilidad influye de manera positiva, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivos generales

Determinar la influencia de la gestión logística en el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L, Callao, 2016.

1.7.3 Objetivos específicos

Determinar la influencia de la capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa Transporte e Inversiones Zegarra, Callao, 2016.

Determinar la influencia de la calidad total en el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa Transporte e Inversiones Zegarra, Callao, 2016.

Determinar la influencia de la fiabilidad en el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa Transporte e Inversiones Zegarra, Callao, 2016.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de la investigación

La presente investigación se utilizó el diseño no experimental, ya que las informaciones a presentar para medir las variables se tomarán sin modificar nada y se analizara como se presente en la realidad.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) las variables gestión logística y satisfacción, no serán manipuladas, limitándose a observar sus características solamente. [...].

Sampieri (2010) desde el punto de vista de la temporalidad de la información, presenta un diseño transversal ya que la información se desarrollará en un determinado momento del tiempo. En la presente investigación de acuerdo al fin es de tipo Aplicada, puesto que se estudiarán las posibilidades de aplicación de teorías para la solución de problemas de la sociedad. El tipo de investigación aplicada se presenta de esta manera para la resolución de problemas.

La investigación se desarrollará de nivel explicativo-causal porque se relaciona y mide el grado de relación entre las variables y la manera cómo interactúan las dos variables entre sí. Al ser explicativo causal se va observar la causa y el efecto de las variables.

2.2 Variable y definición operacional

2.2.1 Variable independiente: La gestión logística

Definición conceptual

Gómez (2008) define a la gestión logística como la función de la calidad logística se centraliza en la capacidad de respuesta de la empresa para desarrollar recursos que proporcionan confianza a la organización y a los clientes. Se plantea como una opción estratégica con el objetivo de lograr la calidad total evidente de los resultados de la empresa.

Definición operacional: significa saber llevar el producto al menor tiempo y al menor costo posible, accediendo los productos a los clientes a tiempo, creando valor y cumpliendo con los estándares de calidad solicitados por el cliente.

Dimensión 1: Capacidad de respuesta

Gómez (2008) un servicio de calidad no debe tener errores, pero hay que asumir que eso es totalmente imposible, por lo tanto, se considera una medida de calidad la capacidad de la organización para solventar los posibles errores con rapidez, eficiencia y flexibilidad.

Dimensión 2: Calidad total

Gómez (2008) se entiende por calidad total el sistema de gestión empresarial basado en la idea de mejora continua, dedicar tiempo por encontrar un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) más completo para mejorar procesos, disminuir tiempos de respuesta para un servicio, minimizar costos logísticos y mano de obra, disponer soportes tecnológicos para hacer más eficiente y eficaz el servicio; de tal manera que los objetivos son, el logro de la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente,

Dimensión 3: Fiabilidad

Bowersox, Closs y Bixby (2007) se entiende por fiabilidad la probabilidad de que no se cometan errores, aun en situaciones de presión. En logística, la no comisión de errores tiene que ver con el cumplimiento de los plazos de transporte, disponibilidad y desempeño operativo.

2.2.2 Variable dependiente: nivel de satisfacción del cliente

Definición conceptual

Philip (2002) define la satisfacción del cliente como, la sensación de placer o decepción que presenta un cliente al diferenciar la percepción de un producto o servicio con sus expectativas.

Definición operacional: Es el tipo de respuesta frente a un servicio brindado o un producto, podría ser una respuesta positiva o una respuesta negativa dependiendo de la expectativa del cliente y los estándares de calidad que se espere.

Dimensión 1: Desempeño percibido,

Kotler y Armstrong (2013) se refiere a los comentarios que el cliente manifiesta después de haber obtenido el productos o servicio. En otras palabras es el resultado de todas las empresas después de comercializar productos o servicios en el mercado y estos son valorados por los clientes.

Dimensión 2: Expectativas

Bowersox, Closs y Bixby (2007) las expectativas son las manifestaciones de los clientes por cumplir una necesidad o deseo y esto se genera cuando las empresas prometen cumplir, también cuando disponen de experiencias y opiniones.

2.2.3 Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE GESTION LOGISTICA	Para Gómez, A. (2008), la función de la calidad logística se basa en la capacidad de respuesta de la empresa para desarrollar recursos que proporcionan confianza a la organización y a los clientes. Se plantea como una opción estratégica cuya finalidad es lograr la calidad total evidente de los resultados de la empresa; además se debe tener en cuenta factores como las características del producto o servicio, la fiabilidad, y la importancia atribuida al error para medir los niveles de calidad (p. 153).	Significa saber llevar el producto al menor tiempo y al menor costo posible, accediendo los productos a los clientes a tiempo, creando valor y cumpliendo con los estándares de calidad solicitados por el cliente.	Capacidad de respuesta	Rapidez	Ordinal <u>Likert</u> 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo	Cuestionario
				Eficiencia		Cuestionario
				Flexibilidad		Cuestionario
			Calidad total	Mejora continua		Cuestionario
				Expectativas		Cuestionario
				Satisfacción		Cuestionario
			Fiabilidad	Cumplimientos de plazos de transporte		Cuestionario
				Disponibilidad		Cuestionario
				Desempeño operativo		Cuestionario
VARIABLE DEPENDIENTE EL NIVEL DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES	Para Philip, K. (2002), la satisfacción se refiere a las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño percibido de un producto o servicio con sus expectativas (p.19).	Es el tipo de respuesta frente a un servicio brindado o a un producto adquirido, podría ser una respuesta positiva o una respuesta negativa dependiendo de la expectativa del cliente y los estándares de calidad que se espere.	Desempeño percibido	Entrega de valor	Cuestionario	
				Resultado	Cuestionario	
				Percibe	Cuestionario	
			Expectativas	Promesas	Cuestionario	
				Experiencias	Cuestionario	
				Opiniones	Cuestionario	

2.3. Población y muestra

2.3.1 Población

La presente investigación tuvo como población a los clientes de acuerdo a la ubicación geográfica que tienen en sus almacenes dentro de la provincia de Lima.

Clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL	
Callao	8
Cercado de Lima	7
Breña	6
Jesús María	5
Surco	5
Miraflores	5
Ate	5
Pueblo libre	5
Magdalena	5
La molina	4
La victoria	5
Total	<u>60</u>

TABLA 2: CLIENTES DE LA EMPRESA TRANSPORTE E INVERSIONES ZEGARRA
FUENTE: ARCHIVO DEL ÁREA DE CONTABILIDAD.

2.3.2. Muestra

La muestra la conforma los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra, esta investigación se tendrá una muestra censal, quiere decir que se tomara toda la población.

2.4. Técnicas e instrumento de medición de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnicas e instrumento de recolección de datos

En la presente investigación la técnica utilizada es la encuesta para obtener información, el cual se realizó en función a los indicadores de las dimensiones que se extrajeron de las variables d estudio.

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizó el instrumento de cuestionario donde se observan 22 preguntas que se respondieron con la escala tipo Likert para procesar la información. Se encontrarán preguntas relacionadas a la gestión logística y la satisfacción de los clientes.

2.4.3 Validez

El instrumento que es el cuestionario ha sido sujeto a la validez de 3 expertos quienes manifestaron su opinión respecto a las preguntas de la investigación.

Validador	Dr.
Nerida Rey Cordova	Educación
Costilla Castillo Pedro	Administración
Huamanchumo Venegas Henry	Administración

2.4.4 Confiabilidad

En la presente investigación se ha medido la confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach.

Hernández, Fernández y Baptista (2006) “la confiabilidad es el grado que el instrumento produce resultados consistentes y coherentes”.

Para determinar el Alfa de Cronbach, se utilizará la siguiente fórmula:

$$a = \frac{k}{k-1} \left[\frac{1 - \sum Vi}{Vt} \right]$$

Se aplicó una encuesta de 22 preguntas que respondieron con la escala tipo Likert, dirigida a los 60 clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra en el distrito del Callao; para ello se comprueba la fiabilidad del cuestionario a través del alfa de Cronbach.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	60	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	60	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,864	22

Fuente: SPSS V22

Huamanchumo y Rodríguez (2015), el Alfa de Cronbach, valida la relación entre las preguntas formuladas y las respuestas obtenidas [...] Si es menor a 0.8 o 80%, el investigador debe replantear las preguntas, hasta lograr que el entrevistado, se obtenga un repuesto uniforme.

Interpretación: De acuerdo a la tabla de resultados de análisis de fiabilidad que es 0.86 o 86% y según la tabla categórica, se determina que el instrumento de medición es de consistencia alta.

2.5 Método de análisis de datos

Para la recolección de datos se tendrá en primera instancia el método de alfa de Cronbach donde mide la confiabilidad que tiene los resultados, seguidamente se procederá a realizar la contratación de hipótesis, esto sirve para aceptar o rechazar la hipótesis nula o alternativa.

2.6. Aspectos éticos

La ética de un investigador está en la originalidad del proyecto, donde la información detalla el trabajo de campo, sin manipulación de la información; la tesis resolverá el problema empresarial sin trasgredir las normas y ética empresarial. También se respetará el punto de vista de cada autor que se ha tomado en consideración.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis descriptivo

Variable Independiente: Gestión logística

TABLA N°4

Propondría que el servicio se encuentre disponible las 24 horas del día.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	18,3	18,3	18,3
De acuerdo	33	55,0	55,0	73,3
Totalmente de acuerdo	16	26,7	26,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Figura 1



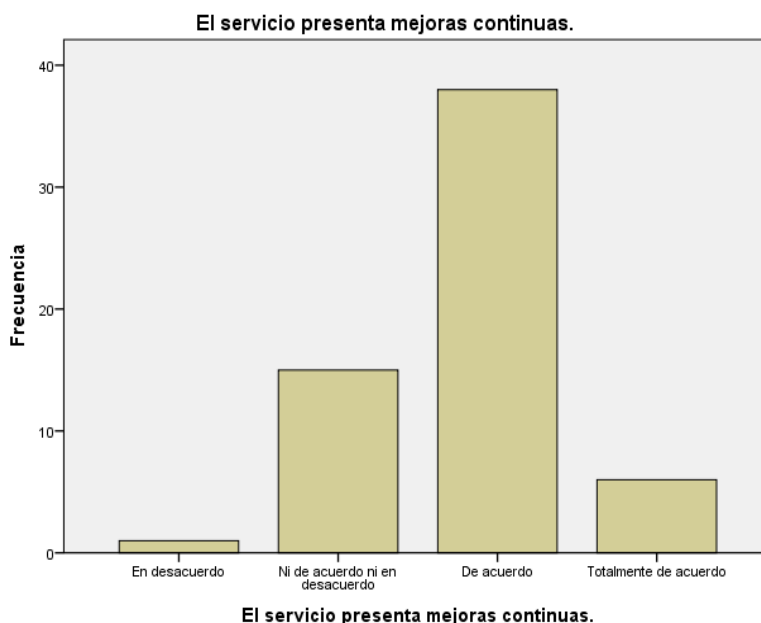
Interpretación: de acuerdo al grafico de la dimensión capacidad de respuesta, de los 60 clientes encuestados que constituye el 100% de la muestra censal, nos indica que el 55% respondieron “de acuerdo”, el 27% respondieron “totalmente de acuerdo” y el 18% respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Entonces se concluye que los clientes consideran que el servicio se encuentre disponible las 24 horas del día.

