



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa
Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC
Huaraz–2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORAS:

Gomero Reynalte, Mariluz Zuleima (orcid.org/ 0000-0001-7152-8062)
Silva Valladares, Cecilia Isabel (orcid.org/ 0000-0003-1984-5719)

ASESOR:

Dr. Linares Cazola, José Germán (orcid.org/ 0000-0002-7394-362X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHIMBOTE— PERÚ

2022

Dedicatoria

El, presente trabajo, de, investigación lo dedicamos, a nuestros padres y a nuestros hermanos que son nuestra mayor fuente de motivación.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios, nuestros padres por guiarnos en nuestro desarrollo profesional, a nuestra alma mater en sus enseñanzas y a la empresa por la confianza.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	v
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	19
3.1. Tipo y diseño de investigación	19
3.2. Variables y operacionalización	20
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	23
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
3.5. Procedimientos.....	25
3.6. Método de análisis de datos.....	26
3.7. Aspectos éticos	26
IV. RESULTADOS.....	27
V. DISCUSIÓN	36
VI. CONCLUSIONES	40
VII. RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS.....	43
ANEXO.....	50

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Correlación de la gestión logística y la satisfacción del cliente</i>	28
Tabla 2. <i>Prueba simétrica con Gamma</i>	29
Tabla 3. <i>Prueba direccional con d de Somers</i>	29
Tabla 4. <i>Distribución de la población según el nivel de gestión logística de la empresa "Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC"</i>	30
Tabla 5. <i>Distribución de la población según el nivel de la satisfacción del cliente de la empresa "Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC"</i>	31
Tabla 6. <i>Correlación entre la dimensión gestión de compra y la variable satisfacción al cliente</i>	33
Tabla 7. <i>Correlación entre la dimensión almacenamiento y la variable satisfacción</i>	34
Tabla 8. <i>Correlación entre la dimensión distribución y la variable satisfacción</i>	35

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. <i>Resultado de la Gestión Logística</i>	31
Figura 2. <i>Resultado de la Satisfacción del cliente</i>	32

Resumen

El estudio tuvo como finalidad determinar el efecto que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. La metodología del estudio fue tipo aplicada, enfoque cuantitativo de nivel correlacional y diseño no experimental transversal, cuya población fue de 143 clientes; a los cuales se aplicó un cuestionario para la obtención de la información, tuvo un coeficiente alfa de Cronbach = 0.965, se usó el programa estadístico SPSS V.26 para alcanzar los resultados estadísticos.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que: hay efecto entre gestión logística y satisfacción al cliente, se obtuvo un $Rho = 0.733$ y una prueba de normalidad Gamma y Somers = 0.868 y 0.673 respectivamente. Por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada: existe un efecto significativo entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa "Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC" 2021.

Palabras clave: Gestión, logística, satisfacción.

Abstract

The study aimed to determine the effect between logistics management and customer satisfaction in the company Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. The methodology of the study was applied type, quantitative approach of correlational level and non-experimental cross-sectional design, whose population was 143 clients; to which a questionnaire was applied to obtain the information, had a Cronbach's alpha coefficient = 0.965, the statistical program SPSS V.26 was used to achieve the statistical results.

According to the results obtained, it is concluded that: there is an effect between logistics management and customer satisfaction, a Rho = 0.733 and a Gamma and Somers normality test = 0.868 and 0.673 respectively were obtained. Therefore, the hypothesis is accepted: there is a significant effect between logistics management and customer satisfaction in the company "Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC" Huaraz-2021.

Keyword: Logistics, management, satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, las organizaciones se enfrentan a una serie de cambios debido a la competitividad y a la tecnología que van en constantes actualizaciones, por lo que dichas empresas tienen la necesidad de triunfar en su respectivo rubro. Para que puedan lograr alcanzar sus objetivos, las compañías tienen la obligación de centrarse en sus clientes, saber que piensan, tales como sus opiniones y gustos, debido que cada vez suelen ser más rigurosos con sus necesidades y suelen conocer bien sus derechos como consumidores. Para poder lograr la satisfacción de estos y ser conocidos local y nacionalmente, se requiere una excelente gestión logística, logrando de una forma mantener un orden correcto tanto en la compra y venta de la mercadería, en el ingreso y egreso y en el orden del almacén.

En América Latina, las causas principales que preocupan a las empresas mexicanas es la mala gestión, ya que su control de inventario y almacén es inadecuado. Ello genera que tomen malas decisiones y esto se debe porque no hay claridad en sus datos obtenidos de los productos en stock y por lo tanto la organización se ve perjudicada. 70 de cada 100 Pymes no se mantienen en el mercado más de cinco años, porcentaje que arroja la investigación “Esperanza de vida de los negocios”, realizado por el INEGUI. Con respecto a esta situación Sr. Israel Coto, director de Microsip - México, indica que existen diversos aspectos, las pérdidas que más afectan a la entidad son las ventas y los inventarios de los bienes. (AmericaEconomía.com , 2017)

Así mismo en América Latina en el sector de minería se presenta diversos problemas que afectan la gestión logística, como los escasos de mano de obra, elevados costos de flete de transporte, falta de personal capacitado para despachar los tipos de concentrado y demora de las entregas por fallas en la unidad. (BnAmericas, 2021).

China, uno de los países potenciales fabricantes de diversos productos en diversos rubros tiene problemas que afectan de manera significativa en el área comercial, ya que sus productos son de pésima calidad, debido a la explotación en su personal siendo reflejado en el momento de elaborar dichos productos y esto afecta a las empresas que adquiere dichos bienes y repercutan en constantes quejas y reclamos de sus consumidores. (AP News, 2021)

En EE. UU, un país de gran demanda de venta de productos viene teniendo problemas en la mala gestión de inventario, llevándolos a tener exceso en sus productos y tener que venderlos a costos bajos para poder no tener pérdidas en dichos productos, repercutiendo en la rentabilidad de la organización por el mal proceso de no llevar un buen inventario en sus bienes. (CNN Economía, 2022)

A nivel nacional se observa a muchas empresas con dificultades para encontrar optimas soluciones a muchos reclamos y quejas que presentan los consumidores en los diversos rubros, esta carencia que sienten los consumidores los lleva a publicar por redes sociales sus reclamos, esto se vuelve viral y es cuando recién las empresas toman medidas de solución. (El Comercio, 2017)

El capital humano es fundamental para el desarrollo y éxito de las empresas en la actualidad, ya que el 82% de la rentabilidad que tiene una organización depende de profesionales con habilidades para motivar, estar a la vanguardia, ser empáticos, debido a que si falta uno de estas habilidades su personal estaría desmotivado sabiendo que ello impulsa a un 92% en lograr cumplir con las expectativas del consumidor. (Gestión, 2019)

También se menciona que mientras avanza los años pocas son las empresas que velan por el bienestar de sus consumidores y un claro ejemplo son las entidades financieras que desde el año 2020 presentan un porcentaje elevado de reclamos en sus servicios, estadísticamente esto fue comprobado por Indecopi, que hasta la actualidad no se ve mejoras relevantes. (Andina Agencia Peruana de Noticias, 2020)

En el Perú, en el sector de transporte la mala gestión logística en las organizaciones se debe a la falta de personal capacitado para la ejecución de sus actividades. Daniel Galdós gerente comercial de Manpower group Perú, mencionó que este sector tiene potencial de crecimiento en el rubro y generará oportunidades de empleo a futuros, sin embargo, el desafío es de superar la falta de personal idóneo en este sector. (Gestión, 2022)

Así mismo el MTC y BID realizaron una encuesta de Logística en el Perú, en el año 2020 y 2021 donde se consideró a 604 empresas, obteniendo que muchas organizaciones no cumplen con sus pedidos realizados e incluso incumplen en la

calidad de sus servicios y productos, presentan problemas de entrega, costos elevados de transporte afectando en la rentabilidad de dichas organizaciones al no evaluar su logística y las necesidades de sus clientes. (Gestión, 2022)

En Huaraz – Ancash se encuentra una empresa, la cual no es ajena a este problema, dicha empresa es Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros S.A.C., ubicada en la Av. Raymondi N°131; es una empresa que nace el 13 de agosto del año 2010, la cual se dedica al servicio de transporte de maquinarias, minerales, mercancías peligrosas y productos en general, así mismo se dedica al alquiler de maquinaria pesada. Esta empresa inicialmente entre los años 2010 al 2019 se constituyó como una empresa de alto prestigio el cual le permitió ganar un mercado muy considerable, ya que vino operando con un éxito adecuado, pero a partir del año 2020 hasta la actualidad se ha venido deteriorando en la medida que los clientes más importantes se han ido retirando hacia otras empresas que brindan el mismo servicio; debido a reclamos de puntualidad, reclamos de productos inadecuados y deteriorados, personal no capacitado. Estos problemas han generado que en la actualidad la empresa tenga clientes pequeños y residuales que incluso ponen en riesgo su capacidad financiera, ya que ha habido una disminución considerable en sus ventas como consecuencia de que no se atienden correctamente la entrega de los materiales, ya que estos no llegan al cliente en la calidad adecuada, los productos no llegan en el tiempo ofrecido al cliente e incluso en muchas ocasiones no se atiende el requerimiento. Razón por la cual la empresa está poniendo en riesgo su existencia y su estabilidad económica y financiera que lleva consigo una pérdida y finalmente puede salir del mercado.

