



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística de una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES:

Barboza Lopez, Gianpierre Antonio (orcid.org/0000-0002-4919-5676)

Poblete Vela, Otilia Veronica Yesabel (orcid.org/0000-0002-6584-1885)

ASESOR:

Dr. Márquez Caro, Fernando (orcid.org/0000-0001-9043-8150)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedicamos con un cariño desmesurado y orgullo a nuestros padres que son la base fundamental para nuestro crecimiento profesional y a quienes admiramos eternamente.

A Dios por guiarnos en cada paso que damos y en especial a cada uno de nuestros profesores, asesor y compañeros quienes forman parte de nuestra etapa de formación universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Así mismo, quisiéramos agradecer a nuestros padres que han sabido darnos su ejemplo de trabajo y honradez, a nuestro asesor el Dr. Fernando Luis Márquez Caro, principal pilar durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este proyecto. Finalmente, a la Universidad César Vallejo por ser la sede de todo el conocimiento adquirido en estos años.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	1
III. METODOLOGÍA	4
3.1 <i>Tipo y diseño de investigación</i>	8
3.2 <i>Variables y Operacionalización</i>	8
3.3 <i>Población y muestra</i>	8
3.4 <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	8
3.5 <i>Procedimientos</i>	9
3.6 <i>Métodos de análisis de datos</i>	10
3.7 <i>Aspectos éticos</i>	10
IV. RESULTADOS	10
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES	25
VII. RECOMENDACIONES	26
REFERENCIAS	27
ANEXO	33

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados de la variable Satisfacción del Cliente

Tabla 2: Resultados de la dimensión Flujo de Insumos

Tabla 3: Resultados de la dimensión Necesidades del Cliente

Tabla 4: Resultados de la dimensión Manejo de Inventario

Tabla 5: Resultados de la variable Gestión de Abastecimiento

Tabla 6: Resultados de tablas cruzadas de las variables Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento

Tabla 7: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Flujo de Insumos

Tabla 8: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Necesidades del Cliente

Tabla 9: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Manejo de Inventario

Tabla 10: Correlación entre Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento

Tabla 11: Correlación entre Satisfacción del Cliente y Flujo de Insumos

Tabla 12: Correlación entre Satisfacción del Cliente y Necesidades del Cliente

Tabla 13: Correlación entre Satisfacción del Cliente y Manejo de Inventario

Tabla 14: Validez de expertos

Tabla 15: Alfa de Cronbach de la variable Satisfacción del Cliente

Tabla 16: Alfa de Cronbach de la variable Gestión de Abastecimiento

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Resultados de la variable Satisfacción del cliente

Figura 2: Resultados de la dimensión Flujo de Insumos

Figura 3: Resultados de la dimensión Necesidades del Cliente

Figura 4: Resultados de la dimensión Manejo de Inventario

Figura 5: Resultados de la variable Gestión de Abastecimiento

Figura 6: Gráficos cruzado de las variables Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento

Figura 7: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Flujo de Insumos.

Figura 8: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Necesidades del Cliente.

Figura 9: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Manejo de Inventario.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la Satisfacción del Cliente con la Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. La metodología fue de tipo aplicada y diseño no experimental, con una población de 50 directivos de los comercios que la empresa Hiper S.A presta servicios. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento utilizado el cuestionario, conformado por 18 ítems por cada variable que fue debidamente validado por tres expertos, para luego demostrar la confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos demostraron una relación entre la Satisfacción del Cliente y la Gestión de Abastecimiento. Además, el 30,00% de los encuestados afirmaron que la Satisfacción del Cliente es bajo y Gestión de Abastecimiento es mala; Asimismo se observa que el 20,00% indicaron un nivel regular; Así como, el 26,00% señala que es buena y la Satisfacción del Cliente es alto. Finalmente se concluyó, según se observa en la tabla N°10 que los resultados obtenidos reflejaron una correlación positiva muy alta con un coeficiente Rho de Spearman 0,811 y con un nivel de significancia 0,000 por lo tanto se estimó la hipótesis general alterna, señalando de esta manera una relación entre las variables.

Palabras clave: Satisfacción del Cliente, Gestión de Abastecimiento, Servicios

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between Customer Satisfaction and Supply Management of the Logistics area in a service consulting company, in the district of Bellavista, Callao, 2021. The methodology was applied type and non-experimental design, with a population of 50 managers of the shops that the company Hiper S.A provides services. The technique used was the survey and the instrument used was the questionnaire, made up of 18 items for each variable that was duly validated by three experts, to later demonstrate reliability through Cronbach's Alpha. The results obtained demonstrated a relationship between Customer Satisfaction and Supply Management. In addition, 30.00% of those surveyed stated that Customer Satisfaction is low and Supply Management is poor; Likewise, it is observed that 20.00% indicated a regular level; As well as, 26.00% indicate that it is good and Customer Satisfaction is high. Finally, it was concluded, as shown in table N°10, that the results obtained reflected a very high positive correlation with a Spearman's Rho coefficient 0.811 and with a significance level of 0.000, therefore the alternative general hypothesis was estimated, pointing out this way a relationship between the variables.

Keywords: Customer Satisfaction, Supply Management, Services

I. INTRODUCCIÓN

Alrededor del mundo, los países se encuentran en una emergencia sanitaria debida a la COVID 19, el rol que realizan las empresas es de suma importancia. Hoy en día, las organizaciones están afrontando múltiples contingencias estratégicas y operativas, como las deficiencias en gestión de abastecimiento que provocan retrasos en entregas y fallas vinculadas con la importación y exportación. Tjon & De Aguilar (2020) afirman que “en la coyuntura actual causado por un virus a nivel mundial, las corporaciones hacen frente a nuevos retos. A causa de que afloran acontecimientos inesperados, las compañías deben ser más ágiles, teniendo un control óptimo de sus operaciones y ser capaces de adecuar su táctica”. Por tal motivo las empresas deben darles una mejor experiencia a sus usuarios no solamente en la calidad del servicio o producto que perciben, sino también la manera en que son atendidos durante la negociación. Para Dutka (2001) “Los clientes intensifican sus exigencias y necesitan productos que complazcan o excedan con sus expectativas. Se solicita que los productos tengan un rendimiento preponderante. Las compañías mundiales, que crecen día a día, intensifican la presión en la línea de fondo del comportamiento de los beneficios, y exige a las compañías a tener en cuenta sus productos y servicios desde la posición que se encuentra el usuario”. Respecto al ámbito nacional, las empresas peruanas cometen ciertos errores al ejecutar modelos de gestión de abastecimiento y sin tener en cuenta la situación peruana es por ello que Cuba (2018) menciona que “se eligió una estrategia de negocio distinta aplicada en otro mercado internacional, dicha estrategia se utilizó para abastecerse de insumos sin embargo no estaba adecuada a la realidad del Perú.” Esta realidad provocó un déficit en la gestión de almacén creando poca satisfacción del usuario básicamente por la falta de planificación en la cadena logística. Sin embargo, no todo son errores ya que todo es un proceso de aprendizaje, Masabel (2018) afirma que “En el Perú identificamos organizaciones con una óptima gestión de abastecimiento, asimismo hay empresas que todavía están estableciendo su modelo de gestión de abastecimiento y por otro lado existen las que buscan un mejoramiento en sus operaciones de productividad para aumentar la satisfacción de cliente”. En el plano local, una empresa peruana que presta servicios tecnológicos no está alejada a la realidad que se vive

actualmente, pues las consecuencias post pandemia a nivel de abastecimiento de recursos o insumos ha sido un déficit para muchas empresas, el cual se ha visto reflejado con clientes insatisfechos que adquieren un determinado producto o servicio, y se ve afectado en los tiempos de entrega o por la calidad del servicio. Para Delgado (2020) “La interrupción de actividades por las restricciones dadas por el gobierno está generando una deficiencia en el abastecimiento de recursos o insumos y materia prima en todos los sectores, así como grandes consecuencias en la movilización de mercancías desde Asia hasta Europa o EE.UU. Las corporaciones identifican la insuficiencia y proponen incrementar los tiempos de tránsito causando el colapso de contenedores ante la ausencia de personal”. Según el Servicio Nacional de Aduanas, en enero del presente año las importaciones se redujeron 1,5%, con China como nuestro principal proveedor (30%), seguido de Estados Unidos (17,0%) y Brasil (8,5%). El año pasado, las importaciones totalizaron US\$ 59.032 millones, la cantidad más baja en los últimos años, registrando una caída del 15% respecto de 2019.

Planteamiento del Problema, Problema General: ¿Cuál es la relación entre la Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021? Problemas Específicos: a) ¿Cuál es la relación entre la Satisfacción del Cliente y Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021? b) ¿Cuál es la relación entre la Satisfacción del Cliente y Necesidades del Cliente del Área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021? c) ¿Cuál es la relación entre la Satisfacción del Cliente y Manejo de Inventario del Área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021? Justificación: Teórica, porque se añadió como conocimiento científico en base a las variables de Satisfacción del cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística de una empresa consultora de servicio, para obtener resultados verídicos de las cuales sean referente de una fuente veraz para las futuras investigaciones que se vayan a realizar en referencia al tema expuesto. Práctica, ya que se centró en la recolección de información y la relación de la Satisfacción del cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística de una empresa consultora de servicio, así mismo resaltar la importancia de ambas variables.

Metodológica, porque se analizaron nuestras variables en el nivel correlacional, los resultados nos ayudaron a comprender el contexto actual en el que se encuentra.