Tabla N° 08

El servicio presenta mejoras continuas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	25,0	25,0	26,7
	De acuerdo	38	63,3	63,3	90,0
	Totalmente de acuerdo	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Figura 2



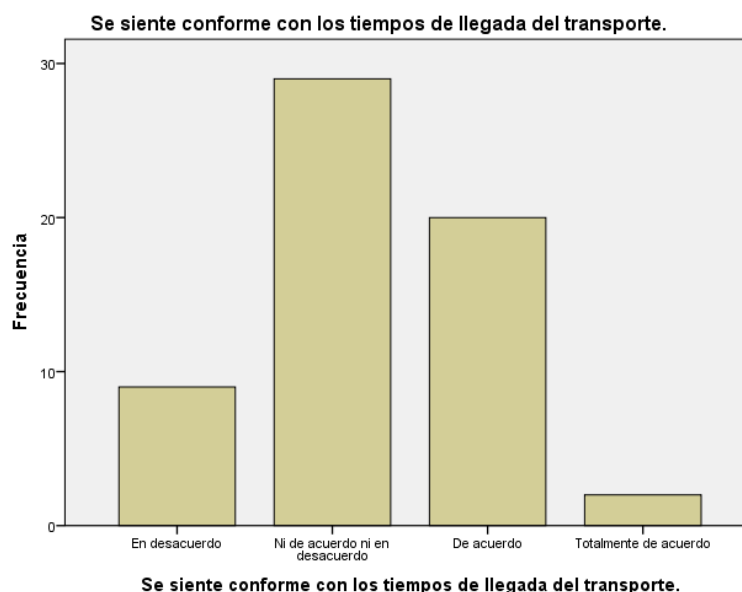
Interpretación: de acuerdo al grafico de la dimensión calidad total, de los 60 clientes encuestados que constituye el 100% de la muestra censal, nos indica que el 63% respondieron “de acuerdo”, el 25% respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 10% respondieron “totalmente de acuerdo”. Entonces se concluye que la mayoría de clientes consideran que el servicio presenta mejoras continuas en cuanto al servicio que brindan.

Tabla N° 09

Se siente conforme con los tiempos de llegada del transporte.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	9	15,0	15,0	15,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	48,3	48,3	63,3
	De acuerdo	20	33,3	33,3	96,7
	Totalmente de acuerdo	2	3,3	3,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Figura 3



Interpretación: de acuerdo al grafico de la dimensión fiabilidad, de los 60 clientes encuestados que constituye el 100% de la muestra censal, nos indica que el 48% respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 33% respondieron “de acuerdo”, el 15% respondieron “en desacuerdo”. Entonces se concluye que la mayoría de clientes no se sienten conformes de los tiempos de llegada del transporte.

Tabla N° 10

Variable dependiente: Nivel de satisfacción de los clientes

Se siente satisfecho por el resultado que se le brinda en cuanto al servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	18,3	18,3	18,3
De acuerdo	25	41,7	41,7	60,0
Totalmente de acuerdo	24	40,0	40,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Figura 4



Interpretación: de acuerdo al grafico de la dimensión desempeño percibido, de los 60 clientes encuestados que constituye el 100% de la muestra censal, nos indica que el 42% respondieron “de acuerdo”, el 40% respondieron “totalmente de acuerdo”, el 18% respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Entonces se concluye que la mayoría de clientes se sienten satisfechos por el resultado que se le brinda en cuanto al servicio.

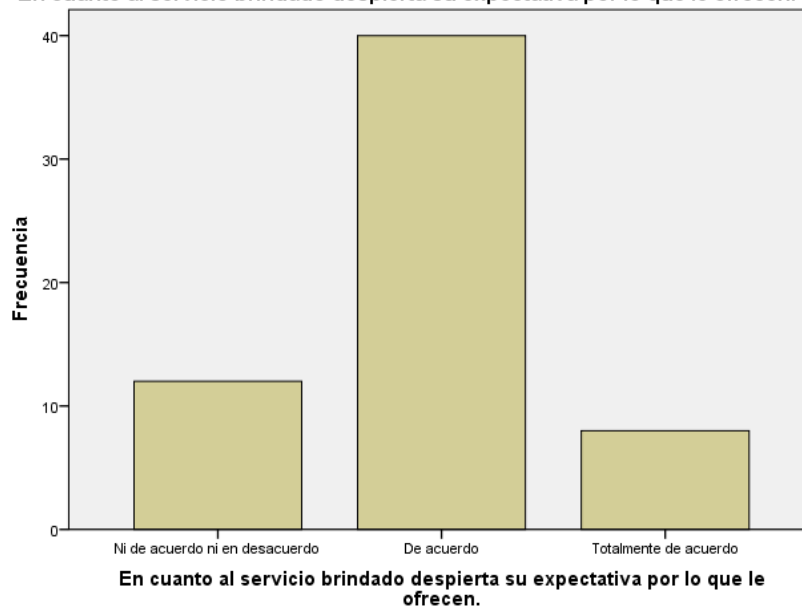
Tabla N° 16

En cuanto al servicio brindado despierta su expectativa por lo que le ofrecen.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	40	66,7	66,7	86,7
	Totalmente de acuerdo	8	13,3	13,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Figura 5

En cuanto al servicio brindado despierta su expectativa por lo que le ofrecen.



Interpretación: de acuerdo al gráfico de la dimensión expectativa, de los 60 clientes encuestados que constituye el 100% de la muestra censal, nos indica que el 67% respondieron “de acuerdo”, el 13% respondieron “totalmente de acuerdo”, el 20% respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Entonces se concluye que la mayoría de clientes despierta sus expectativas por lo que le ofrece la empresa.

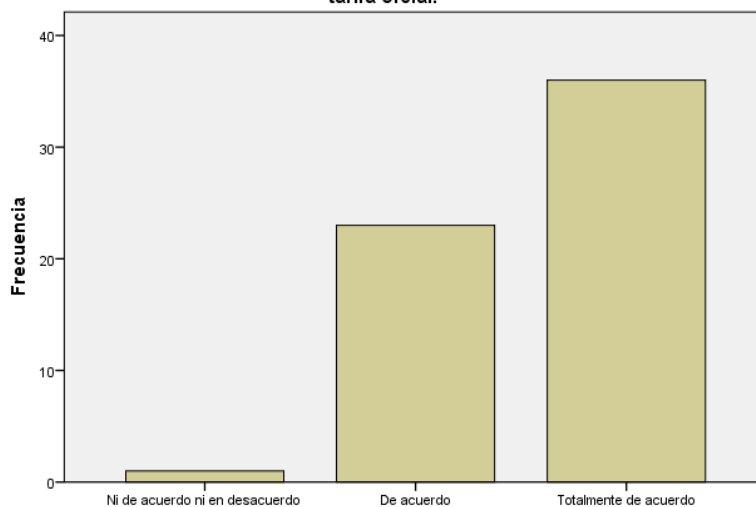
Tabla N° 21

Considera usted que el flete de retorno tenga un descuento del 50% en base a la tarifa oficial.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
De acuerdo	23	38,3	38,3	40,0
Totalmente de acuerdo	36	60,0	60,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Figura 6

Considera usted que el flete de retorno tenga un descuento del 50% en base a la tarifa oficial.