De lo descrito se plantea el siguiente problema de investigación: Problema general: ¿Cuál es el efecto que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021?, así mismo se plantearon los siguientes problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de la gestión logística de la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021?, ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021?, ¿Cuál es el efecto que existe entre la gestión de compra y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros

SAC Huaraz-2021?, ¿Cuál es el efecto que existe entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021? Y ¿Cuál es el efecto que existe entre la distribución y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021?

El trabajo de investigación queda justificado de manera teórica, ya que los resultados generaron conocimientos, reflexión, análisis, y debates académicos y sirviendo a otras investigaciones, promoviendo medidas pertinentes para la gestión logística y satisfacción al cliente, lo cual permitió indagar y plantear alternativas de acción.

Asimismo, se justificó de manera práctico donde permitió establecer alternativas de solución, ayudándose de las fortalezas que brinda las organizaciones, donde se dedican al rubro de alquiler de maquinaria, servicio de transporte y venta de materiales de construcción y las oportunidades que brindan en un lugar y momento determinado. Además, permitió solucionar problemas resaltantes en la empresa relacionados en la primera y segunda variable, y así lograr nuevamente su posicionamiento en el mercado.

Por otra parte, se justificó de manera metodológica, ya que los procedimientos, métodos, instrumentos y técnicos, elaborados específicamente para el estudio y este a dado resultados positivos y favorables, es por ello que se convierte en un instrumento para la ciencia y que puede ser utilizado por cualquier investigador e investigación en la materia.

Para la actual investigación se plantea los siguientes objetivos: Objetivo General: Determinar el efecto que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. Objetivos específicos: Identificar el nivel de gestión logística en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021, Identificar el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021, Establecer el efecto que existe entre la gestión de compra y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021, Analizar el efecto que existe

entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021, y Examinar el efecto que existe entre la distribución y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021.

Por tanto, en la presente investigación se plantió como Hipótesis general: Existe un efecto significativo entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC 2021; y como Hipótesis específicas: Existe un efecto significativo entre la gestión de compra y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC 2021, existe un efecto significativo entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021 y existe un efecto significativo entre la distribución y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021.

II. MARCO TEÓRICO

Cómo antecedentes de estudio se mencionan los siguientes: en el ámbito internacional, Pinto (2021) en el estudio denominado “Propuesta de una guía de Gestión logística verde, caso de estudio Cooperativa de Transporte Pesado Los Andes-Ecuador”, se planteó como objetivo general es elaborar una guía de gestión de logística verde para la empresa. Fue un estudio de enfoque cuantitativo-cualitativo, nivel exploratoria-descriptiva, diseño de investigación documental – campo, tipo de estudio no experimental. Su población fue de 278 clientes, 20 conductores y 11 estibadores. La obtención de información fue recopilada mediante la encuesta y entrevista. Como resultado obtenido revelaron que solo el 15% de los choferes aplica manejo adecuado, adicional a esto, los estibadores pese a recibir charlas semanales sobre el adecuado manejo de la mercancía durante las operaciones de cargue y descargue en ocasiones comprometen el estado y la condición de la mercancía por la mala manipulación de la misma, en última instancia se comprobó que los clientes de la cooperativa a pesar de catalogar el servicio como muy bueno en un 40,29%, elegirían a una cooperativa que cuente con lineamientos ambientales en un 85,25% y el 84,89%. En conclusión, se realizó la elaboración de una guía de su variable, se estableció los objetivos y beneficios de la aplicación de esta iniciativa, el diseño de la propuesta requirió la creación de una política ambiental que sirvió como plantilla para el rediseño de los descriptores de puesto, para mitigar los impactos negativos de las actividades que realiza la cooperativa durante su proceso logístico.

Por otra parte, Rivera (2019) en el estudio denominado “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”, se planteó como objetivo principal evaluar la primera variable a través del Modelo Servqual. Su objetivo fue identificar el nivel de la segunda variable de la organización. El estudio tiene enfoque cuantitativo y diseño no experimental transversal. Su población fue de 336 clientes. Uso la encuesta para la obtención de información. El resultado obtenido qué acuerdo a las 5 dimensiones del modelo Servqual, se puede verificar en sus índices de calidad que presentan valores negativos, pero 2 de ellos muestran significancia negativa como fiabilidad y capacidad de respuesta y tuvo como resultado -1.97 y -0.99, lo que muestra que las expectativas del consumidor están por debajo de lo esperado. En conclusión: La práctica del modelo Servqual,

dio a conocer los puntos débiles del servicio brindado, esto causa insatisfacción en los consumidores de la empresa.

De igual modo, Quintero y Sotomayor (2018) en el estudio denominado “Propuesta de mejora del proceso logístico de la Empresa Tramacoexpress Cía.Ltda del Cantón Durán-Guayaquil”, se plantearon como objetivo principal elaborar un modelo de las actividades logística de la empresa. Fue de diseño descriptivo, un estudio tipo cualitativa. Su población fue de 50 clientes. La técnica de encuesta y guía de entrevista sirvió para la obtención de datos. El resultado fue el 56 % de los clientes interrogados quienes indicaron que usan el servicio de la empresa tres veces al mes, de acuerdo a ello se pudo evaluar y plantear una propuesta de mejora en los puntos críticos de la organización. En Conclusión: a través de los indicadores de gestión se tiene la expectativa de identificar el desempeño de roles que se desarrollan dentro la logística de la entidad a fin de disminuir fallas y solucionar problemas y dar respuesta de manera inmediata a los requerimientos del consumidor.

Asimismo, Miño (2017) en el estudio denominado “Determinar los factores del servicio al cliente que influyen en la satisfacción del cliente, su evaluación en el Hotel Sheraton de Guayaquil”, se planteó como objetivo principal fue identificar la conexión y cuáles son los factores que más afectan a la segunda variable. Fue una investigación descriptiva, tipo empírica-no experimental cuantitativa, alcance exploratorio. Su población fue de 380 clientes encuestas y fueron consideradas de una población de 40,661 consumidores. Se usó la encuesta para la obtención de información. Como resultado sus variables de estudio que apoyan al desarrollo de la segunda variable: seguridad y capacidad de respuesta, teniendo el valor mediano alto. En conclusión: la satisfacción al cliente que sostiene la empresa fue superior a 7.4 pudiendo mejorar las observaciones en los procesos y actividades de las variables mostradas, el nivel de puntuación mejoro en otras la variabilidad para volver el servicio entregado más aceptable para que así sea apreciado por el consumidor.

Por otro lado, Allauca (2017) en el estudio denominado “Diseño de un modelo de gestión logística para la importación de los productos de la empresa comercializadora Allauca de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo,

período 2017”, se planteó como objetivo principal elaborar un modelo para su variable en la empresa. Fue una investigación de tipo descriptivo-exploratoria, enfoque cuantitativo - cualitativo. Su población fue de 250 clientes. Utilizo técnica de encuesta, entrevista y observación. Como resultado un 83% se debe a la buena atención que la empresa brinda, al producto en buen estado. Otros 12 % de los consumidores considera que es muy bueno. En conclusión: se identificó los indicadores que ejerce las organizaciones y direccionados al planteamiento empresarial para no controlar el comportamiento interno sino mejorar como una ideología de labores, y ejecutar benchmarking con las organizaciones para distinguir sus ocasiones de mejora y estar preparado para rivalizar eficientemente con los actuales mercados de Perú y Chile.

Como antecedentes nacionales se tuvo la tesis de Rivera y Prado (2021) en el estudio denominado “Gestión logística para aumentar la satisfacción a los clientes en la empresa minera, Moquegua 2021”, se planteó como objetivo principal determinar como la primera variable aumenta la segunda variable en la empresa de estudio. Fue de tipo aplicada y cuantitativo, nivel descriptivo y diseño experimental. Su población fue el registro en el cálculo de los indicadores mensuales, recibieron antecedentes de 3 meses. La observación y la herramienta de medición sirvió para la recolección de la información. Como resultado la satisfacción al cliente inicial (0.760) fue menor que la media de la satisfacción al cliente final (0.975), la hipótesis alterna se aceptó, por la cual quedó demostrado que la práctica de la primera variable pudo mejorar la segunda variable en la empresa. Conclusión: lograron determinar que la primera variable aumento la segunda variable en la empresa minera, Moquegua 2021, en un periodo de 12 semanas de aplicación, por lo tanto, la indagación descriptiva de la segunda variable concluyó que, la satisfacción en los clientes aumentó un 22.17%.