Objetivos: Objetivo General: Determinar la relación entre la Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. Objetivos Específicos: a) Establecer la relación entre la Satisfacción del Cliente y Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. b) Establecer la relación entre la Satisfacción del Cliente y Necesidades del Cliente del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. c) Establecer la relación entre la Satisfacción del Cliente y Manejo de Inventario del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Hipótesis, Hipótesis General: Ha: La Satisfacción del Cliente se relaciona con la Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. Ho: La Satisfacción del Cliente no se relaciona con la Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Hipótesis Específicas: a) Ha: La Satisfacción del Cliente se relaciona con el Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. Ho: La Satisfacción del Cliente no se relaciona con el Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. b) Ha: La Satisfacción del Cliente se relaciona con las Necesidades del Cliente del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. Ho: La Satisfacción del Cliente no se relaciona con las Necesidades del Cliente del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. c) Ha: La Satisfacción del Cliente se relaciona con el Manejo de Inventario del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. Ho: La Satisfacción del Cliente no se relaciona con el Manejo de Inventario del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Trabajos previos Nacionales: Masabel (2018) en su tesis: *“Aplicación de la gestión de abastecimiento para incrementar la satisfacción del cliente en la empresa Drama S.R.L, Lurín, 2018”* de la Universidad César Vallejo. Su objetivo fue determinar que tanto la mejora en la gestión de abastecimiento aumenta la satisfacción del cliente en la empresa Drama S.R.L, Lurín, 2018. Su metodología fue de diseño aplicativo de nivel experimental tipo cuasi-experimental. Como resultado pudieron evidenciar que la data obtenida previa mejora de gestión de abastecimiento respecto a la satisfacción del cliente fueron de un 16 %, con la mejora ya aplicada el porcentaje aumentó a un 55% y hallándose un $\text{Sig} = 0.000 < 0.05$. Coligió con una mejora en la gestión de abastecimiento origina un aumento significativo con la experiencia del cliente, y que gracias a la implementación de nuevas estrategias en la gestión de abastecimiento se perfecciona los tiempos de entrega de la empresa. Vidal (2021) en su tesis: *“Gestión logística y satisfacción del cliente interno en la Unidad de Abastecimiento de una entidad del estado, 2021”* de la universidad César Vallejo. El objetivo fue dar a conocer la relación entre gestión logística y satisfacción del cliente interno en la Unidad de Abastecimiento de una entidad del estado, 2021. La metodología fue de diseño no experimental, nivel descriptivo. El resultado obtenido en gestión de aprovisionamiento tuvo una calificación regular de 47,9% y la variable satisfacción del cliente interno tuvo 48,6% regular. Concluyó que el nivel de relación es positiva moderada entre las variables con un coeficiente de correlación igual a 0.544. Huertas (2018) en su tesis: *“La relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en Ancro S.R.L, Santa Anita, 2018”* de la Universidad César Vallejo. El objetivo fue determinar la relación entre gestión logística y satisfacción del cliente en Ancro S.R.L, Santa Anita, 2017. La metodología fue tipo práctica, nivel correlacional descriptivo. Obtuvieron como resultado que el aprovisionamiento presentó procesos deficientes provocando la falta de insumos y herramientas utilizadas al brindar el servicio. Concluyó con la significancia de ($0.000 < 0.05$), con relación moderada entre las variables.

Trabajos previos Internacionales: Flores (2021) en su tesis: *“Logística Integral y satisfacción del cliente de los servicios logísticos en Guayaquil”* de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil, Ecuador. La finalidad de la investigación fue comprobar la relación que existía entre la Logística Integral con la satisfacción del cliente de los servicios logísticos brindados en Guayaquil. La metodología fue aplicada de diseño no experimental de tipo correlacional. Como resultado obtuvieron el coeficiente de correlación fue de 0.324 corroborado por la rho de spearman, encontrando un Sig = 0.000 < 0.05. Se logró concluir una correlación moderada positiva entre las variables estudiadas. Aguilera (2021) En su tesis: *“Implementación de procesos logísticos en la empresa AVIDIGITAL para mejorar satisfacción del cliente”* de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. El objetivo fue implementar procesos logísticos en la empresa AVIDIGITAL para mejorar satisfacción del cliente, y así incrementar las ventas generando una mayor utilidad. La metodología empleada fue de diseño aplicativo con un enfoque cuantitativo. El resultado fue que el 54 % de los clientes insatisfechos con el servicio recibido y un 72% no está de acuerdo con los tiempos de entrega. Concluyo con la corroboración que la falta de procesos logísticos en la compañía influye en la insatisfacción de los usuarios, y a reducción en las ventas por tal motivo se implementaron procesos logísticos a nivel estratégico y operativo, que serán manejados por un departamento logístico creado para el seguimiento y control de las actividades dentro de la compañía. Gellibert (2016). En su tesis: *“Propuesta de mejora en Procesos Logísticos de la empresa Hidrosa S.A. para maximizar la satisfacción del cliente”* desarrollada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. El objetivo era comprobar la incidencia de las actividades en el área de logística sobre la satisfacción del cliente para efectuar una mejora en la gestión de los procesos logísticos. La metodología fue de tipo deductivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo. Los resultados que se alcanzaron luego de la encuesta realizada fue que 87 % se encuentra insatisfecho por los tiempos de entrega y un 88 % está insatisfecho por la mala atención del personal de despacho. Se concluyó que los usuarios de las empresas solicitaron que la atención de los colaboradores del área de despacho sea más afectuosa y agradable, por ende, la propuesta de mejora planteada se enfocó en mejorar las actividades relativas al servicio en la atención al cliente.

Teorías relacionadas al tema: Variable 1: Satisfacción del Cliente: Vavra (2002) la define como una consecuencia afectiva del cliente ante una apreciación de la experiencia divisada entre su expectativa priora de consumir el producto o servicio, y la verdadera sensación una vez consumido el producto o servicio, influyendo en futuras relaciones con la compañía y aumentando la probabilidad de lealtad a la marca (p, 25). Hoy en día las empresas toman más importancia al averiguar cómo se sienten los usuarios con la asistencia dada por la empresa, esto para tener una ventaja competitiva sostenible en el mercado ya que en pocas ocasiones los clientes comunican su valoración de la calidad del servicio a la organización. La teoría se sustenta mediante las siguientes dimensiones: Expectativas, Lealtad y consumo. También se está contemplando los siguientes indicadores: Fidelización del cliente, clientes influyentes, índice de quejas, recomendaciones, retención de cliente, preferencias, certificación ISO, calidad del servicio y ciclos de compra. (pp, 78-82). Aguirre et. al (2018) la satisfacción del cliente se cree lograda a través de percepciones como los deseos del cliente, sus necesidades y expectativas. Por otro lado, cuando los consumidores toman una decisión usualmente afrontan un dilema, deben sacrificar algo para conseguir otra cosa. (p, 4). De acuerdo con esta definición debemos considerar el grado de conformidad que se produce en un cliente al momento de recibir un producto o servicio, puesto que va de la mano con las expectativas del cliente y su experiencia. Este indicador es un punto clave para la fidelización y captación de nuevos consumidores. (pp, 31-38). Reyes et. al (2009) afirman que la satisfacción está reflejada en la saciedad del cliente. Es un juicio respecto al atributo del producto o servicio; o ambos, que otorga un placer de distinción que se concierne con la adquisición (p, 17). Podemos deducir que para generar satisfacción en una empresa que ofrece servicios, esta debe ajustarse con los requisitos del cliente, mostrando capacidad y una adecuada atención de calidad, que permita que el servicio sea otorgado en el tiempo oportuno. (pp, 61-65).

Variable 2: Gestión de Abastecimiento: Según Díaz (2017) Es un modelo de gestión y planeación que conlleva a la mejora en la logística de la compañía, en pro de mejorar el servicio al cliente, debe ser gestionada en función a los requerimientos del cliente, compuesta por 3 flujos importantes de materiales o insumos

(inventarios), información (trazabilidad) y capital de trabajo (costos) (p, 12). El autor nos manifiesta que la gestión de abastecimientos se involucra con el objetivo de satisfacer siempre los requerimientos de los clientes y con 3 flujos importantes que cuenta la empresa. Por ende, las empresas están sujetas y dependientes de cuán organizado está su manejo logístico para que en un futuro no se presenten problemas de retrasos o incumplimiento con los consumidores por falta de inventario y otros posibles contratiempos. La teoría se sustenta mediante las siguientes dimensiones: Flujo de Insumos, Necesidades del cliente y Manejo de inventario. Además, se consideran los siguientes indicadores: compra de insumos, calidad de los insumos, costos de insumos, cumplimiento de servicio, hábitos de consumo, índice de requerimiento, rotación de inventario, cobertura de stock y costos del inventario. (pp, 14-21). Mora (2016), señala la gestión de abastecimiento se define como encaminada al aprovisionamiento, reposición en general y entrega de materias e insumos fundamentales para el correspondiente cometido de la corporación (p, 43). En este aspecto la gestión de las mercancías es la estructura de toda una empresa u organización ya que mediante esta actividad se apertura la gestión del stock o inventario, la producción efectiva que cuente la empresa dará satisfacción o cumplirá con las expectativas del consumidor ya que el cumplimiento acorde de toda la gestión causara impacto en las necesidades del cliente. Finalmente, la gestión de abastecimiento tiene un vínculo estrecho con el mercadeo por el simple hecho de ahondar en los nuevos enfoques y estrategias dirigidas totalmente a complacer al cliente y al entendimiento de sus requerimientos o deseos. (pp, 44-53). Calderón (2008) la definición de gestión de abastecimiento es un proceso mediante el cual se acoplan los cargos del proveedor, fabricante, cliente, distribuidor para desarrollar el proceso de productividad mediante la información, y la circulación de recursos. (p,9). De acuerdo con el autor la cadena de abastecimiento está complementada por diferentes actividades que en conjunto realizan un proceso minucioso para que se logre concretar la obtención de un flujo de recursos materiales o bienes, sin embargo, en algunos casos este proceso puede verse afectado por factores externos de la empresa tales como, el transporte, los proveedores, crisis política y hasta desastres naturales, entre otros. (pp,9-16).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Fue aplicada porque diferenciamos escenarios de inicio a fin, analizando problemas específicos. Según Escudero y Cortez (2017) se identifica porque tomamos en cuenta los desenlaces prácticos del conocimiento.

El diseño fue no experimental de corte transversal-correlacional, dado que estudió fenómenos, en su origen natural para después ser analizados. En este tipo de investigación, no se elabora situación alguna, sino que se observan escenarios ya existentes. Para Hurtado y Toro (2017) es cuando no se controla ni manipula las variables en estudio. (p,8). Así mismo, Ortiz (2004) define corte transversal-correlacional como la observación de un grupo sujeto a investigación en un determinado momento sin tener en cuenta las diferencias en el tiempo y su posible interrelación entre las variables. (p, 48).

3.2 Variables y Operacionalización

Hernández y Mendoza, (2018) manifiestan el término variable, se basa en poder variar como también lograr adquirir diferentes valores que pueden ser registrados mediante un instrumento de medición (p, 125). La Operacionalización engloba un conjunto de procesos, técnicas y métodos requeridos a medir una variable, conformando hechos que el espectador efectúa para recibir los efectos sensitivos que expresan la certeza de un concepto teórico en mínimo o un grado superior (p, 137).