Considera usted que el flete de retorno tenga un descuento del 50% en base a la tarifa oficial.

Interpretación: de acuerdo al gráfico de la dimensión expectativa, de los 60 clientes encuestados que constituye el 100% de la muestra censal, nos indica que el 60% respondieron “totalmente de acuerdo”, el 38% respondieron “de acuerdo”. Entonces se concluye que la mayoría de los clientes consideran que el flete de retorno tenga un descuento del 50% en base a la tarifa oficial.

3.2 Contratación de hipótesis

Hipótesis General

Hi: La gestión logística influye significativamente en el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.RL., Callao, 2016.

Ho: La gestión logística no influye significativamente en el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.RL., Callao, 2016.

Consideramos que:

- $P > 0.05$, no rechaza la Ho.
- $P < 0.05$, se rechaza Ho.

Tabla de Correlación – Regresión Lineal según la variable independiente (Gestión logística) y la variable dependiente (Nivel de satisfacción de los clientes)

Correlaciones			Gestión logística	Nivel de satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Gestión logística	Coeficiente de correlación	1,000	,680**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Nivel de satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,680**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

Interpretación: Existe una correlación moderada positiva entre la variable independiente (gestión logística) y la variable dependiente (nivel de satisfacción de los clientes) de 0.68 respectivamente tanto para la variable independiente como para la variable dependiente. Como el valor de sig. es igual a 0.00 y por lo tanto es menor al valor sig. 0.05, se rechaza el Ho y se acepta la Hi.

Tabla de resumen del modelo – Regresión Lineal según la variable independiente (gestión logística) y la variable dependiente (nivel de satisfacción de los clientes)

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,749 ^a	,560	,537	2,21250

a. Predictores: (Constante), Fiabilidad, Calidad total, Capacidad de respuesta

Entre la variable independiente (gestión logística) y la variable dependiente (nivel de satisfacción de los clientes), existe un coeficiente correlación lineal significativa positiva de 0.75.

Hipótesis específica 1

Hi: La capacidad de respuesta influye significativamente, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

Ho: La capacidad de respuesta no influye significativamente, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

Consideramos que:

- $P > 0.05$, no se rechaza la Ho.
- $P < 0.05$, se rechaza Ho.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,721 ^a	,519	,511	2,27381

a. Predictores: (Constante), Capacidad de respuesta

Interpretación: Entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción de los clientes, presenta una correlación lineal moderada positiva de 0.72.

Coefficientes

Modelo	Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	T	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	26,430	1,883		14,035	,000
Capacidad de respuesta	,916	,116	,721	7,913	,000

a. Variable dependiente: Nivel de satisfacción de los clientes

Interpretación: se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula debido a que presenta un nivel de sig. de $0.00 < a < 0.05$.

Hipótesis específica 2

Hi: La calidad total influye significativamente, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

Ho: La calidad total no influye significativamente, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

Consideramos que:

- $P > 0.05$, no rechaza la Ho.
- $P < 0.05$, se rechaza Ho.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,544 ^a	,296	,284	2,75053

a. Predictores: (Constante), Calidad total

Interpretación: Entre la calidad total y el nivel de satisfacción de los clientes, presenta una correlación lineal moderada positiva de 0.54.

Coefficientes

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	T	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	29,715	2,340		12,696	,000
	Calidad total	,813	,164	,544	4,943	,000

a. Variable dependiente: Nivel de satisfacción de los clientes

Interpretación: se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula debido a que presenta un nivel de sig. de $0.00 < a 0.05$.

Hipótesis específica 3

Hi: La fiabilidad influye de manera positiva, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

Ho: La fiabilidad no influye de manera positiva, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra S.R.L., Callao, 2016.

Consideramos que:

- $P > 0.05$, no se rechaza la Ho.
- $P < 0.05$, se rechaza Ho.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,456 ^a	,208	,194	2,91830

a. Predictores: (Constante), Fiabilidad

Interpretación: Entre la fiabilidad y el nivel de satisfacción de los clientes, presenta una correlación lineal escasa positiva de 0.46.

Coefficientes

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	26,688	3,725		7,164	,000
	Fiabilidad	,928	,238	,456	3,902	,000

a. Variable dependiente: Nivel de satisfacción de los clientes

Interpretación: se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula debido a que presenta un nivel de sig. de $0.00 < a < 0.05$.

IV. Discusión

De acuerdo con los resultados de la presente investigación, se llegó a determinar lo siguiente:

Villavicencio (2014) sustenta que en el sector servicio es imposible estandarizar las expectativas del cliente, debido a que cada cliente presenta una necesidad diferente, pero por lo general en apariencia todos requieren el mismo servicio, esta subjetividad del servicio que se está presentando no puede proponer procedimientos inflexibles para brindar la satisfacción a los clientes.

Los resultados presentados en la investigación confirman lo expuesto, según la tabla 16 y la figura 5 los clientes encuestados mencionan que el 67% se encuentran “de acuerdo”, pero aún existe un 20% de los clientes que se encuentran “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” por lo que significa que hay clientes en que no cubren la expectativa que ellos quisieran observar en cuanto al servicio; esto quiere decir que no se pueden estandarizar las expectativas del cliente puesto que cada cliente tiene una diferente tipo percepción que otro.