De igual modo, Fernández y Sánchez (2021) en el estudio denominado “Gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT S.A.C., Lima”, se plantearon como objetivo principal fue determinar la relación entre la primera y segunda variable de la empresa. Fue un estudio tipo cuantitativa corte transversal, con diseño no experimental, de alcance correlacional. Su población fue de 1577 consumidores. Para la obtención de información se usó la encuesta. Se

tuvo como resultado que hay relación entre las variables de estudio, donde se aplicó Chi cuadrado = ,000 (Significación asintótica – bilateral), y por el coeficiente del Rho de Spearman= ,836. Conclusión: la relación de las dimensiones de primera variable y la segunda variable de la empresa, en la cual se determinó que hay una correlación positiva las dimensiones estudiadas con sus resultados en Rho de Spearman = 0,699; 0,571; 0,735; 0,529.

Asimismo, Sagastegui (2019) en el estudio denominado “La gestión logística y su relación con la satisfacción del cliente de una empresa comercializadora de autopartes para carrocerías, Trujillo 2019”, se planteó como objetivo principal determinar la relación entre la primera variable y segunda variable de la empresa. La finalidad del estudio es diseño no experimental y aplicada, y enfoque cuantitativo. Su población fue de 65 clientes de la organización. La encuesta sirvió para la recopilación de la información. Como resultado la primera variable tiene un nivel bajo = 30.8% y en la segunda variable también un nivel bajo = 30.8%, esto indica que, si la primera variable tiene un bajo desempeño, la segunda variable también tendría un bajo nivel de apreciación por parte de los consumidores. En conclusión, logró diagnosticar la relación entre la primera y segunda variable y los efectos alcanzados por prueba de hipótesis = 0,000, menor al nivel de significancia = $p < 0.05$ y la prueba de Rho de Spearman = 0,910 para el estudio, determinó que hay relación en las variables estudiadas; indicando que hay una correlación positiva muy fuerte.

Asimismo, Calderón y Sánchez (2020) en su estudio denominado “Gestión de compras y satisfacción al cliente en una empresa de ferretería, Ucayali - 2019” tuvo como objetivo principal determinar si la primera y segunda variable de estudio de la empresa se relacionan. Fue una investigación enfoque cuantitativo correlacional y el tipo fue descriptivo - correlacional y explicativo. Su población fue 100 clientes. La encuesta sirvió para la obtención de la información. Como resultado se confirmó que existe relación positiva obteniendo un Rho de spearman = 0.873, (p – valor <0.05) entre las variables, indica que si la primera variable mejora, la segunda variable también lo hará y viceversa también.

Asimismo, Merino (2018) en la investigación denominada “Gestión logística y Satisfacción del cliente en la empresa Tai Loy S.A Cajamarquilla, 2018”, se planteó

el objetivo principal establecer si la primera y segunda variable de estudio la empresa se relacionan. Fue un estudio de diseño no experimental, de corte transversal y de tipo descriptivo - correlacional. Su población investigada fue constituida por los clientes de la empresa, cuya muestra quedó integrada por 25 clientes. Se usó la técnica de encuesta. El resultado de la fiabilidad de la primera variable $\alpha = 0,961$, el resultado tuvo un nivel excelente, la fiabilidad de la segunda variable $\alpha = 0,901$, el resultado fue de un nivel excelente. Muestra que, si hay relación entre las variables, y obtuvo $Rho = 0,700$, se concluyó que si existe una relación directa la primera y segunda variable del estudio en la empresa.

Por otra parte, Lara (2018) en el estudio denominado "Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017", el estudio tuvo como objetivo principal elaborar un programa de gestión logística para mejorar la satisfacción de los clientes en la empresa. Fue un estudio de diseño no experimental, de enfoque mixto, cuantitativo. Su población del estudio fue constituida por todos los colaboradores de la organización, cuya muestra quedó integrada por un colaborador del área de planeamiento, uno en producción y uno de logística. La encuesta sirvió para la obtención de la información. Como resultado fue que el mayor porcentaje lo calificó como eficiente, debido a que los pedidos surgen en menores cantidades y el menor porcentaje lo consideraba regular, debido a que en la gestión logística surgen diversos problemas. Conclusión: logró diagnosticar la falta de unión entre las diferentes áreas de logística.

Como antecedentes locales se encontró a Padilla y Ramos (2021) en su estudio denominado "Gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Conesur S.A.C. Ica - 2021". Se estableció como objetivo principal determinar si la primera y segunda variable de la empresa se relacionan. La investigación fue de tipo aplicada, no experimental transversal, nivel correlacional. Su población fue comprendida de 100 clientes. La encuesta sirvió para la obtención de la información. Como resultado encontraron que existe relación considerable en las variables de estudio, logrando un resultado, de $Rho = 0.618$ dado que el rendimiento era menor y la hipótesis alterna fue aceptada, es decir que entre la primera y segunda variable si existe relación. En conclusión, las problemáticas estudiadas desde el principio de la

investigación están repercutiendo directamente en la satisfacción al cliente de la organización.

De igual modo, Aguirre y Cánova (2019) en el estudio denominado “Gestión logística y satisfacción en los clientes de la Empresa Proyectos e Inversiones Danko E.I.R.L. – Nuevo Chimbote, 2019”. Se estableció como objetivo principal determinar entre la primera y segunda variable de estudio si existe relación, teniendo un estudio de tipo correlacional y enfoque cuantitativo, de diseño no – experimental. Su muestra fue de 374 clientes de la organización la encuesta sirvió para la obtención de la información. El resultado fue que entre ambas variables existió relación positiva moderada con un resultado de Rho de sperman = 0.560. La conclusión es que entre ambas variables de estudio existe relación media.

Por otra parte, Cobos y Veneros (2019) en el estudio denominado “La gestión de almacén y su influencia en la Satisfacción del cliente de la distribuidora Herich Motocross – Chimbote 2019”, se estableció como objetivo general determinar si la primera variable influye en la segunda variable de la empresa. Fue un estudio correlacional, tipo no experimental-transaccional, nivel descriptivo. Su población fue conformada de 162 clientes. La encuesta fue para la obtención de información. El resultado de la prueba de Rho = 0,624. Conclusión: Se rechazó la hipótesis nula y la hipótesis alterna se aceptó, por lo tanto, entre la primera variable y segunda variable hay relación.

En la teoría de la gestión logística se observó que la organización tiene clientes que constantemente se quejan por la falta de puntualidad en la entrega de los productos, mercadería en mal estado, falta de responsabilidad de parte de la empresa, donde no disponen de técnicas del conocimiento adecuado para ordenar y organizar la logística necesaria en la gestión de compras, almacenamiento y distribución a fin de lograr entregas optimas, tiempos óptimos y responsables de acuerdo al requerimiento del cliente. Toda esta situación problemática ha sido analizada mediante el uso de teorías relacionadas con el área logística tales como: teorías de la gestion compras, almacenamiento y de la distribución; las mismas que han sido desarrolladas detalladamente a continuación.

La gestión logística tiene como procedimiento especificado para organizar y sirve para ejecutar la organización tomando recursos con el principal objetivo de cumplir con las carencias de los usuarios al adquirir un bien o servicio querido. Según Mora (2016):

La gestión logística es un proceso detallado para organizar e implementar una operación. Cuando se trata de negocios, este proceso es el flujo de trabajo desde el principio hasta el final con el fin de cumplir las expectativas de los clientes, así como las de la organización, también administra los recursos que pueden ir desde bienes tangibles (como materiales, equipo y suministros) hasta alimentos u otros artículos consumibles. De este modo, la gestión logística se ocupa de integrar el flujo de información y sus herramientas de gestión, manipulación de materiales, producción de embalaje, inventario, transporte, almacenamiento y, a veces, seguridad. (p. 38)

Esto indica que la gestión logística abarca todas las áreas de la organización, y si no está bien organizada afecta no solo en rentabilidad de la empresa sino también en su permanencia en el mercado y fidelización de sus clientes.