3.3 Población y muestra

La población estuvo compuesta por 50 directivos de los comercios que son clientes de la empresa Hiper S.A. La población es un conjunto total de cada elemento, que cuentan con cada característica que se precise y poder ser estudiada, dichos elementos pueden ser objetos, sucesos, individuos, fenómenos y cúmulo (Ñaupás, et al., 2018, p 334).

La muestra fue censal ya que se consideró a 50 directivos de los comercios que son clientes de la empresa Hiper S.A. Por ende, Ramirez (1997) afirma que

muestra censal es cuando todos los componentes de investigación son apreciados como muestra (p, 140).

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para Supo y Cavero (2014) es un conjunto de procesos definidos para estudiar las variables y cotejar las hipótesis (p, 354). Para García (2002) la encuesta es un procedimiento que se realiza por medio de métodos de interrogación (p,3). Para ello se estructuraron dos cuestionarios conformados por 18 ítems de la variable satisfacción del cliente y gestión de abastecimiento. Así mismo la información se recolecto teniendo como instrumento el cuestionario, según García (2004) el cuestionario es una herramienta con interrogantes coherentes. Permitiendo la recolección de datos por los temas que aborda la encuesta (p, 29). La recolección de datos es una etapa de la investigación donde podemos conseguir el dato, valor o respuesta de las variables a investigar. (Chávez 2018, p,13)

Validez

La validación del cuestionario fue aprobada por 3 expertos con dominio de la pesquisa. Según Hernández (2017) la validez, hace reseña al valor donde un instrumento mide aquella variable que procura calcular (p, 200). Por otro lado, Según Escobar y Cuervo (2008) afirman que juicio de expertos es una apreciación de personas con dominio y conocimiento en el tema y pueden brindar información, valoraciones (p, 29).

Confiabilidad

Se realizó bajo el programa de software SPSS 26, Confiabilidad es el Grado donde el instrumento proporciona resultados sólidos tanto como concernientes (Hernández, 2017, p. 200).

3.5 Procedimientos

La información teórica fue recopilada de diferentes fuentes tales como primarias y secundarias como de libros, artículos de investigación y revistas. Mientras que, para virtual y presencial. Las encuestas fueron diseñadas en un formulario y con la autorización de los involucrados, asimismo se requirió la participación de 50 directivos de comercios que son clientes de la empresa Hiper S.A. en distintos

centros comerciales de Lima Metropolitana y el Callao.

3.6 Métodos de análisis de datos

Se realizó una encuesta virtual utilizando preguntas cerradas dirigidas a un grupo de interés. Teniendo una data recurrimos al programa SPSS 26 para corroborar el valor de concordancia entre las variables. SPSS es el Software más acreditado y empleado para la realización de estudios en base a una data seleccionada. (González, 2009, p. 5).

3.7 Aspectos éticos

El estudio se llevó a cabo honrando la propiedad intelectual de los autores, quienes estarán evidenciados por las referencias bibliográficas e indicadas en el formato APA.

IV. RESULTADOS

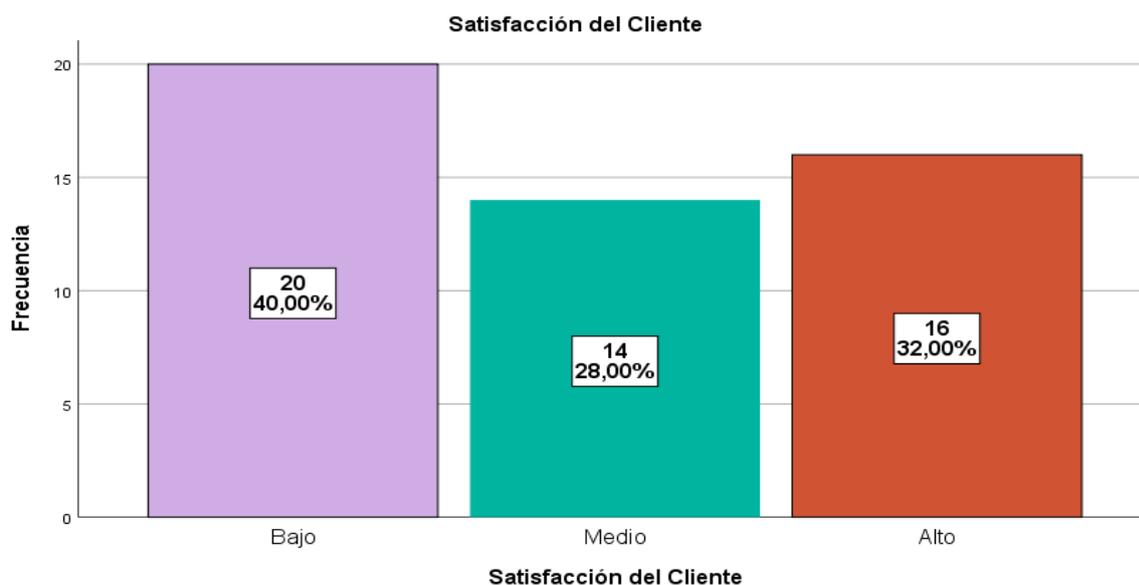
ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INFERENCIAL

Análisis Descriptivo Univariado

Tabla 1: Resultados de la variable Satisfacción del Cliente

Satisfacción del Cliente					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	20	40,0	40,0	40,0
	Medio	14	28,0	28,0	68,0
	Alto	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 1: Resultados de la variable Satisfacción del Cliente

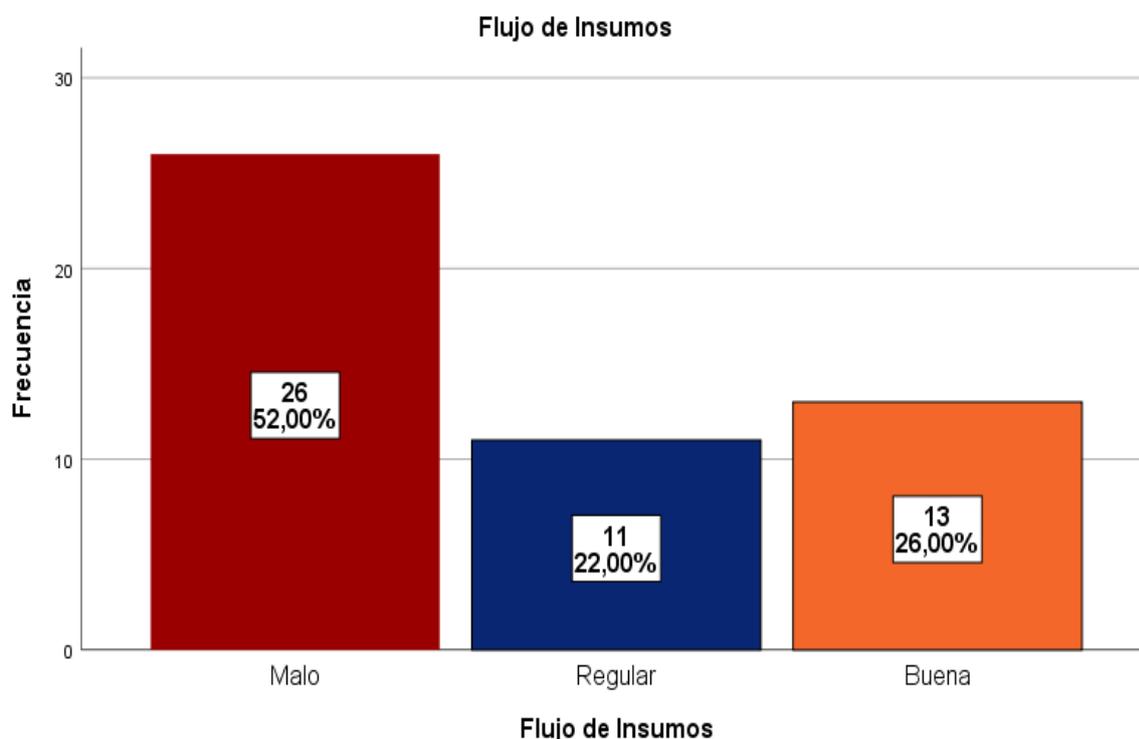


La tabla 1 y figura 1, nos detallan que de la población escogida de 50 directivos de los comercios que son clientes de la empresa Hiper S.A, el 32,00% indicó que la Satisfacción del Cliente tiene un nivel alto, 28,00% indicó un nivel medio; y 40,00% manifestaron bajo.

Tabla 2: Resultados de la dimensión Flujo de Insumos

Flujo de Insumos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	26	52,0	52,0	52,0
	Regular	11	22,0	22,0	74,0
	Buena	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 2: Resultados de la dimensión Flujo de Insumos

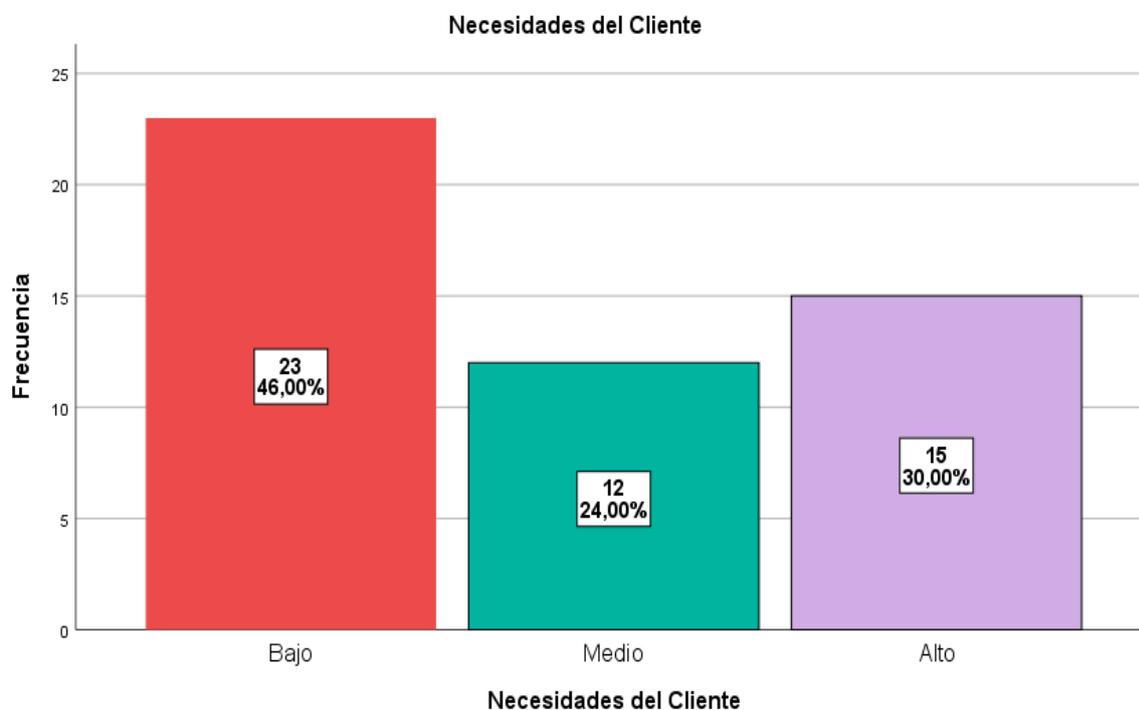


La tabla 2 y figura 2, nos detallan que de la población escogida de 50 directivos de los comercios que son clientes de la empresa Hiper S.A, el 26,00% indicó que el Flujo de Insumos es buena, 22,00% afirmaron un nivel regular; y 52,00% demostraron ser malo.