Pintado y Rodríguez (2014) argumenta que todas las empresas que brinden productos y servicios, tienen como objetivo principal fidelizar, mantener y aumentar el número de clientes, logrando la satisfacción y provocando que se identifiquen con la organización para obtener clientes fieles.

Los resultados obtenidos en la investigación confirman lo expuesto, según la tabla 10 y la figura 4, los clientes encuestados mencionan que el 41% de los clientes se encuentran satisfechos por el servicio brindado pero un 18% indica que “ni de acuerdo ni en desacuerdo” por lo que la empresa tendría que mejorar por cubrir ese porcentaje y tener clientes satisfechos y de esta manera mantener y aumentar el número de los clientes.

Los resultados están respaldados por la teoría planteada por el modelo de satisfacción de Kano, para distinguir unas características de otras menciono los siguientes; características o requisitos básicos: son factores del producto que el cliente requiere de manera obligatoria. No aumentan la satisfacción, pero causan una insatisfacción muy grande si no logran llegar a la necesidad o deseo del cliente. Características o requisitos de desempeño: estos factores del producto

aumentan de manera proporcional a la satisfacción del cliente; cuando más se añaden o más funcionalidades ofrecen más satisfecho está el cliente. Características o requisitos de deleite: son factores no esperadas por el cliente que causan sorpresa y una gran satisfacción. Como no son esperadas, no provocan insatisfacción sino se aportan a la necesidad o deseo del cliente.

Gracias a la teoría de Kano la organización tendrá una visión más clara y profunda, también la manera de como el cliente puede sentirse mucho más satisfecho y así poder aumentar la cartera de clientes o darle mayor énfasis al 18% de clientes que no se siente satisfecho por el servicio prestado.

López, (2011), Sostiene que, para el servicio de carga de transporte terrestre debe minimizar costos en el proceso logístico, analizar el tiempo de traslado de un punto de partida a un punto de llegada (estudio de rutas), proponer mejoras en la calidad de servicio, y además crear e impulsar nuevas prácticas que sean desarrolladas en el mercado local. A continuación, mencionamos algunos consejos de eficiencia que nos ayudaran a mejorar el desempeño en el plano operativo y reducir costos. La adecuada conducción del vehículo; esto se da manteniendo una aceleración constante a una velocidad que genera una reducción significativa del consumo de combustible. La planificación es una herramienta que ayudara en la utilización de la flota que manejan las empresas de transporte (de manera que se utilice para cada ruta el vehículo más operativo ya sea para rutas cortas o rutas largas) esto también contribuye a la reducción significativa del consumo de combustible.

Los resultados obtenidos en la investigación confirman lo expuesto, según la tabla 21 figura 6 los clientes encuestados mencionan que el 60% se encuentra “totalmente de acuerdo” y un 38% menciona “de acuerdo” que el flete de retorno tenga un descuento de 50% en base a la tarifa oficial. La empresa podría considerar la petición de los clientes siempre y cuando se realice un eficiente control de los costos y algunos criterios para mejorar el desempeño.

Ortiz (2013) argumenta que todas las empresas necesitan de un componente diferenciador que nos permita alcanzar la satisfacción de los clientes actuales y aceptación de nuevos clientes potenciales para después

fidelizarlos. Para esto, la problemática en las organizaciones es la ausencia de una herramienta que permita mejorar el servicio para sus clientes. Se propone tener una alianza estratégica con una empresa que brinda el servicio de rastreo satelital en tiempo real, que permita tener un enfoque analítico de la organización frente al mercado o competencia. Desarrollando una logística eficiente nos permite, mejorar los tiempos de entrega, tiempos de disponibilidad de unidades, calidad en nuestro servicio y una mejor distribución de toda la flota.

Los resultados obtenidos en la investigación confirman lo expuesto, según la tabla 8 y la figura 2 los clientes encuestados mencionan que el 63% está “de acuerdo” si el servicio presenta mejoras continuas; como nos indica Ortiz M. la empresa requiere de un elemento diferenciador que permita optimizar la satisfacción de los clientes actuales.

Además, los resultados de la tabla 9 y la figura 3 indican que hay 48% de los clientes que indican “ni de acuerdo ni en desacuerdo” que los clientes no se sienten conformes con los tiempos de llegada del transporte; como nos indica Ortiz proponer el servicio de rastreo satelital que ayude a analizar la efectividad de la organización, de esta manera se puede controlar los tiempos de llegada del transporte, controlar a los conductores en tiempo real. De esta manera coincidir con lo propuesto con Ortiz de “desarrollar una logística eficiente que permita mejorar la calidad, la productividad, distribuir de una mejor manera y controlar cada procedimiento”.

En conclusión: gracias el elemento diferenciador del rastreo satelital permitirá tener mejoras en el servicio y además será una herramienta fundamental para que los conductores puedan llegar en el tiempo que se coordinó con el cliente.

V. Conclusiones

Primera: con respecto al objetivo general se concluye que existe una influencia moderada positiva entre las variables gestión logística y nivel de satisfacción de los clientes, quiere decir que se debe tener un gestión logística bien estructura, con altos niveles de calidad, ayudados por la tecnología para brindar un buen servicio y que los clientes se sientan satisfechos del servicio que se le brinda; para estar a nivel de grandes empresas se deben de seguir protocolos de mejora continua para todos sus procesos.

Segunda: con respecto al objetivo específico 1 se concluye que existe una influencia moderada positiva entre las variables capacidad de respuestas y nivel de satisfacción de los clientes; quiere decir que la capacidad de respuesta o también conocida como lead time, es el tiempo que demoras para dar una respuesta positiva o negativa, para este sector económico es muy importante el tiempo, debido a que el cliente siempre espera que su carga llegue lo más rápido a su almacén, siendo esto lo contrario al cliente le genera diferentes tipos de gastos.

Tercera: con respecto al objetivo específico 2 se concluye que existe una influencia moderada positiva entre las variables calidad total y nivel de satisfacción; quiere decir que la calidad total es el sistema de gestión empresarial basado en el principio de mejora continua en todas las actividades y procesos llevados en la empresa logrando así la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente.