Es por ello que al buscar mejora en la gestión logística nos abarcamos en evaluar las necesidades de los clientes basándonos en los costos, en la calidad, medios de transporte. Por lo cual es importante que el área de gestión de compra sea la adecuada para la adquisición de los bienes; logrando una reducción en los costos y así incrementar la rentabilidad económica de la empresa. Según Ballou (2017):

La importancia de la gestión logística va en torno a establecer valor, valor tanto para los consumidores, los proveedores y valor para los socios de la organización, el valor en la logística se manifiesta fundamentalmente en términos de lugar y tiempo. Una mejor dirección logística refleja las actividades en la cadena de suministros como una aportación al proceso de agregar valor a un bien o servicios. (p.13)

Esto muestra la importancia de crear valor desde los clientes has los socios de la organización y esto se logra al saber direccionar el proceso de gestión logística.

Es por ello que cumple una función muy importante debido a que sirve de soporte para planificar adecuadamente y proyectarse. Según Mora (2012):

Las principales funciones que destacan para el buen proceso de sus actividades es propiciar la participación de los colaboradores, sirve para medir la evolución futura de la empresa, sirve para tener en cuenta los incentivos y remuneraciones de sus colaboradores. (p.25)

Debido a estas funciones la organización debe tomar en cuenta la prevalencia de sus colaboradores, ya que ellos son el pilar del crecimiento de la organización.

Por consiguiente, se desarrolla las dimensiones de la primera variable de la gestión logística. Como primera dimensión se menciona gestión de compra, esta al ser aplicada correctamente afirma que la organización cuente con adecuados proveedores para suministrar bienes de calidad, tiene como propósito adquirir los productos que la organización necesita suministrar cantidades requeridas en el tiempo correcto, precio y calidad. Según Heredia (2013):

La gestión de compras, trata en suministrar de manera interrumpida, bienes, materiales, para incorporar de manera directa a la cadena de producción. Estos bienes y/o servicios, deben proporcionarse en las cantidades correctas, en el momento solicitado, con el precio acordado y en el lugar requerido por el consumidor, dentro del tiempo estipulado previamente, es decir, que ni de manera anticipada ni retrasada ya que tanto una entrega anticipada no acordada, como un retraso no previsto, pueden complicar los procesos productivos del consumidor. (p.3)

Esto indica que la gestión de compra es uno de los pilares más importantes para empezar con el proceso de adquirir un bien y/o servicio que la empresa necesitará, evaluando los requerimientos detalladamente para evitar fallas en el proceso productivo del comprado.

La gestión de compra es más que solo comprar, cumple con rol muy importante, debido a que se debe evaluar muy rigurosamente el proceso desde la selección de proveedores, hasta la adquisición de los bienes. Según Lacalle (2013):

La función del área de compras es lograr los bienes necesarios que necesita un consumidor en las cantidades correctas, los costos accesibles y en el tiempo correcto. Es por ello que el objetivo del área de compra es la eficacia y eficiencia. (p. 15)

Esto nos da a entender que el si no existe un buen proceso de compra, la organización no llegaría a sus objetivos y la buena rentabilidad.

Como segunda dimensión, se menciona el amacénamiento, es el área encargada de gestionar la entrada, maneja de stock, inventarios y salidas de los productos. Su objetivo principal es contribuir en la red de distribución de un bien y servicio disminuyendo la necesidad de ejecutar operaciones de transporte. Según Gómez (2013):

La gestión de almacén es efectuar operaciones y actividades necesarias para suministrar los productos en condiciones óptimas de uso y en el tiempo oportuno, de tal modo que se eviten desequilibrios en el aprovisionamiento y producción, así mismo como en la demanda y oferta de los productos. (p.120)

Debido a esto el amacénamiento también se relaciona con el guardar proteger la mercadería y conservar adecuadamente la mercadería durante un tiempo determinado.

Como tercera dimensión se tiene la distribución, incluye la planificación y control del traslado físico de materiales y bienes finalizados. El objetivo es hacer que la organización pueda establecer siempre del bien, y que sea de fácil adquisición para los clientes, reduciendo costos que no afecte la calidad del servicio o producto, esta gestión de distribución debe ser confiable y óptima; garantizando puntualidad, eficientes soluciones a los problemas y elevada satisfacción a los clientes cliente. Según, Inacap (2017):

La logística de distribución verifica las salidas de los productos, reafirmando el despacho mediante registros adecuados a los procedimientos hasta que se entreguen a los consumidores que han adquirido el pedido. Es por ellos que realizan diferentes actividades en las acciones de venta, en el transporte de los productos y entrega. (p.53)

Debido a esto podemos mencionar que la gestión de distribución no solo verifica el despacho, sino también se evalúa los medios de transporte y los costos de ello, para así poder cubrir la demanda y satisfacer los requerimientos de una manera óptima.

Como segunda variable se tiene Satisfacción del Cliente que define como una sensación y la respuesta del cliente hacia un bien sobre la calidad y la atención. Es por esta razón Kotler y Keller (2016):

El nivel de satisfacción del cliente se obtiene después de su compra, los resultados dependerán que se le ofreció en relación con sus expectativas previas. En general, la satisfacción es una sensación de goce y de desilusión que es el resultado de comprar la experiencia previa al producto con las expectativas, el comprador se quedara insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el comprador quedara muy satisfecho o complacido. (p. 144)

Esto muestra que toda organización tiene como objetivo principal de velar por las necesidades de sus clientes desde el momento que ingresa a la organización o requiera la atención y sienta con la plena seguridad que sus requerimientos sean atendido de manera inmediata y correcta.

La satisfacción del cliente tiene como objetivo es generar nuevos clientes y fidelizar clientes ya conseguidos. Esto se realiza prestando un servicio constante y centrado en el cliente para ayudarlo durante todo el proceso de compra. Según Carrasco (2013), “se ha convertido en el objetivo principal de la mayoría de las empresas, ya que es la condición indispensable para mantener a los clientes y, por tanto, para obtener mayor rentabilidad” (p. 2). No obstante, las empresas deben buscar paccionarse en el mercado, ya que esto permitirá que sus clientes lo recomienden con plena seguridad de que dicha organización cumplirá sus expectativas esperadas.

El objetivo primordial de una organización es brindar un trato de excelencia al consumidor, es por ello se debe evaluar a cada uno de los consumidores que ingresan. Según Ladrón (2020):

La técnica para la atención a los clientes se basa en la estrategia empresarial que consiste en el desarrollo de capacidades como facilidad de palabra, escuchar activamente, empatía y excelente actitud. Estas capacidades se desarrollan en las practicas que se tiene con compañeros de trabajo desde el saludo cordial, la puntualidad, el respeto, capacidad de respuesta y desenvolvimiento en el trabajo. (p.24)

En pocas palabras si no te capacitan desde el inició sobre los tipos de técnica, no se podría lograr buenas estrategias para un excelente servicio.

Las importancias de lograr una buena satisfacción del cliente evitan que las organizaciones pierdan sus clientes, ya que los clientes no abandonan a la organización de su preferencia por precios sino por un mal servicio al cliente. Por lo tanto, Kotler y Armstrong (2013):

Se considera un pilar importante para establecer vínculos rentables con los clientes, es imprescindible para mantener para conservar y ayudar en el crecimiento de los clientes y generar su valor de por vida de los clientes. Los consumidores satisfechos adquirirán nuevamente un producto y/o servicio, podrán decir de propicia a otros clientes sobre los productos y/o servicios, se enfocarán menos en las marcas de la competencia, y adquirirán otros productos de la organización. (p. 144)

Esto nos da a conocer que un cliente insatisfecho puede dañar significativamente a la organización mediante la trasmisión de una experiencia negativa que con una experiencia positiva.

A continuación, se desarrolla las teorías de las dimensiones de la segunda variable; los elementos tangibles son aquellos que tiene una parte material, es decir cuantificables y medibles. Según Parasuraman et al. (1985):

Menciona que son equipos, personal, instalaciones físicas y material que son utilizados en la prestación del servicio. Es la parte observable del servicio, de las actividades correspondientes y lo integran la instalación física, el personal. Los equipos, tramites. (p.40)

Esto indica que son un conjunto de herramientas para empezar el proceso de ejecución en sus actividades de forma satisfactoria.

La fiabilidad es la calidad de un bien o servicio en que se debe realizar un estudio riguroso de la capacidad de los productos. Según Jochen (2009) “es la capacidad para desempeñar el producto y/o servicio prometido con seguridad y precisión, para que funcione adecuadamente durante un tiempo determinado bajo condiciones operativas específicas” (p.145). esto indica que el servicio y/o producto debe ser brindado correctamente desde el contacto inicial en que el colaborador tiene con el consumidor y esta muestra interés, ya que así el cliente podrá percibir las que el personal está capacitado y tiene conocimientos profesionalizados de la organización.