Tabla 3: Resultados de la dimensión Necesidades del Cliente

Necesidades del Cliente					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	23	46,0	46,0	46,0
	Medio	12	24,0	24,0	70,0
	Alto	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 3: Resultados de la dimensión Necesidades del Cliente

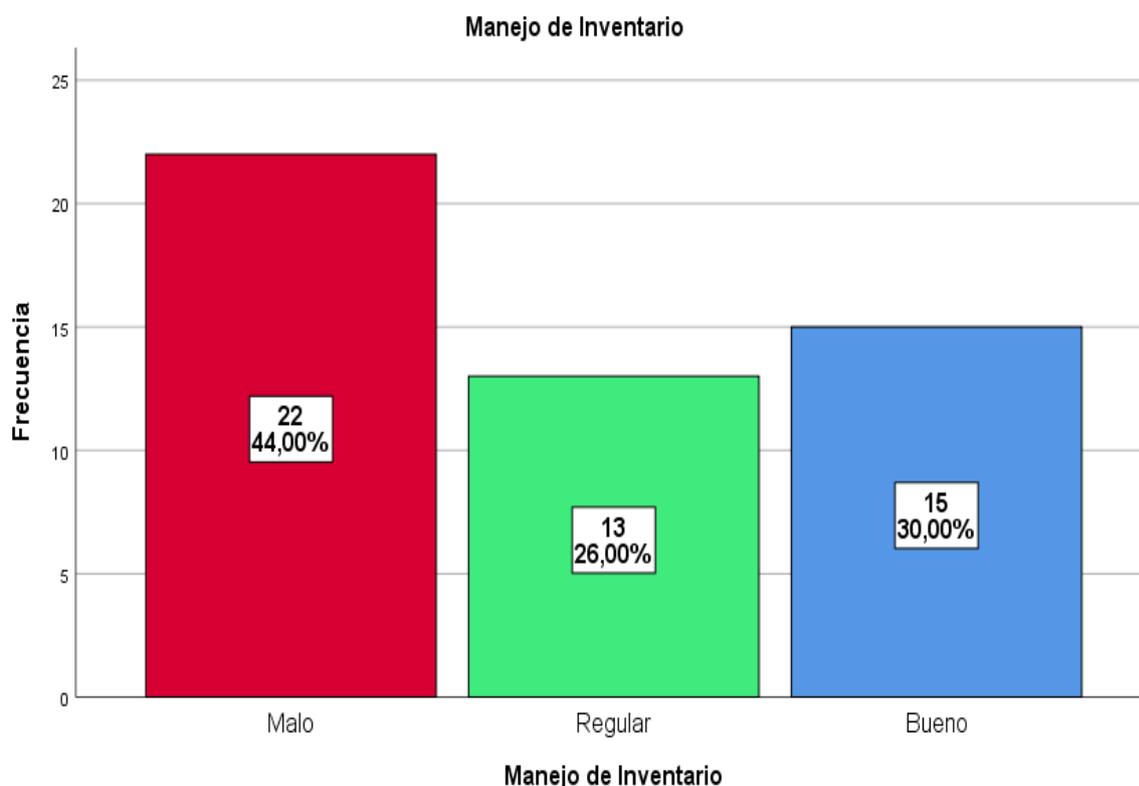


La tabla 3 y figura 3, nos detallan que la población escogida de 50 directivos de los comercios que son clientes de la empresa Hiper S.A, el 30,00% indicó que las Necesidades del Cliente tienen un nivel alto, 24,00% indicó que tiene un nivel medio; y 46,00% evidenció ser bajo.

Tabla 4: Resultados de la dimensión Manejo de Inventario

		Manejo de Inventario		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Válido	Malo	22	44,0	44,0
	Regular	13	26,0	70,0
	Bueno	15	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 4: Resultados de la dimensión Manejo de Inventario

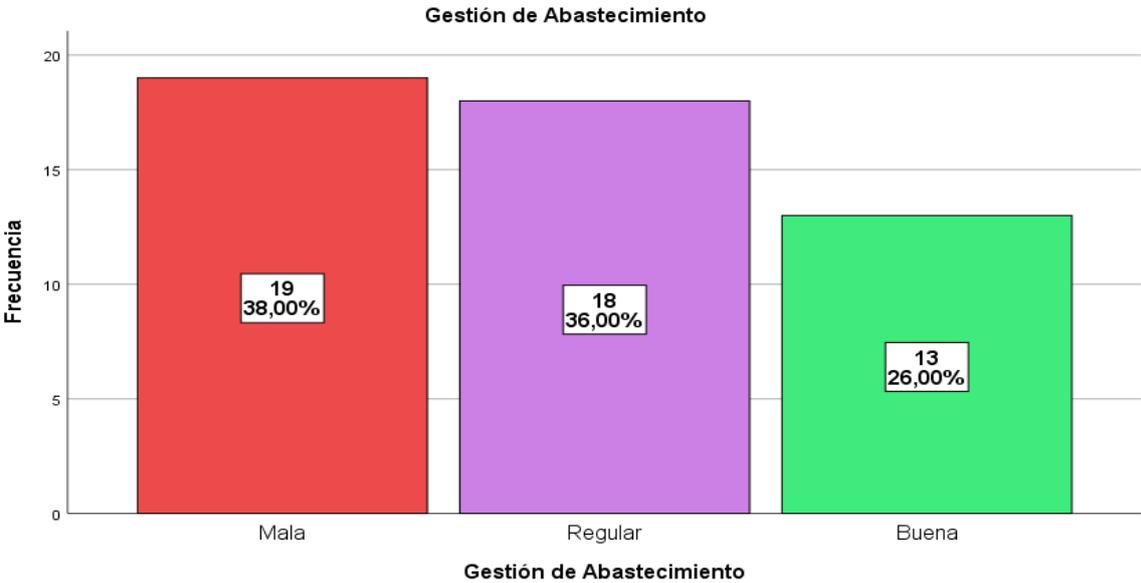


La tabla 4 y figura 4, nos detallan que la población escogida de 50 directivos de los comercios que son clientes de la empresa Hiper S.A, el 30,00% indicó que el Manejo de Inventario es bueno, 26,00% indicó que tiene un nivel regular; y 44,00% evidenció ser malo.

Tabla 5: Resultados de la variable Gestión de Abastecimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	19	38,0	38,0	38,0
	Regular	18	36,0	36,0	74,0
	Buena	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 5: Resultados de la variable Gestión de Abastecimiento



La tabla 5 y figura 5, nos detallan que la población escogida de 50 directivos de los comercios que son clientes de la empresa Hiper S.A, el 26,00% indicó que la Gestión de Abastecimiento es buena, 36,00% evidenció un nivel regular; y 38,00% evidenció ser malo.

Análisis Descriptivo Bivariado

Tabla 6: Resultados de tablas cruzadas de las variables Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento.

		Gestión de Abastecimiento				
		Mala	Regular	Buena	Total	
Satisfacción del Cliente	Bajo	Recuento	15	5	0	20
		% del total	30,0%	10,0%	0,0%	40,0%
	Medio	Recuento	4	10	0	14
		% del total	8,0%	20,0%	0,0%	28,0%
	Alto	Recuento	0	3	13	16
		% del total	0,0%	6,0%	26,0%	32,0%
Total		Recuento	19	18	13	50
		% del total	38,0%	36,0%	26,0%	100,0%

Figura 6: Gráficos cruzado de las variables Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento

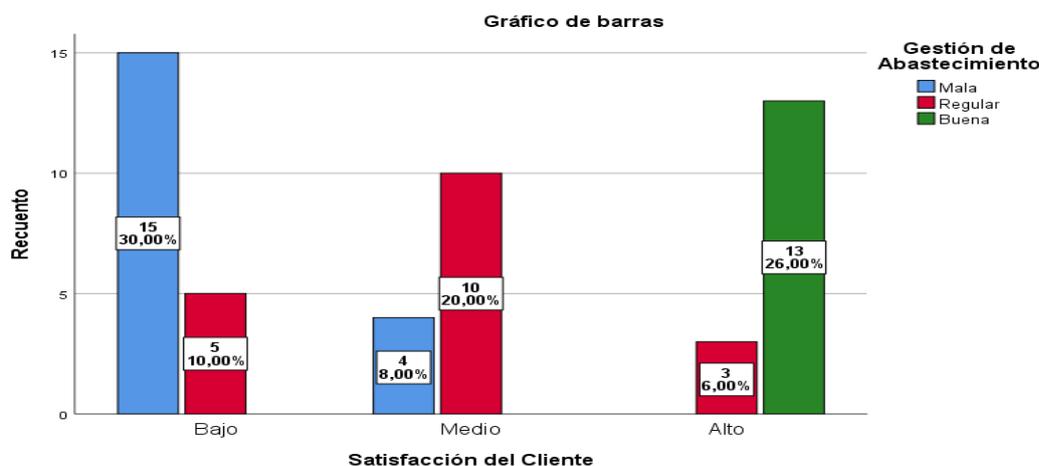


Tabla 6 y figura 6, el 30,00% afirmaron que la Satisfacción del Cliente es bajo y Gestión de Abastecimiento es mala; Asimismo se observa que el 20,00% indicaron un nivel regular; Así como, el 26,00% señala que es buena y la Satisfacción del Cliente es alto.