Cuarta: con respecto al objetivo específico 3 se concluye que existe una influencia escasa positiva entre las variables fiabilidad y nivel de satisfacción de los clientes; quiere decir que la fiabilidad se caracteriza por la probabilidad de no cometer errores, aun en situaciones de presión, para la logística esto es cada vez poco posible debido a que los cumplimientos de llegada, disponibilidad de unidades, coordinación con toda la cadena logística siempre existirá errores que se puedan cometer, ya sea leve o que compliquen el servicio.

VI. Recomendaciones

Primera: se recomienda a la empresa poner a todas sus unidades GPS, debido a que esto nos permite adoptar nuevas prácticas logísticas, se podrá controlar desde cualquier lugar la situación de una carga determinada y además facilita la coordinación y colaboración entre la diversidad de agentes y operadores que intervienen en la cadena intermodal del transporte.

Segunda: se recomienda a la empresa obtener un software de gestión ERP, de esta manera aumentara la competitividad con procesos integrados, rápidos y flexibles, mejora los recursos empresariales y la utilización de activos para una mayor satisfacción del cliente.

Tercera: se recomienda a la empresa poner un centro de atención a los clientes, de esta manera ayudara a recepcionar los diferentes tipos de inconvenientes que tienen los clientes en cuanto al servicio, debido a esto se podrán revertir las incomodidades que tengan y solucionarlas con el tiempo; así obtener un mejor servicio y tener clientes satisfechos.

Cuarta: se recomienda a la empresa poner un centro de mantenimiento de sus unidades, de esta manera se podrá contar con unidades operativas y en buen estado para atender cualquier servicio.

Quinta: se recomienda a la empresa realizar un apalancamiento financiero o estar en la búsqueda de un nuevo socio que aporte; y de esta manera adquirir más unidades y aumentar la flota para llegar a todo el territorio nacional y aumentar la cartera de clientes.

VII. REFERENCIAS

- Anaya, J. (2007). Logística Integral, la gestión operativa de la empresa. (5° ed.). Madrid.: ESIC Editorial.
- Ballou, R. (2004). Administración de la cadena de suministro. (5° ed.). México.: Pearson.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades.
- Bowersox, D., Closs, D. y Bixby, M. (2007). Administración y logística en la cadena de suministros. (2° ed.) México.: Mc Graw Hill.
- Bureau Veritas. (S.F). Logística Integral. (2° ed.). Madrid.: FC EDITORIAL.
- DHL Perú. (2016). Transporte de carga. Recuperado de: http://www.dhl.com.pe/es/logistica/transporte_de_carga.html#air.
- Fantozzi, E. (2016). Ransa: Nuestra empresa, quienes somos.
Recuperado de:
<http://www.ransa.biz/ransa.biz/pe/es/pagina.php?plDSeccionWeb=1>.
- García, B. y Gutiérrez, A. (2013). Marketing de fidelización. España.: Pirámide.
- Gómez, E. (2009). Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes. Argentina.: El Cid Editor.
- Gómez, J. (2008). Gestión logística y comercial. México.: MACMILLAN profesional.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. México D. F.: Inter Americana Editores S.A.
- Historia de grandes éxitos (2010). Historia de DHL. Recuperado de: <http://www.historiasdegrandes exitos.com/2010/01/historia-de-dhl.html>.

- Huamanchumo, H. y Rodríguez, J. (2015). Metodología de la investigación. Lima, Perú: Summit.
- Kotler, P. (2002). Dirección de mercadotecnia. (8° ed.). México.: Pearson educación.
- Kotler, P. & Armstrong G. (2013). Fundamentos de marketing. (11° ed.) México.: Pearson educación.
- López, H. (2011). *Estructura y asignación del costo total, del servicio del transporte de carga por carretera en la empresa de transporte La Misericordia SAC del departamento de Lambayeque.* (Tesis para optar título). Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/242/1/TL_Lopez_Betancohurt_HelgaFany.pdf
- MINTRA (2008). Seguridad y salud en el trabajo de los estibadores terrestres y transportistas manuales. Recuperado de: <http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/dnrt/publicaciones/triptico/2008/11-EstibadoresTerrestres.pdf>
- Molina, J. (2015). *Planificación e implementación de un modelo logístico para optimizar la distribución de productos publicitarios en la empresa Letreros Universales S.A.* (Tesis para optar título).
Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10267/1/UPS-GT001298.pdf>
- Ortiz, M. (2013). *Análisis del servicio de transporte de carga pesada en la empresa TCP MOVA S.A. mediante la utilización de rastreo satelital año 2013*”. (Tesis maestría).
Recuperado de: http://repositorio.uisek.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/808/1/TESIS_MARCOS%20ANDRES%20ORTIZ%20ARIAS_UNIVERSIDAD%20SEK.pdf

Ortiz, O., Huchim, S. y Giani, N. (Enero, 2011). Como abaratar costos en transporte. Revista ÉLogística. (párr.2-3). Recuperado de: <http://www.logisticamx.enfasis.com/notas/4568-como-abaratar-costos-transporte>

Peláez, O. (2010). *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos. (Tesis en Doctor).* Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/53291914/pelaez-lo>

Pereira, J. (2008). Modelo de Kano. Recuperado de:

http://www.portalcalidad.com/articulos/711a_satisfaccion_del_cliente_iso_9001

Pérez, J. (2005). Gestión de la calidad empresarial. Madrid: ESIC Editorial

Pintado, M. y Rodríguez, A. (2014). *Propuesta de mejora en el servicio de atención al cliente en la empresa de servicios Chan Chan S.A.* (Tesis para optar título). Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/348/1/PINTADO_MIRIAN_PROPUUESTA_SERVICIO_CLIENTE.pdf

Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En servicio al cliente. Colombia: Panamericana editorial Ltda.

Villavicencio, R. (2014). *Calidad de servicio en el área de carga, encomiendas y satisfacción de los clientes de la empresa de transporte Línea S.A. Trujillo.* (Tesis para optar título).