La capacidad de respuesta al consumidor es brindar una respuesta adecuada, rápida y eficaz en el momento oportuno, ya que todos los clientes desean ser atendidos a la brevedad posible. Por lo tanto, Cruz (2013):

Los consumidores son cada vez más exigentes, ya que no solo buscan calidad y precio, sino también una excelente atención, comodidad, ambiente agradable, un trato personalizado y sobre todo un servicio rápido, ya que al cumplir ello es probable que los clientes vuelvan nuevamente a la organización. (p. 7)

Esto indica que las necesidades de los consumidores deben ser atendidas de manera rápida y dando solución inmediata, si esto se lleva a cabo significa que la organización tiene una oportuna forma de respuesta.

La prioridad de la empresa es que el consumidor tenga la certeza, ya que a través de la solución de sus problemas logran tener clientes más satisfechos. Por su parte, Innovar (2005):

La seguridad que posee el consumidor cuando da a conocer sus requerimientos y problemas a disposición de una determinada empresa y tiene la plena seguridad que serán resueltos de manera eficiente y óptima. Seguridad involucra fiabilidad que a la vez incluye confiabilidad y honestidad. (p. 7)

Esto significa que no solo importa velar por los intereses del cliente, sino que a empresa preocupación e interés por cumplir las expectativas del cliente.

La empatía es entender los sentimientos y emociones y de esa manera se experimenta la forma racional y sentimental de lo que siente el cliente. Por ello Moya (2016):

es la capacidad que el ser humano usa para descubrir y promover, y del cual aprender. Es importante contar con líderes empáticos en toda organización, para que podamos entender a los superiores, empleados y sobre todo a los clientes, esto permite optimizar el trabajo y mejorar la productividad. (p.25)

Esto significa que es importante entender a cada persona, especialmente dentro de una organización, ya que ello nos permite conocer más a los clientes, empleados y superiores.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El actual estudio se definió de tipo aplicada porque se utilizó las teorías de la primera y segunda variable de administración que permitió entender o comprender el problema y plantear una posible solución a través de las hipótesis formuladas y que recopilado los datos nos han dado la información necesaria para proponer la solución al problema.

El estudio fue de enfoque cuantitativo porque el propósito fue explicar y describir los sucesos investigados, buscando la relación y el efecto entre los objetos de estudio.

El nivel fue de estudio correlacional, ya que permitió comprender la relación entre la variable dependiente y la variable independiente. Este nivel tiene como característica medir las variables y a través de una prueba de hipótesis correlacional y a través de una estadística se determinó la correlación.

3.1.2 Diseño de investigación

Dado que el objetivo fue determinar el efecto que existe entre la primera variable y segunda variable, en la organización Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC, ubicado en la Ciudad de Huaraz, se recurrió a un diseño No Experimental porque las variables no fueron manipuladas y se aplicó de manera Transversal porque la información fue recopilada en un instante único, considerando que el tema del estudio tuvo un sustento teórico necesario, se procedió a realizar un estudio de tipo correlacional donde se observó la relación de la primera y segunda variable en fenómeno del estudio.

Fue diseñada con el planteamiento metodológico del enfoque cuantitativo, ya que fue el mejor que se adaptó a las características y necesidades del estudio. Porque tanto el levantamiento de la información, el análisis y los hallazgos fueron expresados en términos cuantitativos, como valores absolutos o relativos porque se aplicó un cuestionario a un conjunto de clientes que se constituyó en una población y muestra.

3.2 Variables y operacionalización

Variable X: Gestión Logística

Definición conceptual

La gestión logística es un proceso eficiente de un grupo de actividades que parte del punto de origen de un bien o servicio hasta el consumidor. Según Sarache y Córdova (2016):

Define en operar, planificar, y descubrir oportunidades para mejorar el proceso del movimiento de los servicios, bienes, información y dinero, así también opera como un enlace entre la distribución, abastecimiento, cliente final o la distribución, asimismo su objetivo es de satisfacer la demanda, aprovechando la oportunidad y calidad al menor costo para la organización. (p. 7).

Esto permite que a la organización para que tenga una buena rentabilidad y se mantenga en el mercado.

Definición operacional

La gestión logística opera mediante la implementación, planificación y control de salidas de inventario de manera eficiente desde el proceso inicial hasta el punto de consumo. Medida a través de sus dimensiones: Gestión compra, almacenamiento y distribución, las mismas que se explican a continuación:

Gestión de compra: opera mediante el análisis de los bienes y /o servicios demandados por los clientes y el estado de mercado con la finalidad de tener proveedores adecuados y óptimos para lograr sobrepasar las expectativas esperadas de los usuarios. La gestión de compra se mide por medio de los indicadores, los cuales son: calidad del producto, tiempo de entrega, costos, volumen de compra, proveedores y documentación.

Almacenamiento: opera al situar los bienes en un ambiente adecuado hasta ser entregados al consumidor final, también implica mantener un correcto orden al momento de almacenar, con el fin de optimizar espacio y tiempo. El almacenamiento se mide por espacio disponible, despacho, stock de seguridad e inventario.

Distribución: opera desde la salida del bien del almacén hasta el momento de entrega del cliente, del cual implica colocar los bienes demandado por el mercado, en tiempo oportunos y cantidades adecuadas. La distribución se mide por el cumplimiento de entrega, recepción y transporte.

Indicadores: Calidad del producto, tiempo de entrega, costos, volumen de compra, proveedores, documentación, espacio disponible, despacho, stock de seguridad, inventario, cumplimiento de entrega, recepción y transporte.

Escala de medición: Ordinal porque permitió que los datos sean organizados y orden jerárquica, utilizando la escala de Likert en las respuestas para obtener la percepción o apreciación de los encuestados respecto a la variable Gestión logística, determinando así una escala de apreciación de la bondad del sistema logístico en la empresa objeto del presente estudio.

Variable y: Satisfacción del cliente.

Definición conceptual

La satisfacción al cliente es un compartimiento positivo o no negativo de un usuario en la adquisición de un bien y/o servicio. Según Kotler (2013), “La satisfacción del cliente es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta al comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. (p. 14).

Definición operacional

La satisfacción del cliente opera de acuerdo al cumplimiento de las expectativas del consumidor por adquirir un bien o servicio prestado por la organización. Medida a través de sus dimensiones: Elemento tangibles, capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad y empatía, las mismas que se explican a continuación:

Elementos tangibles: operan como parte importante de la organización, ya que son elementos materiales y físicos la empresa no tendría las herramientas para llegar a sus objetivos establecidos. Los elementos tangibles se miden por su instalación, equipo, apariencia del personal.

Fiabilidad: opera dando valor competitivo y estratégico a los bienes y/o servicios que la empresa brinda a sus usuarios. La fiabilidad se mide por la capacidad del personal.

Capacidad de respuesta: opera dando una respuesta inmediata a los requerimientos del consumidor, ya sea en los requerimientos de orientación de los productos y/o servicios, así como dando alternativas de solución ante los problemas, quejas, reclamos que los clientes solicitan. La capacidad de respuesta se mide a través de la agilidad del trabajo y disposición.

Seguridad: opera mediante la credibilidad del producto y/o servicios ofrecidos a los consumidores, transmitiendo confianza en que sus problemas serán resueltos de manera óptima y podrán recomendar el producto y/o servicios a otros usuarios. La seguridad se mide a través de la confianza y servicio.

Empatía: opera en la forma del trato brindado a los usuarios respetando sus ideas y opiniones, así mismo poniendo en práctica sus sugerencias. La empatía se mide a través del servicio, atención individualizada y comunicación.

Indicadores: Instalaciones, equipo, apariencia del personal, capacidad del personal, agilidad del trabajo, disposición, confianza, servicio, atención individualizada y comunicación.

Escala de medición: Ordinal porque los datos fueron organizados en orden jerárquica, utilizando la escala de Likert en las respuestas para obtener la apreciación o percepción de los encuestados respecto a la variable Satisfacción al cliente, determinando así una escala de apreciación de la bondad del sistema logístico en la empresa objeto del presente estudio.

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

Por tanto, él estudio consideró a todos los consumidores que cumplen con los requisitos de la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC que hacen un total de 143 clientes.

Criterios de inclusión: Se consideró a todos los usuarios ingresados en la base de datos de la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC, 2021.

Criterios de exclusión: El presente estudio no tiene criterios de exclusión

3.3.2. Muestra

La muestra fue censal porque fue pequeña y manejable, donde el tamaño de la población fue de 143 clientes de la empresa estudiada.

3.3.3 Muestreo

La presente investigación no presento muestreo

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Se usó la encuesta para la recolección de la información del estudio, porque se buscó la opinión de los encuestados sobre las variables investigadas y la obtención de la información.