Tabla 7: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Flujo de Insumos.

		Flujo de Insumos				
		Malo	Regular	Buena	Total	
Satisfacción del Cliente	Bajo	Recuento	19	1	0	20
		% del total	38,0%	2,0%	0,0%	40,0%
	Medio	Recuento	7	6	1	14
		% del total	14,0%	12,0%	2,0%	28,0%
	Alto	Recuento	0	4	12	16
		% del total	0,0%	8,0%	24,0%	32,0%
Total	Recuento	26	11	13	50	
	% del total	52,0%	22,0%	26,0%	100,0%	

Figura 7: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Flujo de Insumos.

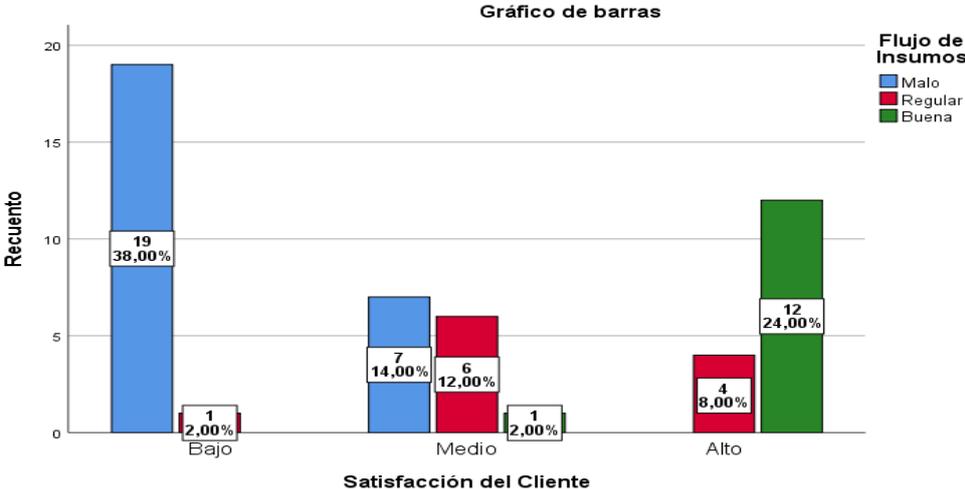


Tabla 7 y figura 7 el 52,00% afirmaron que la satisfacción del cliente y flujo de insumos es malo; Asimismo se observa que el 22,00% indicaron un nivel regular;

Así como, el 26,00% señala que es buena entre la Satisfacción del Cliente y Flujo de Insumos.

Tabla 8: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Necesidades del Cliente.

		Necesidades del Cliente				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Satisfacción del Cliente	Bajo	Recuento	15	4	1	20
		% del total	30,0%	8,0%	2,0%	40,0%
	Medio	Recuento	8	4	2	14
	% del total	16,0%	8,0%	4,0%	28,0%	
	Alto	Recuento	0	4	12	16
	% del total	0,0%	8,0%	24,0%	32,0%	
Total		Recuento	23	12	15	50
		% del total	46,0%	24,0%	30,0%	100,0%

Figura 8: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Necesidades del Cliente.

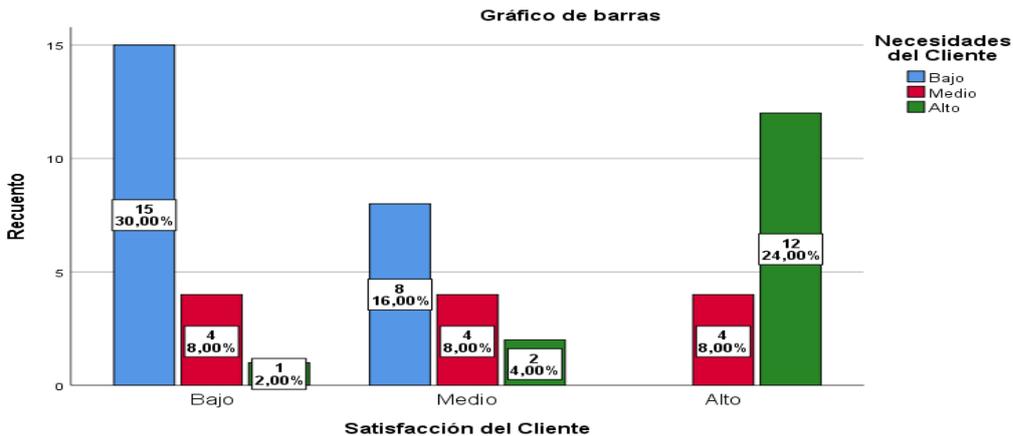


Tabla 8 y figura 8 el 30,00% afirmaron que la Satisfacción del Cliente y Necesidades del Cliente es bajo; Asimismo se observa que el 8,00% indicaron un nivel medio para ambas; finalmente, el 24,00% señala un nivel alto.

Tabla 9: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Manejo de Inventario.

		Manejo de Inventario				
			Malo	Regular	Bueno	Total
Satisfacción del Cliente	Bajo	Recuento	15	4	1	20
		% del total	30,0%	8,0%	2,0%	40,0%
	Medio	Recuento	6	6	2	14
		% del total	12,0%	12,0%	4,0%	28,0%
	Alto	Recuento	1	3	12	16
		% del total	2,0%	6,0%	24,0%	32,0%
Total		Recuento	22	13	15	50
		% del total	44,0%	26,0%	30,0%	100,0%

Figura 9: Resultados de tablas cruzadas de la variable Satisfacción del Cliente y la dimensión Manejo de Inventario.

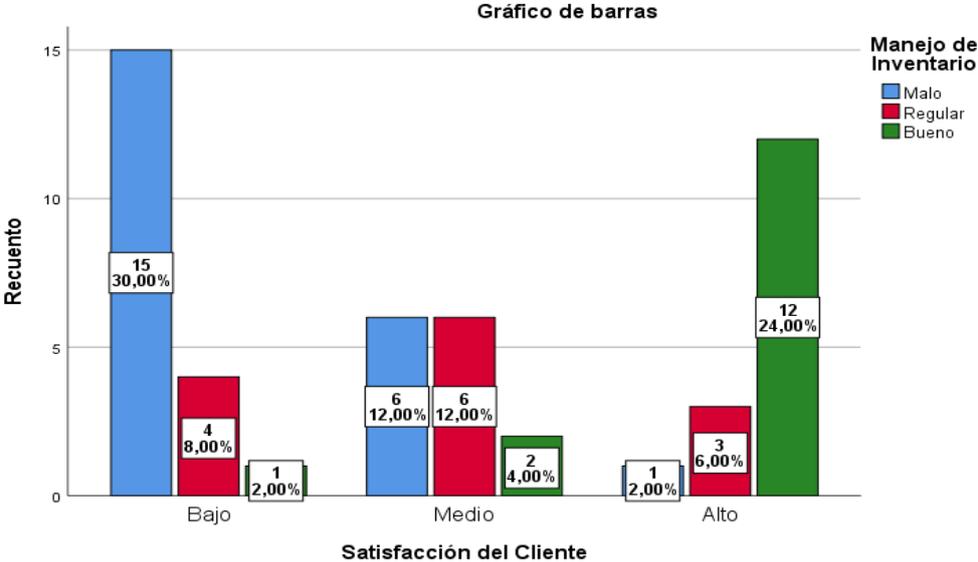


Tabla 9 y figura 9, el 44,00% afirmaron que la Satisfacción del Cliente y Manejo de Inventario es malo; Asimismo se observa que el 26,00% indicaron un nivel regular; Así como, el 30,00% señala que es bueno entre la Satisfacción del Cliente y Manejo de Inventario.

ANÁLISIS INFERENCIAL

Contrastación de hipótesis

Tabla 10: Correlación entre variables, V1 y la V2

H0: La Satisfacción del Cliente no se relaciona con la Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021

Ha: La Satisfacción del Cliente se relaciona con la Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Correlación entre Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento

Correlaciones				
			Satisfacción del Cliente	Gestión de Abastecimiento
Rho de Spearman	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,811**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Gestión de Abastecimiento	Coeficiente de correlación	,811**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

El valor Rho de Spearman fue 0,811, indica que existe una correlación positiva muy alta entre Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento. Siendo el valor de probabilidad inferior ($p = 0,000 < 0,05$) se expone la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, corroborando la concordancia entre la variable 1 con la Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Tabla 11: Correlación entre Satisfacción del Cliente y Flujo de Insumos

Ho: La Satisfacción del Cliente no se relaciona con el Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Ha: La Satisfacción del Cliente se relaciona con el Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Correlación entre Satisfacción del Cliente y Flujo de Insumos

Correlaciones

			Satisfacción del Cliente	Flujo de Insumos
Rho de Spearman	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,840**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Flujo de Insumos	Coeficiente de correlación	,840**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

El valor Rho de Spearman fue ,840, indica que existe una correlación positiva muy alta entre Satisfacción del Cliente y Flujo de Insumos. Siendo el valor de probabilidad inferior a (0,05), se expone la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, corroborando la concordancia entre la variable 1 con el Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Tabla 12: Correlación entre Satisfacción del Cliente y Necesidades del Cliente

Ho: La Satisfacción del cliente no se relaciona con las necesidades del cliente en el Área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Ha: La Satisfacción del Cliente se relaciona con las Necesidades del Cliente del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Correlación entre Satisfacción del Cliente y Necesidades del Cliente

Correlaciones				
			Satisfacción del Cliente	Necesidades del Cliente
Rho de Spearman	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,690**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Necesidades del Cliente	Coeficiente de correlación	,690**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

El valor Rho de Spearman fue 0,690, indica que existe una correlación positiva moderada entre Satisfacción del Cliente y Necesidades del Cliente. Siendo el valor de probabilidad inferior ($p = 0,000 < 0,05$) se expone la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, corroborando la concordancia entre la variable 1 con las Necesidades del Cliente del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Tabla 13: Correlación entre Satisfacción del Cliente y Manejo de Inventario

Ho: La Satisfacción del Cliente no se relaciona con el Manejo de Inventario del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Ha: La Satisfacción del cliente se relaciona con el Manejo de Inventario del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

Correlación entre Satisfacción del Cliente y Manejo de Inventario

Correlaciones				
			Satisfacción del Cliente	Manejo de Inventario
Rho de Spearman	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,672**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Manejo de Inventario	Coeficiente de correlación	,672**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

El valor Rho de Spearman fue 0,672, indica que existe una correlación positiva moderada de Satisfacción del Cliente y Manejo de Inventario. Siendo el valor de probabilidad inferior al punto crítico, se expone la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, corroborando la concordancia entre la variable 1 con el Manejo de Inventario del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.