Recuperado de:

http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/475/villavicencio_ronaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXO 1

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, **MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX**, docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo **Filial - Lima Los Olivos**, revisora de la tesis titulada:

"GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TRANSPORTE E INVERSIONES ZEGARRA, CALLAO, 2016" del estudiante **REGALADO AYQUIPA JOSE LUIS**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **25%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **EL INFORME DE INVESTIGACIÓN** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 23 de mayo de 2019



MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX

DNI: 16631152

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	--------------------------------

ANEXO 2

 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 **REGALADO AYQUIPA JOSE LUIS**, identificado con DNI N° **48041091**, egresada de la Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo, autorizo (**X**), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TRANSPORTE E INVERSIONES ZEGARRA, CALLAO, 2016**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:




REGALADO AYQUIPA JOSE LUIS

DNI: **48041091**

FECHA: 23 de mayo de 2019

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

ANEXO 3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Conste por el presente documento, el visto bueno que otorga la encargada del área de Investigación de la Escuela Profesional de Administración-Sede Lima Norte, a la versión final del Trabajo de Investigación que presente el estudiante:

Sr. REGALADO AYQUIPA JOSE LUIS

Trabajo de Investigación titulado:

"GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TRANSPORTE E INVERSIONES ZEGARRA, CALLAO, 2016"

Para obtener el Grado Académico y/o Título Profesional de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA : 21 de noviembre 2016

NOTA O MENCIÓN : 17 (diecisiete)

Lima, 23 de mayo del 2019



Mairena Fox
MSc. MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA
Coordinadora de Investigación de la EP de Administración

ANEXO 4
CUESTIONARIO

N°

INSTRUCCIONES: Lee cuidadosamente cada enunciado y seleccione la alternativa que usted considere adecuada. Marca con una "X" la respuesta, solo deberá de marcar una de las opciones.

Datos personales:

Sexo: () Masculino () Femenino **Edad:**

Posibles respuestas:

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

1- Genera una ventaja competitiva la rapidez en el servicio.	1	2	3	4	5
2- Se le brinda soluciones efectivas al momento.	1	2	3	4	5
3- La rapidez en el servicio brinda mayor rentabilidad en las ventas.	1	2	3	4	5
4- Propondría que el servicio se encuentre disponible las 24 horas del día.	1	2	3	4	5
5- El servicio cumple con sus expectativas.	1	2	3	4	5
6- Se deben de utilizar diferentes procedimientos para trasladar sus mercancías.	1	2	3	4	5
7- Necesita usted incluir el servicio de estiba y desestiba para un mejor servicio.	1	2	3	4	5
8- El servicio presenta mejoras continuas.	1	2	3	4	5
9- Se siente conforme con los tiempos de llegada del transporte.	1	2	3	4	5
10- La empresa siempre dispone de sus unidades para atender sus requerimientos.	1	2	3	4	5
11- Las unidades deben de contar con GPS.	1	2	3	4	5
12- El rastreo satelital brinda mejoras en el servicio.	1	2	3	4	5
13- Se siente satisfecho por el resultado que se le brinda en cuanto al servicio.	1	2	3	4	5
14- El personal representa una imagen de confianza.	1	2	3	4	5
15- Le brindan un servicio personalizado.	1	2	3	4	5
16- La comunicación es un factor clave dentro del servicio.	1	2	3	4	5
17- Percibe un servicio bien organizado.	1	2	3	4	5
18- Se cumple con lo ofrecido después de haber tomado el servicio.	1	2	3	4	5
19- En cuanto al servicio brindado despierta su expectativa por lo que le ofrecen.	1	2	3	4	5
20- La empresa cuenta con un personal calificado.	1	2	3	4	5
21- Considera usted que el flete de retorno tenga un descuento del 50% en base a la tarifa oficial.	1	2	3	4	5
22- Recomendaría la empresa a otras personas.	1	2	3	4	5

ANEXO N° 5

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
La gestión logística y su influencia en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	Capacidad de respuesta	Tipo de investigación: Explicativo Correlacional-causal Diseño de investigación: No experimental y transversal Población: 60 Muestra: población censal (toda la población) Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario Método de análisis de datos: SPSS V.22.0
¿De qué manera la gestión logística influye en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016?	Determinar la influencia de la gestión logística en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016.	La gestión logística influye significativamente en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016.	La Gestión Logística	Calidad total Fiabilidad	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS	VARIABLE DEPENDIENTE	Desempeño percibido	
¿De qué manera la capacidad de respuesta influye en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016?	Determinar la influencia de la capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016.	La capacidad de respuesta influye significativamente, en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016.	Nivel de Satisfacción de los Clientes	Expectativas	
¿De qué manera la calidad total influye en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016?	Determinar la influencia de la calidad total en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016.	La calidad total influye significativamente en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016.			
¿De qué manera la fiabilidad influye en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016?	Determinar la influencia de la fiabilidad en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016.	La fiabilidad influye de manera positiva en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Transporte e Inversiones Zegarra SRL, Callao, 2016.			

ANEXO N° 6

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable Independiente:

Gestión Logística

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Capacidad de respuesta							
1	Genera una ventaja competitiva la rapidez en el servicio.							
2	Se le brinda soluciones efectivas al momento.							
3	La rapidez en el servicio brinda mayor rentabilidad en las ventas.							
4	Propondría que el servicio se encuentre disponible las 24 horas del día.							
	DIMENSIÓN 2: Calidad Total	Si	No	Si	No	Si	No	
5	El servicio cumple con sus expectativas.							
6	Se deben de utilizar diferentes procedimientos para trasladar sus mercancías.							
7	Necesita usted incluir el servicio de estiba y desestiba para un mejor servicio.							
8	El servicio presenta mejoras continuas.							
	DIMENSIÓN 3: Fiabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Se siente conforme con los tiempos de llegada del transporte.							
10	La empresa siempre dispone de sus unidades para atender sus requerimientos.							
11	Las unidades deben contar con GPS.							
12	El rastreo satelital brinda mejoras en el servicio.							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr Mg: HUAMANCHORO VENEZAS HENAY

DNI: 17968344

Especialidad del validador: _____

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** 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

.....de.....del 2016



Firma del Experto Informante.