Instrumento: Se usó un cuestionario en la obtención de la información. Un instrumento para medir las variables de estudio, y fue construido por el investigador. El cuestionario estuvo conformado por 32 ítems, el cual se distribuye en 21 ítems para la primera variable y 11 ítems para la segunda variable de los cuales para la primera variable según sus dimensiones se consideraron la siguiente cantidad de ítems:

Dimensión gestión de compra = 11 ítems, Almacenamiento = 6 ítems y distribución = 4 ítems.

Así mismo para la segunda variable según sus dimensiones se consideraron la siguiente cantidad de ítems:

Dimensión elementos tangibles = 4, fiabilidad = 2, capacidad de respuesta = 2, seguridad = 1 y empatía = 2.

Las opciones de respuestas consistieron en una escala de tipo Likert porque permitió obtener la apreciación y percepción de los encuestados respecto a las variables de estudio.

Para la segunda variable, de carácter cerrado con 5 opciones los cuales se agrupan según la suma de los números asociados a las opciones de respuesta: 1= nunca, 2 = casi nunca, 3 = a veces, 4 = casi siempre y 5 = siempre.

La primera variable se estudió en 3 niveles, malo de acuerdo a la clasificación de intervalos (21 – 48), porque se ubicaron las escalas de nunca y casi nunca, regular de acuerdo a la clasificación de intervalos (49 – 76) porque se ubicaron en la escala de a veces y bueno de acuerdo a la clasificación de intervalos (75 – 105), porque se ubicaron las escalas de siempre y casi siempre. Esto permitió agrupar las respuestas de los encuestados, ya que las opciones de respuestas permitieron analizar la actitud y apreciación de los clientes en relación a los ítems establecidos en el instrumento del estudio.

La segunda variable se estudió en 3 niveles, satisfecho de acuerdo a la clasificación de intervalos (45 – 55), porque se ubicaron en las escalas de siempre y casi siempre, regular de acuerdo a la clasificación de intervalos (26 - 40), porque se ubicaron en la escala de a veces e insatisfecho de acuerdo a la clasificación de intervalos (11-25), porque se ubicaron en las escalas de nunca y casi nunca. Esto permitió agrupar las respuestas de los encuestados, ya que las opciones de respuestas permitieron analizar la actitud y apreciación de los clientes en relación a los ítems establecidos en el instrumento del estudio.

Validez: Fue validado por el juicio de tres expertos; es decir, fueron evaluados por especialistas expertos en el tema respecto del cual dieron su aprobación, calificando el instrumento como bueno.

Confiabilidad: El procedimiento usado fue de consistencia interna: el α de Cronbach, se usó para calcular la confiabilidad de la escala de medida que se utilizó para la elaboración del estudio.

El resultado del coeficiente de confiabilidad α de Cronbach del cuestionario de la primera variable determino la consistencia interna de los ítems establecidos para medir la variable de interés; es decir, detectar el error de medida de los ítems. La muestra piloto se aplicó a 10 clientes con similares características a la muestra, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de $\alpha = 0.921$, concluyendo que el cuestionario tiene confiabilidad por consistencia interna y puede aplicarse a los participantes.

El resultado del coeficiente de confiabilidad α de Cronbach del cuestionario de la segunda variable determino la consistencia interna de los ítems formulados para medir la variable de interés; es decir, detectar el error de medida de los ítems, se aplicó una muestra piloto a 10 clientes con similares características a la muestra, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de $\alpha = 0.980$, concluyendo que el cuestionario presenta confiabilidad por consistencia interna y puede aplicarse a los participantes.

3.5 Procedimientos

Modo de recolección de información. Como primer proceso de la investigación fue identificar la organización con un determinado problema donde se pudo identificar las variables de estudio, para lo cual se solicitó permiso a sus representantes para que nos brinden información desde el nacimiento de la empresa hasta la actualidad y así poder recopilar los datos en base a la aplicación de una encuesta a sus clientes; dicha información fue recopilada de manera virtual, mediante un formulario en Google drive, enviado a cada cliente mediante sus correos electrónico y/o WhatsApp. La información obtenida al aplicar la encuesta permitió analizar los datos de manera estadística con el fin de encontrar el nivel de relación que hay entre las variables de estudio y así poder brindar una solución de mejora para la organización de estudio.

Manipulación o control de variables. No fueron manipuladas las variables, fueron observadas en su ambiente natural y analizadas.

Coordinaciones institucionales. Se recolectó la información y se dispuso de todas las facilidades durante el desarrollo del estudio, contando con el permiso de la Gerente General de la organización “Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC”.

3.6 Método de análisis de datos

Plan de procesamiento. Se usó la estadística descriptiva, las cuales fueron utilizadas en el estudio de la información. Primero se recolectó la información, empleando los instrumentos elaborados a la muestra mencionada; las informaciones recopiladas se presentaron en tablas y figuras para su adecuada observación, en donde se utilizó el software Microsoft Excel v. 2019, y se empleó el paquete estadístico de la IBM SPSS en su v.26, donde concluyó en la preparación de una base de datos que sirvió para la realización de los análisis y establecer la correlación entre variables.

Análisis estadístico de los datos. Para lograr los objetivos establecidos se elaboró un cuadro de niveles y puntuaciones utilizando el SPSS, de la matriz de análisis cuantitativos de la información obtenida. Para contrastar las hipótesis establecidas, se analizó con la prueba de Rho de Spearman, el cual sirvió para someter a prueba hipótesis.

La contrastación de las hipótesis se usó el software SPSS V. 26, lo cual implicó un conjunto de cumplimiento de pautas, usada para comprobar si la hipótesis es aceptada o rechazada, se trabajó con un nivel de confianza del 95%, un margen de error = 5%, esto expresa su significatividad reflejada en las hipótesis establecidas.

3.7 Aspectos éticos

El estudio obedeció con los códigos de ética de la universidad Cesar Vallejo, siguiendo el principio de búsqueda de bienestar, justicia, honestidad, rigor científico y responsabilidad que corresponde al artículo del 1° al 9° respectivamente de dichas normas. Así también la investigación cumplió las normas del código nacional de la integridad científica (Concytec).

Los datos recopilados en la elaboración de esta investigación fueron confiables y verídicos porque se examinó la imaginación, singularidad y autenticidad. Fueron analizados, escogidos y alcanzados a través de causas verídicas, no se manipularon con la finalidad de tener resultados deseados.

La investigación pasó por el programa Turnitin con el propósito de evitar cualquier similitud o plagio que fuese tomada de otras investigaciones y así dar a conocer la originalidad de la investigación.

IV RESULTADOS

Los datos han sido obtenidos en base al objetivo general y los objetivos específicos, estos están relacionados con sus respectivas dimensiones. El instrumento tuvo una escala compuesta por 32 ítems tipo Lickert de carácter cerrado con 5 opciones las cuales se agrupan según la suma de los números asociados a las opciones de respuesta: 1= nunca, 2=casi nunca, 3= a veces, 4=casi siempre y 5=siempre. A través de la aplicación de intervalos, se determinó para la primera variable los niveles de malo, que ayudo a analizar que los clientes de la empresa percibieron que los productos no son de buena calidad, consideraron también que no tiene buenos proveedores, no tenía stock de seguridad, no contaban con los espacios adecuados y no cumplían con la entrega de pedidos; regular, esto quiere decir que los clientes observaron que los productos de la empresa tenían una calidad media, si contaban con productos en reserva pero había retrasos de tiempo de entrega de los pedidos, y bueno porque los clientes percibieron que la empresa tenía costos óptimos, contaba con documentación requerida. Este cambio de escala se trabajó con la finalidad de agrupar las respuestas obtenidas por cada sujeto que respondió la encuesta a través de las opciones de respuestas, asimismo para la segunda variable se determinó el nivel de insatisfecho esto significa que los consumidores percibieron para la confianza, seguridad, solución a sus problemas; regular, quiere decir que los clientes sintieron poco interés en darles prioridad a sus necesidades y faltaba capacitar adecuadamente a los empleados y satisfecho, esto significa que los clientes consideraban que la empresa si cumple con sus expectativas. Con el fin de estudiar y analizar el nivel de la primera y segunda variable Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC. Para observar la correlación de los objetivos específicos se utilizó el Rho de Spearman porque los datos son cualitativos. Y para el análisis del objetivo general se utilizó también el Rho de Spearman y se buscó la intensidad y la direccionalidad de ambas variables de estudio aplicando Gamma y Somers. A continuación, se presenta los resultados obtenidos con sus respectivas tablas y figuras del objetivo general y los objetivos específicos.

OBJETIVO GENERAL: Determinar el efecto que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021.