V. DISCUSIÓN

En consecuencia, los resultados alcanzados con respecto al objetivo e hipótesis, se logró demostrar la concordancia entre ambas variables. Debido a que, del total de los encuestados y sus respuestas en base a las dos variables planteadas, el Rho de Spearman fue ,811; señalando una relación positiva muy alta, el nivel de probabilidad ,000, de esta manera se decide expeler la hipótesis nula y se admite la alterna. Esta confirmación va a la par con lo que Masabel (2018) quien demostró que implementando nuevas técnicas en gestión de abastecimiento incrementó la satisfacción del cliente y una Sig .000 inferior al punto crítico. Además, indicó que el perfeccionamiento en gestión de abastecimiento refleja un alza significativa con relación a la experiencia del cliente, y debido a la implementación de nuevas estrategias en la Gestión de Abastecimiento se mejora los tiempos de entrega.

También se demostró la concordancia entre la Satisfacción del Cliente y el Flujo de insumos, en base a las respuestas recogidas de los encuestados, se asociaron ambas variables por Rho de Spearman ,840, resumida en una concordancia positiva muy alta. Obteniendo un nivel de significancia inferior a 0.05, se expelle la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Este resultado coincide con lo fundamentado por Vidal (2021) quien indicó que la gestión de aprovisionamiento tuvo como calificación regular del 47,9% y la variable Satisfacción del Cliente tuvo 48,6%. Concluyendo que el nivel de relación fue positiva moderada entre sus variables con un Rho de Spearman 0.544.

Por otro lado, se confirmó la concordancia entre la Satisfacción del Cliente y las Necesidades del Cliente, se alcanzó asociar a ambas por Rho de Spearman ,690, resumida en una concordancia positiva moderada. Por ello se expelle la hipótesis nula y se admite la alterna, ratificando la relación de ambas variables. El resultado concuerda con Aguilera (2021) quien demostró que el 54 % de los compradores están insatisfechos con el servicio y un 72% insatisfecho con los tiempos de entrega. Además, concluyó con la corroboración de que la falta de procesos logísticos en la compañía influye en la insatisfacción de los usuarios.

Por último, se demostró la concordancia entre la Satisfacción del Cliente y el Manejo de Inventario. El Rho de Spearman resultó ,672, demostrando una concordancia positiva moderada, siendo el valor de probabilidad inferior a (0,05) se expele la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna. Los Resultado concuerdan con lo dicho por Huertas (2018) quien de acuerdo a la prueba de Spearman de su investigación el valor fue de 0.627; este resultado evidencia una semejanza positiva con nuestra investigación; por ende, existe una relación alta afirmando, una buena gestión logística mayor será su grado de satisfacción.

VI. CONCLUSIONES

Se determinó la relación entre la variable 1 y la variable 2, según se observa en la tabla N°10 puesto que los resultados obtenidos reflejaron una concordancia positiva muy alta con Rho de Spearman = 0,811 y una estimación de significancia 0,000 de tal manera que se expele la hipótesis nula.

Se estableció la relación entre la variable 1 y la dimensión 1, según se observa en la tabla N°11 puesto que los resultados obtenidos reflejaron una concordancia por un Rho de Spearman ,840, resumida en una relación positiva muy alta y una estimación de significancia ,000 de tal manera que se admite la hipótesis alterna.

Se estableció la relación entre la variable 1 y la dimensión 2, según se observa en la tabla N°12 puesto que los resultados obtenidos reflejaron una correlación por Rho de Spearman ,690, resumida en una relación positiva moderada y una estimación de significancia ,000 de tal manera que se expele la hipótesis nula.

Se estableció la concordancia entre la variable 1 y la dimensión 3, según se observa en la tabla N°13 puesto que los resultados obtenidos reflejaron una relación por un Rho de Spearman del valor ,672, resumida en una concordancia positiva moderada y con una estimación de sig ,000 de tal manera que se admite la hipótesis alterna.

VII. RECOMENDACIONES

Proponemos a la empresa consultora de servicios, incorporar un plan de contingencia para respetar los tiempos acordados cuando un cliente requiera el servicio con el fin de satisfacer sus necesidades y para el área de Gestión de Abastecimiento, optimizar el departamento de compras en cuanto a la adquisición de los insumos con un procedimiento basado en la demanda real, ya que esta variable permitirá que el servicio brindado sea excelente y sin retrasos.

El Flujo de Insumos es un factor importante dentro de la empresa consultora de servicios, es por ello que se recomienda la implementación del software ERP para tener un control óptimo del almacén e identificar las deficiencias, de esta manera garantizan un servicio eficiencia y evitará escenarios negativos o quejas por parte del cliente.

La empresa consultora de servicios cuenta con la realización de encuestas de satisfacción dirigida al cliente, sin embargo, se recomienda otros mecanismos para identificar las necesidades que presente cada cliente, de esta manera se podrá brindar una mejor experiencia, por lo tanto, se evidenciará que es una empresa que valora a sus clientes.

El Manejo de Inventarios, dependerá de una constante capacitación del personal, proveedores de confianza y la planificación de cada actividad. Se recomienda a la empresa consultora de servicios realizar pronósticos de la demanda real para evitar presentar excesos o desabastos de insumos, también deberán contar siempre con las actualizaciones del sistema gestión de inventario ya que están propensas al constante cambio de mejora a nivel global.

REFERENCIAS

- Aguilera, H. (2021). *Implementación de procesos logísticos en la empresa AVIDIGITAL para mejorar satisfacción del cliente*. Revista tecnológica ciencia & educación. Recuperado de: <https://www.revista-edwardsdeming.com/index.php/es/article/view/76/130>
- Aguirre et. al (2018). *Procesos de Medición de la Satisfacción del Cliente*. Argentina. Repositorio Universidad Nacional de Tucumán. Tesis para obtener el grado de Bachiller. Recuperado de: <http://repositorio.face.unt.edu.ar:8920/bitstream/handle/123456789/70/PROCESO%20DE%20MEDICION%20DE%20LA%20SATISFACCION%20DEL%20CLIENTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aquiño, E. & Reyes G. (2015). *Análisis de la gestión logística y su influencia en la satisfacción del servicio al cliente de arcacontinental del norte de la Ciudad de Guayaquil, 2015*. Ecuador. Repositorio Universidad de Guayaquil. Tesis para obtener el grado de Magister en Administración de empresas. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/42818/1/TESIS%20AQUI%c3%91O%20PALACIOS%20-%20REYES%20QUIRINDUMBAY.pdf>
- Calderón, D. (2020). *Cadena de suministro y la satisfacción del cliente en la empresa centro cerámico las flores S.A.C. Lima, 2020*. Tesis para obtener el grado de bachiller. Repositorio Universidad César vallejo. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52501/Calder%C3%B3n_CDE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cuba, A. (2019). *La gestión logística y su influencia en nivel de satisfacción del usuario interno de integra médica Perú S.A.C Lima, 2018*. Tesis para obtener el grado de bachiller. Repositorio Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Recuperado de: http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3646/TESIS_%20CUBA%20RODRIGUEZ%20AMERICA%20LUZ.pdf?sequence=2&isAll

owed=y

Chávez R. (2018) *Introducción a la metodología de la investigación*. Machala, Ecuador: Universidad Técnica de Machala. Recuperado de file:///D:/Users/Lynda/Downloads/63%20INTRODUCCION%20A%20LA%20METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf

Delgado, F. (03 de Abril de 2020). *El covid-19 y sus impactos en la cadena de suministro*. Recuperado de: <https://www.generixgroup.com/es/blog/covid-19-impacto-cadena-suministro>.

Díaz, C. (2017). *Gestión de la cadena de abastecimiento*. (1ª ed). Bogotá: Areandina. Fundación Universitaria del Área Andina. Recuperado de: <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1335/Gesti%3%b3n%20de%20la%20Cadena%20de%20Abastecimiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Duran, Y. (2012). *Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas Visión Gerencial*. Universidad de los Andes Mérida, Venezuela, 55-78. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>

Dutka, A. (2001). *Manual de AMA (American Marketing Association) para la satisfacción del cliente*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=yC97p-PUhyoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

El liderazgo empresarial frente a la COVID-19 (2020). *Una visión de la Red Española del Pacto Mundial*. España. Recuperado de: <https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2020/03/El-liderazgo-empresarial-frente-a-la-COVID-19.pdf>

Escobar J. & Cuervo A. (2008). *Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización*. Avances en medición. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/302438451_Validez_de_contenido_

y_juicio_de_expertos_Una_aproximacion_a_su_utilizacion

- Escudero C. y Cortez L. (2017). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala: Universidad Técnica de Machala. Colección REDES 2017. Editorial UTMACH, 2018. Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
- Flores, L. (2021). *Logística Integral y satisfacción del cliente de los servicios logísticos en Guayaquil*. Ecuador. Repositorio Universidad Técnica Salesiana. Tesis para obtener el grado de Maestría en Administración de Empresas. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20194/1/UPS-GT003194.pdf>
- García F. (2002). *Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario*. Editorial Limusa. Sa De Cv. Primera Edición. Recuperado de: <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elcuestionario.pdf>
- García F. (2004). *Recomendaciones metodológicas para el Diseño de un Cuestionario*. Ed. Limusa. México. Recuperado de: <https://www.worldcat.org/title/cuestionario-recomendaciones-metodologicas-para-el-diseno-de-cuestionarios/oclc/651581028>
- Gellibert, E. (2016). *Propuesta de mejora en procesos logísticos de la Empresa Hidrosa S.A. para maximizar la satisfacción del cliente*. Ecuador. Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Tesis para obtener el grado de maestría en Administración de Empresas. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3581/1/T-UCSG-POS-MAE-64.pdf>
- Gonzales J. (2009). *Manual Básico SPSS, Manual de introducción a SPSS*. Universidad de Talca Recuperado de: https://www.fibao.es/media/uploads/manual_basico_spss_universidad_de_talca.pdf

Hernández, R. & Mendoza, C. (2019). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGRAW – HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. Recuperado de:

<file:///C:/Users/user/Downloads/2018%20%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20%20Hern%C3%A1ndez%20Sampieri%20&%20Mendoza.pdf>

Hernández, R. (2014) *Recolección de datos cuantitativos. Metodología de la investigación*. Interamericana Editores, S.A. Recuperado de:

http://saludpublica.cucs.udg.mx/cursos/medicion_exposicion/Hern%C3%A1ndezSampieri%20et%20al,%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n,%202014,%20pp%20194-267.pdf

Huertas, F. (2018). *La relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en Ancro S.R.L., Santa Anita - 2018*. Tesis para obtener el grado de bachiller.