ANEXO N° 8

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable Independiente:

Gestión Logística

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Capacidad de respuesta								
1	Genera una ventaja competitiva la rapidez en el servicio.	/		/		/		
2	Se le brinda soluciones efectivas al momento.	/		/		/		
3	La rapidez en el servicio brinda mayor rentabilidad en las ventas.	/		/		/		
4	Proporciona que el servicio se encuentre disponible las 24 horas del día.	/		/		/		
DIMENSIÓN 2: Calidad Total								
5	El servicio cumple con sus expectativas.	/		/		/		
6	Se deben de utilizar diferentes procedimientos para trasladar sus mercancías.	/		/		/		
7	Necesita usted incluir el servicio de estiba y desestiba para un mejor servicio.	/		/		/		
8	El servicio presenta mejoras continuas.	/		/		/		
DIMENSIÓN 3: Fiabilidad								
9	Se siente conforme con los tiempos de llegada del transporte.	/		/		/		
10	La empresa siempre dispone de sus unidades para atender sus requerimientos.	/		/		/		
11	Las unidades deben contar con GPS.	/		/		/		
12	El rastreo satelital brinda mejoras en el servicio.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: CARRERA CARRERA PEDRO DNI: 09925834

Especialidad del validador: DR. EN 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

28 de 09 del 2016

Firma del Experto Informante.

ANEXO N° 9

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable dependiente: Nivel de satisfacción del cliente

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Desempeño percibido								
1	Se siente satisfecho por el resultado que se le brinda en cuanto al servicio.	/		/		/		
2	El personal representa una imagen de confianza	/		/		/		
3	Le brindan un servicio personalizado.	/		/		/		
4	La comunicación es un factor clave dentro del servicio	/		/		/		
5	Percebe un servicio bien organizado.	/		/		/		
DIMENSIÓN 2: Expectativas								
6	Se cumple con lo ofrecido después de tomar el servicio.	/		/		/		
7	En cuanto al servicio brindado despierta su expectativa por lo que le ofrecen	/		/		/		
8	La empresa cuenta con un personal calificado	/		/		/		
9	Considera usted que el flete de retorno tenga un descuento del 50% en base a la tarifa oficial.	/		/		/		
10	Recomendaría a la empresa a otras personas.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA.

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: COSPIRA CARILLO PEDRO DNI: 09925834

Especialidad del validador: Dr. EN 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

21 de 09 del 2016


 Firma del Experto Informante.

ANEXO N° 10

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable Independiente:

Gestión Logística

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Capacidad de respuesta								
1	Genera una ventaja competitiva la rapidez en el servicio.	✓		✓		✓		
2	Se le brinda soluciones efectivas al momento.	✓		✓		✓		
3	La rapidez en el servicio brinda mayor rentabilidad en las ventas.	✓		✓		✓		
4	Propondría que el servicio se encuentre disponible las 24 horas del día.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Calidad Total								
5	El servicio cumple con sus expectativas.	✓		✓		✓		
6	Se deben de utilizar diferentes procedimientos para trasladar sus mercancías.	✓		✓		✓		
7	Necesita usted incluir el servicio de estiba y desestiba para un mejor servicio.	✓		✓		✓		
8	El servicio presenta mejoras continuas.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: Fiabilidad								
9	Se siente conforme con los tiempos de llegada del transporte.	✓		✓		✓		
10	La empresa siempre dispone de sus unidades para atender sus requerimientos.	✓		✓		✓		
11	Las unidades deben contar con GPS.	✓		✓		✓		
12	El rastreo satelital brinda mejoras en el servicio.	✓		✓		✓		

Observaciones (preclar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Néida Rey Córdova DNI: 10197125

Especialidad del validador: Doc en Educación

38 de 09 del 2016

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entienda 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



Firma del Experto Informante.

ANEXO N° 11

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Variable dependiente: Nivel de satisfacción del cliente

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1: Desempeño percibido								
1	Se siente satisfecho por el resultado que se le brinda en cuanto al servicio.	✓		✓		✓		
2	El personal representa una imagen de confianza	✓		✓		✓		
3	Le brindan un servicio personalizado.	✓		✓		✓		
4	La comunicación es un factor clave dentro del servicio	✓		✓		✓		
5	Percibe un servicio bien organizado.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Expectativas								
6	Se cumple con lo ofrecido después de tomar el servicio.	✓		✓		✓		
7	En cuanto al servicio brindado despierta su expectativa por lo que le ofrecen	✓		✓		✓		
8	La empresa cuenta con un personal calificado	✓		✓		✓		
9	Considera usted que el flete de retorno tenga un descuento del 50% en base a la tarifa oficial.	✓		✓		✓		
10	Recomendaría a la empresa a otras personas.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Néstor Rey Córdova DNI: 10197125

Especialidad del validador: Dr. Educación

08 de 09 del 2016

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



Firma del Experto Informante.

ANEXO N° 12

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 04-07-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Feedback Studio - Mozilla Firefox
 https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang=es&ts=1&u=1055284503&o=1135125869

feedback studio REGALADO_AYQUIPA_JOSE_LUIS_Tercer_intento_Turnitin.docx -- /0 < 1 de 6 >



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE E INVERSIONES, ZUGARRA, CALLAO, 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR
JOSE LUIS REGALADO AYQUIPA

ASESOR
Dra. NERIDA GLADYS REY CORDOVA DE VELAZQUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

LIMA - PERÚ

2016

Resumen de coincidencias ✕

25 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en Inglés (Beta)

Coincidencias

25	1 Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	11 % >
	2 repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	6 % >
	3 www.scribd.com Fuente de Internet	2 % >
	4 Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 % >
	5 www.estadistico.com Fuente de Internet	<1 % >
	6 repository.unilivre.edu... Fuente de Internet	<1 % >
	7 ri.uaq.mx Fuente de Internet	<1 % >
	8 repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1 % >

Página: 1 de 42 Número de palabras: 8491

Text-only Report High Resolution Activado

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------