Hipótesis de Investigación: Existe un efecto significativo entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC 2021

Hipótesis Nula: No existe un efecto significativo entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC 2021

Tabla 1

Correlación de la gestión logística y la satisfacción del cliente

			Correlaciones	
Rho de Spearman	Gestión logística	Coeficiente de correlación	Gestión logística	Satisfacción
		Sig. (bilateral)	1.000	.733**
		N	.	.000
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	143	143
		Sig. (bilateral)	.733**	1.000
		N	.000	.
			143	143

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

Nota. Datos tomados Software SPSS V. 26

Interpretación: Con un nivel de confianza = 99% se observó que el nivel de significancia = (0.00) < 0.01, con un valor estadístico de Rho = 0.733, podemos decir que existe un efecto positivo considerable alta entre la variable primera y segunda variable.

Tabla 2*Prueba simétrica con Gamma*

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	.868	.041	11.420	.000
N de casos válidos		143			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Nota. Datos tomados Software SPSS V. 26

Interpretación: En la tabla 7 se observó que la significación aproximada (0.00) <0.05, el coeficiente Gamma = 0.868, lo cual indica que existe una asociación directa alta entre las dos variables, ya que el valor se acerca a 1. Es decir que mientras que la gestión logística de la empresa sea mala, los clientes se encontrarán insatisfechos.

Tabla 3*Prueba direccional con d de Somers*

		Medidas direccionales				
		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada	
Ordinal por ordinal	d de Somers	Simétrico	.673	.050	11.420	.000
		Gestión logística dependiente	.690	.053	11.420	.000
		Satisfacción dependiente	.656	.052	11.420	.000

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Nota. Datos tomados Software SPSS V. 26

Interpretación: La tabla 8 mostró que la significación aproximada (0.00) <0.05, el coeficiente de d Somers = 0.673, lo cual indicó que existe un sentido directo alta

entre las dos variables, ya que el valor se acerca a 1. Es decir que mientras que la gestión logística de la empresa sea mala, los clientes se encontrarán insatisfechos.

ANÁLISIS GAMMA Y D DE SOMER

Gamma			
Asociación directa		Asociación inversa	
0 - 0.3	Baja	0 - 0.3	Baja
0.31-0.60	Media	0.31-0.60	Media
0.61- 1	Alta	0.61- 1	Alta

d de somer			
Sentido directo		Sentido inverso	
0 - 0.3	Baja	0 - 0.3	Baja
0.31-0.60	Media	0.31-0.60	Media
0.61- 1	Alta	0.61- 1	Alta

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Identificar el nivel de gestión logística en la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021; se ha conseguido mediante las siguientes tablas:

Tabla 4

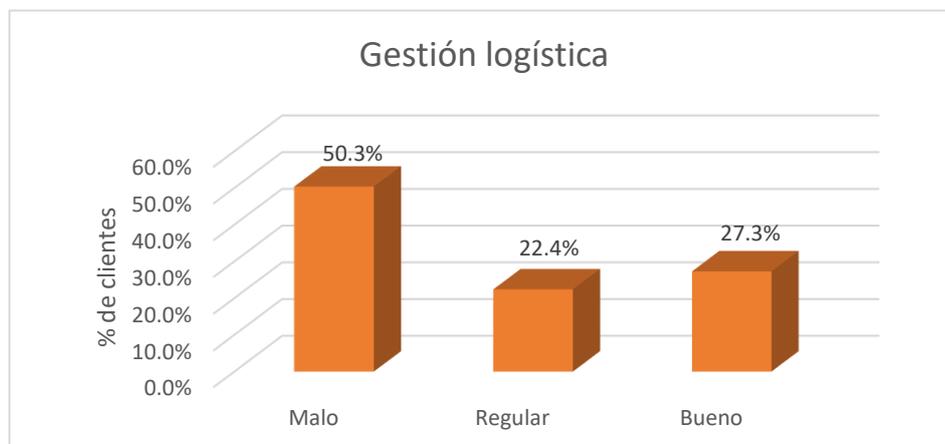
Distribución de la población según el nivel de gestión logística de la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC

Gestión logística	Frecuencia	Porcentaje
Malo	72	50.3%
Regular	32	22.4%
Bueno	39	27.3%
Total	143	100.0%

Nota. Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC

Figura 1

Resultado de la Gestión Logística



Nota. Datos tomados de la tabla 1

Interpretación: La tabla 1 mostró que la primera variable fue percibida por los clientes en un nivel Malo que representa el 50.3%, el 27.3% de los clientes lo califican en el nivel Bueno, mientras que el 22.4% de los clientes lo califican en el nivel Regular.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Identificar el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

Tabla 5

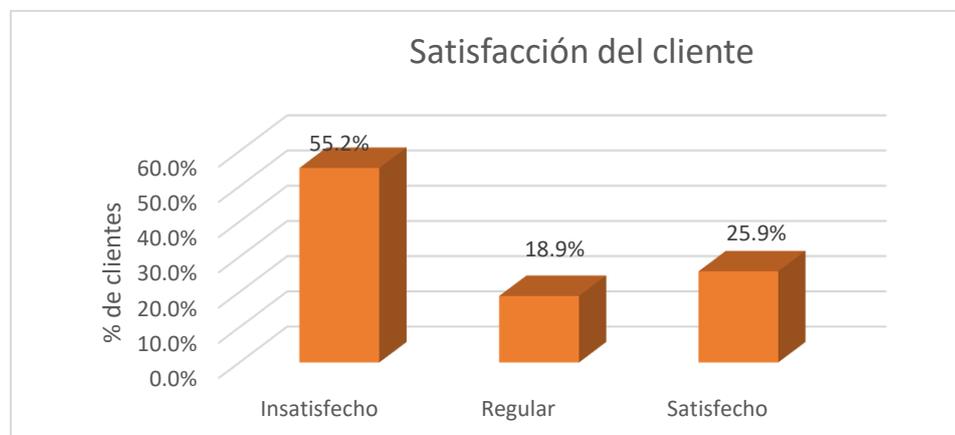
Distribución de la población según el nivel de la satisfacción del cliente de la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC

Satisfacción del cliente	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	79	55.2%
Regular	27	18.9%
Satisfecho	37	25.9%
Total	143	100.0%

Nota. Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC

Figura 2

Resultado de la Satisfacción del Cliente



Nota. Datos tomados de la tabla 2

Interpretación: La tabla 2 mostró que la variable Satisfacción al cliente es percibido por los clientes en un nivel Insatisfecho que representa el 55.2%, el 25.9% de los clientes lo califican en el nivel Satisfecho, mientras que el 18.9% de los clientes lo califican en el nivel Regular.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Establecer el efecto que existe entre la gestión de compra y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021

Hipótesis específica: Existe un efecto significativo entre la gestión de compra y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC 2021

Tabla 6

Correlación entre la dimensión gestión de compra y la variable satisfacción al cliente

		Correlaciones		
			Gestión de Compra	Satisfacción
Rho de Spearman	Gestión de Compra	correlación	1.000	.744**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	143	143
	Satisfacción	correlación	.744**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	143	143

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

Nota. Datos tomados Software SPSS V. 26

Interpretación: La tabla 3 indicó que con un nivel de confianza = 99% y un nivel de significancia = (0.00) <0.01, con un valor estadístico de Rho = 0.744, podemos decir que existe un efecto positivo considerable entre la dimensión gestión de compra y la segunda variable.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4: Analizar el efecto que existe entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021.

Hipótesis específica: Existe un efecto significativo entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021

Tabla 7

Correlación entre la dimensión almacenamiento y la variable satisfacción

		Correlaciones		
			Almacenamiento	Satisfacción
Rho de Spearman	Almacenamiento	correlación	1.000	.734**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	143	143
Satisfacción		correlación	.734**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	143	143

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

Nota. Datos tomados Software SPSS V. 26

Interpretación: La tabla 4 indicó que con un nivel de confianza = 99% y un nivel de significancia = (0.00) <0.01, con un valor estadístico de Rho de Spearman = 0.734, podemos decir que existe un efecto positivo considerable entre la dimensión almacenamiento y la variable segunda variable.

OBJETIVO ESPECÍFICO 5: Examinar el efecto que existe entre la distribución y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021.

Hipótesis específica: Existe un efecto significativo entre la distribución y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021

Tabla 8*Correlación entre la dimensión distribución y la variable satisfacción*

		Correlaciones		
			Distribución	Satisfacción
Rho de Spearman	Distribución	Coeficiente de correlación	1.000	.580**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	143	143
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	.580**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	143	143

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

Nota. Datos tomados Software SPSS V. 26

Interpretación: La tabla 5 mostró que el nivel de confianza = 99% y un nivel de significancia = (0.00) <0.01, con un valor estadístico de Rho de Spearman = 0.580, podemos decir que existe un efecto positivo considerable entre la dimensión distribución y la segunda variable.