Repositorio Universidad César Vallejo. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23219/Huertas_AFDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hurtado I. y Toro J. (2007). *Paradigmas y Métodos de Investigación*. Sucre (Petare), Venezuela: Editorial CEC, Los Libros de El Nacional. Recuperado de:

<https://epinvestsite.files.wordpress.com/2017/09/paradigmas-libro.pdf>

Ñaupás,H., Valdivia,M., Palacios,J. & Romero,H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Colombia.

Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=KzSjDwAAQBAJ&pg=PA208&dq=pineda+2019+metodologia+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjdt-1kPHzAhWNJrkGHVg3CSE4ChDrAXoECAoQAQ#v=onepage&q=pineda%202019%20metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false>

- Masabel, E. (2018). *Aplicación de la Gestión de abastecimiento para incrementar la Satisfacción del cliente en la empresa Drama S.R.L., Lurín, 2018*. Tesis para obtener el grado de bachiller. Repositorio Universidad César Vallejo. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26610/MA_SABEL_GE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mora, L. (2016). *Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento. 2a. ed. – Bogotá: Ecoe Ediciones*. Recuperado de: https://corladancash.com/wp-content/uploads/2018/11/Gestion-logistica-integral_-Las-Luis-Anibal-Mora-Garcia.pdf
- Oliver, R. (1991). *Whence Consumer Loyalty?. Journal of marketing; Oct, 1999*. Recuperado de <https://doi.org/10.1177%2F00222429990634s105>
- Ortiz, F. (2004). *Diccionario de metodología de la investigación científica. México: Limusa*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=3G1fB5m3eGcC&pg=PA48&dq=corte+transversal+correlacional&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiRjNGpouTzAhVIK7kGHU_LBPYQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=corte%20transversal%20correlacional&f=false
- Ramirez, C. Garcia, M. Y Pantoja, C. (2010). *Fundamentos y técnicas de costos. Cartagena: Universidad Libre*. Recuperado de: http://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/ceac/FUNDAMENTOS_Y_TECNICAS%20DE%20COSTO.pdf
- Reyes et. al (2009). *La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes: una mirada desde el entorno empresarial cubano. Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 113*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm>

- Servicio Nacional de Aduanas (2022). *Evolución de las exportaciones e importaciones*. Recuperado de: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3066204/Evoluci%C3%B3n%20de%20las%20Exportaciones%20e%20Importaciones%20-%20Enero%202022.pdf.pdf>
- Tello, J. (2020). *Sistema de gestión logística y la satisfacción del cliente en la Empresa Tello Trading Corporation E.I.R.L – 2020*. Tesis para obtener el título de ingeniero industrial. Repositorio Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Recuperado de: <http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/6241/TII00196T35.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tjon, G. & De Aguilar, A. (2020). *Lidiando con el impacto del COVID-19, Resiliencia empresarial para enfrentar los nuevos desafíos*. Recuperado de: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pa/pdf/lidiando-impacto-covid19.pdf>
- Vavra, T. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000 (2da edición)*. España. Fundación Confemetal. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=HGy1eJxZVJkC&pg=PA25&dq=definicion+de+satisfaccion+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj2saKk6PzAhVUr5UCHaH-BjsQ6AF6BAgJEAl#v=onepage&q=definicion%20de%20satisfaccion%20de%20cliente&f=false>
- Vidal, R. (2021). *Gestión logística y satisfacción del cliente interno en la Unidad de Abastecimiento de una entidad del estado, 2021*. Tesis para obtener el grado de bachiller. Repositorio Universidad César Vallejo. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67903/Vidal_CRC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXO N° 1

Matriz de Operacionalización: “Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística de una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021”

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Vavra (2002), “Es una respuesta afectiva del cliente ante su evaluación de la experiencia percibida entre su expectativa previa de consumir el producto o servicio, y la verdadera sensación una vez consumido el producto o servicio, influyendo en futuras relaciones con la compañía y aumentando la probabilidad de lealtad a la marca” (p,25).	Para efectos de estudio, el trabajo de campo, se aplicará de manera virtual y presencial una encuesta, mediante el cuestionario como instrumento asimismo se tomó los indicadores y dimensiones de la teoría principal.	Expectativa	Fidelización del cliente, Clientes Influyentes, Índice de quejas	Escala de Likert, Ordinal
			Lealtad	Recomendaciones, Retención de clientes, Preferencias	Siempre (5) Casi Siempre (4) A veces (3) Casi Nunca (2) Nunca (1)
			Consumo	Certificación ISO, Calidad del servicio, Ciclos de compra	
GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO	Díaz (2017) “Es un modelo de gestión y planeación que conlleva a la mejora en la logística de la compañía, en pro de mejorar el servicio al cliente, debe ser gestionada en función a los requerimientos del cliente, compuesta por 3 flujos importantes de materiales o insumos (inventarios), información (trazabilidad) y capital de trabajo (costos)” (p, 12).	Para efectos de estudio, el trabajo de campo, se aplicará de manera virtual y presencial una encuesta, mediante el cuestionario como instrumento asimismo se tomó los indicadores y dimensiones de la teoría principal.	Flujo de Insumos	Compra de insumos, Calidad de insumos, Costos de insumos	Escala de Likert, Ordinal
			Necesidad del Cliente	Cumplimiento del servicio, Hábitos de consumo, Índice de requerimientos	Siempre (5) Casi Siempre (4) A veces (3) Casi Nunca (2) Nunca (1)
			Manejo de Inventario	Rotación de inventario, Cobertura de Stock, Costos del inventario	

Nota: Elaboración Propia

ANEXO N° 2

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENCUESTA

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; Sí () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: Determinar la relación que existe entre la Satisfacción del Cliente y la Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: gianpierrebarbozalopez@gmail.com - Velaveronicavela@gmail.com

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:

Siempre (5) – Casi Siempre (4) – A veces (3) – Casi Nunca (2) – Nunca (1)

CUESTIONARIO

VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
EXPECTATIVAS	FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE					
	1. La empresa construye relaciones de asistencia exclusiva priorizando los tiempos de atención					
	2. La empresa brinda una atención personalizada y servicios adicionales como capacitaciones constantes para la fidelización del cliente.					
	CLIENTES INFLUYENTES					
	3. Considera importante retener a estos clientes a largo plazo					
	4. El rol que cumplen los clientes influyentes ayuda a mejorar la imagen de la empresa					
	INDICE DE QUEJAS					
5. La empresa soluciona de manera rápida las quejas presentadas por sus clientes.						
6. Considera al índice de quejas como una oportunidad para mejorar en el servicio brindado a los clientes						
LEALTAD	RECOMENDACIONES					
	7. Las recomendaciones de sus clientes ayudan a encontrar nuevos clientes y aumentar sus ventas					
	8. Considera que las recomendaciones son indicadores de un buen servicio y cumplimiento de las expectativas de los clientes					
	RETENCIÓN DE CLIENTES					
	9. La empresa muestra preocupación por saber cuáles son las necesidades y prioridades de sus clientes					
	10. La empresa ofrece un servicio con características únicas o con valor agregado como actualizaciones de tecnología en los POS.					
PREFERENCIAS						
11. Considera continuar trabajando sus proveedores de equipos POS a pesar de contar con diversas opciones en el mercado.						
12. Sus clientes se sienten identificados con la marca de la empresa						
CONSUMO	CERTIFICACIÓN ISO					
	13. El servicio brindado cumple con todos los criterios y requisitos de un servicio de calidad (CERTIFICADO ISO) exigidos					
	14. El personal de campo realiza encuestas de medición de satisfacción del cliente después de cada atención					
	CALIDAD DEL SERVICIO					
	15. La empresa actualiza su tecnología frecuentemente para mejorar el rendimiento de los equipos POS					
	16. El personal de campo capacita a los colaboradores de los comercios para el buen manejo de los equipos POS					
	CICLOS DE COMPRA					
17. La adquisición de equipos POS y repuestos de contingencia durante la pandemia variaron considerablemente						
18. Considera que una buena gestión de compra de equipos POS y repuestos favorece en la agilización de los servicios brindados y así contar con clientes satisfechos						

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENCUESTA

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: Determinar la relación que existe entre la Satisfacción del Cliente y la Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: gianpierrebarbozalopez@gmail.com - Velaveronicavela@gmail.com

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:

Siempre (5) – Casi Siempre (4) – A veces (3) – Casi Nunca (2) – Nunca (1)

CUESTIONARIO

VARIABLE: GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA					
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	
		1	2	3	4	5	
FLUJO DE INSUMOS	COMPRA DE INSUMOS						
	1.	La compra de insumos se da de manera organizada y coordinada según la demanda					
	2.	La empresa cuenta con proveedores responsables y puntuales					
	CALIDAD DE INSUMO						
	3.	Los insumos pasan por un control de calidad antes de ser utilizados					
	4.	Se considera la calidad y al mismo tiempo el precio de los insumos					
NECESIDADES DEL CLIENTE	COSTOS DEL INSUMO						
	5.	El costo de los insumos es acorde a la calidad de los mismos					
	6.	Los ofertantes de mercado son importante al realizar las cotizaciones					
NECESIDADES DEL CLIENTE	CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO						
	7.	La empresa se compromete en brindar el mejor servicio					
	8.	La empresa cuenta con una estrategia de cumplimiento de un buen servicio ante la competencia					
	HÁBITOS DE CONSUMO						
	9.	La empresa realiza análisis acorde a los hábitos de los clientes					
	10.	Se registran la preferencia de los clientes para dar solución					
MANEJO DE INVENTARIO	INDICE DE REQUERIMIENTOS						
	11.	La empresa toma en cuenta cada requerimiento del cliente					
	12.	Los requerimientos son atendidos en su totalidad					
	ROTACIÓN DE INVENTARIO						
	13.	Es necesario un control en la rotación de inventario					
	14.	Se maneja los inventarios acordes a los requerimientos de su uso					
MANEJO DE INVENTARIO	COBERTURA DE STOCK						
	15.	La empresa cuenta con una buena gestión de stock					
	16.	La empresa previene la falta de insumos					
	COSTOS DEL INVENTARIO						
MANEJO DE INVENTARIO	17.	Es necesario conocer las políticas comerciales para un mejor costeo de inventario					
	18.	Es necesario determinar los costos de inventario para brindar una buena gestión en costos					

ANEXO N° 3 VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Tabla 14: Validez de expertos

Validez de instrumento por juicio de expertos

Expertos	Aplicable
Dr. Jara Miranda, Robert Alexander	Aplicable
Mg. Delgado Farfán, Irvin Stid	Aplicable
Mg. Berta Hinostroza, Mike Paul	Aplicable

Tabla 15: Alfa de Cronbach de la variable Satisfacción del Cliente

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	20	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de cronbach	N° de elementos
0,957	18

Tabla 16: Alfa de Cronbach de la variable Gestión de Abastecimiento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	20	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de cronbach	N° de elementos
0,965	18

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Jara Miranda, Robert Alexander
I.2. Especialidad del Validador: Doctor en Administración
I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Tiempo Completo – Universidad César Vallejo
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
I.5. Autor del instrumento: Barboza López, Gianpierre Antonio / Poblete Vela, Otilia Verónica

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN		83 %				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

83 %

Los Olivos, 02 de Mayo del 2022.



Dr. Jara Miranda, Robert Alexander
DNI: 42312593
Teléfono: 947995565

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Satisfacción del Cliente

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		

Variable 2: Gestión de Abastecimiento

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

Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		



.....
Dr. Jara Miranda, Robert Alexander

DNI: 42312593

Teléfono: 947995565

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimada Dr. Jara Miranda, Robert Alexander

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación del X ciclo.

El título del proyecto de investigación es: "*Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística de una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021*" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro ante su connotada experiencia en la línea de investigación "Mercados Emergentes".

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

Enfoque cuantitativo:

- Carta de presentación.
- Dictamen favorable del proyecto por parte del Comité de Ética en Investigación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables
- Matriz de consistencia
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden las variables y dimensiones.
- Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Barboza López, Gianpiero Antonio
DNI: 74077086



Poblete Vela, Otilia Verónica Yesabel
DNI: 73202524

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. Delgado Farfán, Irvin Stid
I.2. Especialidad del Validador: Maestro en Comercio y Negociaciones Internacionales
I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Tiempo Parcial – Universidad César Vallejo
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
I.5. Autor del instrumento: Barboza López, Gianpierre Antonio / Poblete Vela, Otilia Verónica

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN		70%				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

70 %

Los Olivos, 02 de Mayo del 2022.



Mg. Delgado Farfán. Irvin Stid
DNI: 45471935
Teléfono: 940327624

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Satisfacción del Cliente

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		

Variable 2: Gestión de Abastecimiento

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

Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		



.....
Mg. Delgado Farfán, Irvin Stid

DNI: 45471935

Teléfono: 940327624

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado Mg. Delgado Farfán Irvin Stid

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación del X ciclo.

El título del proyecto de investigación es: "*Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística de una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021*" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro ante su connotada experiencia en la línea de investigación "Mercados Emergentes".

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

Enfoque cuantitativo:

- Carta de presentación.
- Dictamen favorable del proyecto por parte del Comité de Ética en Investigación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables
- Matriz de consistencia
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden las variables y dimensiones.
- Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Barboza López, Gianpierre Antonio
DNI: 74077086



Poblete Vela, Otilia Verónica Yesabel
DNI: 73202524

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. Berta Hinostraza, Mike Paul
I.2. Especialidad del Validador: Magister en Administración y RRII,DTP
I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente – Universidad César Vallejo
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
I.5. Autor del instrumento: Barboza López, Gianpierre Antonio / Poblete Vela, Otilia Verónica

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN		82%				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

82%

Los Olivos, 02 de Mayo del 2022.


.....
Mg. Berta Hinostraza, Mike Paul

DNI: 09561796

Teléfono: 964891990

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Satisfacción del Cliente

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		

Variable 2: Gestión de Abastecimiento

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

Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		



.....
Mg. Berta Hinostroza, Mike Paul

DNI: 09561796

Teléfono: 964891990

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado Mg. Berta Hinojosa, Mike Paul

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación del X ciclo.

El título del proyecto de investigación es: *"Satisfacción del cliente y Gestión de abastecimiento del Área de logística de una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021"* y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recorro ante su connotada experiencia en la línea de investigación "Mercados Emergentes".

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

Enfoque cuantitativo:

- Carta de presentación.
- Dictamen favorable del proyecto por parte del Comité de Ética en Investigación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables
- Matriz de consistencia
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden las variables y dimensiones.
- Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Barboza López, Gianpierre Antonio
DNI: 74077086



Poblete Vela, Otilia Verónica Yesabel
DNI: 73202524

ANEXO N° 4: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título: Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística de una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021.							
Autor: Barboza López, Gianpierre Antonio / Poblete Vela, Otilia Verónica Yesabel							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación entre la Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1 ¿Cuál es la relación entre la Satisfacción del Cliente y Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021?</p> <p>Problema específico 2 ¿Cuál es la relación entre la Satisfacción del cliente y Necesidades del Cliente del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021?</p> <p>Problema específico 3 ¿Cuál es la relación entre la Satisfacción del cliente y Manejo de Inventario del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre la Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1 Establecer la relación entre la Satisfacción del Cliente y Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021</p> <p>Objetivo específico 2 Establecer la relación entre la Satisfacción del cliente y Necesidades del Cliente del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021</p> <p>Objetivo específico 3 Establecer la relación entre la Satisfacción del cliente y Manejo de Inventario del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La Satisfacción del Cliente se relaciona con la Gestión de Abastecimiento del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021</p> <p>Hipótesis Específicas:</p> <p>Hipótesis específica 1 La Satisfacción del Cliente se relaciona con el Flujo de Insumos del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021</p> <p>Hipótesis específica 2 La Satisfacción del Cliente se relaciona con las Necesidades del Cliente del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021</p> <p>Hipótesis específica 3 La Satisfacción del Cliente se relaciona con el Manejo de Inventario del área de Logística en una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021</p>	Variable 1: Satisfacción del Cliente				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Expectativa	Fidelización del cliente	1,2	(1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Bajo Medio Alto
				Cientes Influyentes	3,4		
				Índice de quejas	5,6		
			Lealtad	Recomendaciones	7,8		
				Retención de clientes	9,10		
				Preferencias	11,12		
			Consumo	Certificación ISO	13,14		
				Calidad del servicio	15,16		
				Ciclos de compra	17,18		
			Variable 2: Gestión de Abastecimiento				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Flujo de Insumos	Compra de insumos	1,2	(1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Bajo Medio Alto
				Calidad de insumos	3,4		
				Costos de insumos	5,6		
			Necesidades del Cliente	Cumplimiento del servicio	7,8		
				Hábitos de consumo	9,10		
				Índice de requerimientos	11,12		
Manejo de Inventario	Rotación de inventario	13,14					
	Cobertura de Stock	15,16					
	Costos del inventario	17,18					

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada</p> <p>Alcance: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal.</p> <p>Método: Hipotético Deductivo</p>	<p>Población: La población estuvo representada por 50 directivos de los comercios que son clientes de la empresa HIPER S.A.</p> <p>Tipo de muestreo: Muestra Censal de 50 colaboradores de la empresa HIPER S.A.</p> <p>Tamaño de muestra: 50</p>	<p>VARIABLE 1: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barboza López, Gianpierre Antonio • Poblete Vela, Otilia Verónica Yesabel <p>Año: 2021 Monitoreo: Satisfacción del Cliente Ámbito de Aplicación: 50 colaboradores de la empresa HIPER S.A. Forma de Administración: Grupal</p> <hr/> <p>VARIABLE 2: GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barboza López, Gianpierre Antonio • Poblete Vela, Otilia Verónica Yesabel <p>Año: 2021 Monitoreo: Gestión de Abastecimiento Ámbito de Aplicación: 50 colaboradores de la empresa HIPER S.A. Forma de Administración: Grupal</p>	<p>DESCRIPTIVA</p>

Nota: Elaboración Propia

ANEXO N°5

FORMATO DE AUTORIZACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Lima, 09 de noviembre de 2021

Señores
Escuela de Negocios Internacionales
Universidad César Vallejo – Campus Lima Norte

A través del presente, DIEGO RENATO URIBE CUROTTO, identificado (a) con DNI N° 09216054 representante de la empresa/institución HIPER S.A. con el cargo de SUPERVISOR DEL ÁREA DE OPERACIONES, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Barboza López, Gianpierre Antonio
- b) Poblete Vela, Otilia Verónica Yesabel

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada Satisfacción del cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística de una empresa consulta de servicios, del distrito de Bellavista, Callao, 2021

Si No

- b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,

DIEGO URIBE
Supervisor de Operaciones
Hiper S.A.

.....
DIEGO RENATO URIBE CUROTTO
SUPERVISOR DEL ÁREA DE OPERACIONES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MARQUEZ CARO FERNANDO LUIS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Satisfacción del Cliente y Gestión de Abastecimiento del área de Logística de una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao 2021", cuyos autores son BARBOZA LOPEZ GIANPIERRE ANTONIO, POBLETE VELA OTILIA VERONICA YESABEL, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 27 de Junio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MARQUEZ CARO FERNANDO LUIS DNI: 08729589 ORCID 0000-0001-9043-8150	Firmado digitalmente por: FEMARQUEZCAR el 01- 07-2022 23:55:45

Código documento Trilce: TRI - 0312101