ANÁLISIS CORRELACIONAL

RANGO	GRADO DE CORRELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.91 a +1.00	Correlación positiva muy fuerte

V DISCUSIÓN

El objetivo general fue Determinar el efecto que hay en la primera variable y segunda variable en la organización Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. Donde se usó como coeficiente del Rho de Spearman, con un nivel de confianza = 99% y un nivel de significancia = (0.00) <0.01, con un valor estadístico de Rho de Spearman = 0.733. Por lo tanto, se pudo afirmar que existe un efecto significativo entre la primera variable y segunda variable “Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC” 2021.

El resultado de la investigación de los objetos de estudio que son gestión logística y satisfacción al cliente de Sagastegui (2020) concordó considerablemente con la presente investigación, ya que su estudio confirmo correlación positiva muy fuerte mediante el coeficiente de Rho de Spearman, donde ($p < 0.05$) y $Rho = 0.910$. Se concluyó que hay relación en la primera variable con la segunda variable.

Asimismo, otras investigaciones como el de Fernández y Sánchez (2021) donde busco relación en las variables de estudio, señalo que en efecto si tiene relación ambas variables utilizando para hipótesis el coeficiente del Rho de Spearman, = 0.836, significa que el nivel de relación es positiva muy fuerte entre la primera y segunda variable.

Con respecto a las teorías relacionadas Mora (2016) nos explicó que buscar la mejora de la gestión logística en una organización abarca evaluar las necesidades de los consumidores con la finalidad de cumplir las expectativas estimadas.

Correspondiendo al primer objetivo específico fue identificar el nivel de la primera variable de la organización Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. De acuerdo a la información recogida de la encuesta empleada a los clientes de la organización, se utilizó una estadística descriptiva donde se obtuvo como mayor porcentaje que el 50.3% de los clientes que aplicaron la encuesta y percibieron que la primera variable está en un nivel malo, esto significa que la organización no posee bienes en buen estado, tiene proveedores poco fiables y no dispone de productos en reserva.

Aguirre y Cánova (2019), también tuvo en su investigación como objetivo específico identificar el nivel de la gestión logística de la organización Danko E.I.R.L. En su

investigación obtuvo como resultado que el mayor porcentaje que es el 59.90% de los clientes manifestaron que la primera variable tiene un nivel malo a regular. Comparando con el presente estudio se tuvo una respuesta parecida con respecto a la primera variable que maneja la organización Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC.

Relacionando la información que se obtuvo tanto de la presente investigación e investigaciones pasadas con las teorías relacionadas a la gestión logística según Ballou (2017), nos explicó que un buen nivel de gestión logística es un componente de valor agregado y factor de rentabilidad.

Referente al segundo objetivo fue identificar el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. De acuerdo a la información recogida de la encuesta empleada a los consumidores de la organización, se utilizó una estadística descriptiva donde se obtuvo que el mayor porcentaje de 55.2% de los clientes se sienten en un nivel insatisfecho con respecto al servicio que brinda la empresa.

Padilla y Ramos (2021) en su investigación también tuvo como objetivo específico identificar el nivel de la satisfacción al cliente de la organización Conesur SAC. En su investigación obtuvo como resultado que el mayor porcentaje que es el 41% de sus encuestados indicó que a veces no existe un buen nivel de su primera variable en la organización Conesur SAC. A comparación del presente estudio se pudo observar que los clientes no están recibiendo una buena satisfacción al cliente.

Kotler y Armstrong (2013) en su teoría nos explicó que lograr una buena satisfacción a los clientes evita que las empresas pierdan sus clientes, ya que estos no se van por costos altos sino por una mala atención.

Con respecto al tercer objetivo fue establecer el efecto que hay en la gestión de compra y la segunda variable de la empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC, Huaraz-2021. Para el análisis se usó el Rho de Spearman, con un nivel de confianza = 99% se observó que el nivel de significancia (0.00) <0.01, con un valor de Rho = 0.744. Según el grado de correlación se pudo decir que existió un efecto positivo considerable entre la gestión de compra y segunda

variable. Ese resultado reflejó que la empresa debe tener una buena gestión de compra, ya que está si afecta la satisfacción al cliente.

Calderón y Sánchez (2020), tuvieron como objetivo establecer la relación que hay entre la gestión de compras y la satisfacción al cliente de una empresa ferretera, Ucayali – 2019. Para su análisis uso el coeficiente del Rho = 0.873, se concluyó que hay una alta correlación positiva y directa en la gestión de compra y la satisfacción al cliente.

Heredia (2013) en su teoría nos explicó que al aplicar correctamente la gestión de compra la empresa tendrá buenos proveedores que abastecerán a la organización con productos de calidad y esto permitirá un buen proceso de compra.

Con respecto al cuarto objetivo fue analizar el efecto que existe hay en el almacenamiento y la segunda variable de la organización Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. También se usó el Rho de Spearman con un nivel de confianza = 99%, se observó que el nivel de significancia = (0.00) <0.01, con un valor estadístico de Rho de Spearman = 0.734, según la tabla el grado correlacional indica que existe un efecto positivo considerable entre el almacenamiento y la segunda variable.

Cobos y Veneros (2019) en su estudio tuvieron como objetivo general determinar si la gestión de almacén influyó en la satisfacción del cliente de la empresa. En su resultado afirmo que la primera variable tiene efecto muy significativo en la segunda variable de la organización. El Rho = 0.624, indicó que en las variables existe correlación. Por ende, comparando los resultados con la presente investigación se pudo confirmar que entre la primera variable y la segunda variable si existe relación.

Gómez (2013), indicó que la gestión de almacenamiento es pieza clave para la organización porque ayuda en la salida de la mercadería entre la demanda y la oferta, así mismo permite mantener los bienes en condiciones óptimas. Es por eso que hay relación directamente con la segunda variable.

Cómo quinto objetivo fue examinar el efecto que hay en la distribución y la segunda variable de la organización Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. Se usó el Rho de Spearman con un nivel de confianza del 99%, se observó que el nivel de significancia (0.00) <0.01, con un valor estadístico de

Rho de Spearman = 0.580. Según la tabla de grado correlacional se pudo decir que existe un efecto positivo considerable entre la distribución y la segunda variable.

Merino (2018) en su investigación examinó los resultados de su estudio y menciona mientras los canales de distribución son óptimos, la primera variable es muy buena en un 40%. Se puede decir que entre la gestión de distribución y la satisfacción al cliente si existe relación.

Inacap (2017) su teoría indicó que la distribución realiza la verificación del despacho de los bienes mediante actividades que se realizan desde la salida del producto hasta la entrega del consumidor. El buen proceso de distribución logra que el cliente cubra su necesidad y por ende se sienta conforme con el servicio.

Respecto a su metodología, el presente estudio fue un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, diseño no experimental - transversal correlacional. Para la obtención de la información se aplicó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario a una población muestral conformada por 143 clientes. Padilla y Ramos (2021) en su estudio también utilizó un enfoque cuantitativo, tipo correlacional y diseño no - experimental. Uso como instrumento el cuestionario a una muestra de 100 clientes.

Fernández y Sánchez (2021), tuvieron un estudio de tipo cuantitativa, de diseño no - experimental y de corte trasversal, empleo una encuesta a una muestra de 309. Se pudo afirmar que la metodología utilizada fue la correcta porque ayudo a establecer el efecto entre la primera y segunda variable tanto para las investigaciones citadas como para la presente investigación tuvieron como fortaleza que al aplicar dicha metodología permitió estudiar las variables sin ser manipuladas, así mismo permitió entender el problema y plantear una posible solución. En el estudio de Fernández y Sánchez se observó que aplicó una encuesta a una cantidad más alta de clientes a comparación de la presente investigación, por lo cual a través de su aplicación estadística determino que, si hay relación entre sus variables, resultado que también se obtuvo es esta investigación.

El presente estudio tuvo una metodología correctamente aplicada, ya que a comparación con otras investigaciones que utilizaron la misma metodología se tuvo un resultado favorable, confirmando la relación que hay entre las variables estudiadas.

VI. CONCLUSIONES

1. El objetivo general fue determinar el efecto que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Transporte, Minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. se llegó a la conclusión que si existe un efecto positivo considerable entre la gestión logística y satisfacción al cliente en la empresa Transporte, Minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC. Por lo cual se concluyó que el problema analizado al inicio de la investigación está afectando de forma directa en la satisfacción de los clientes de la organización.
2. El primer objetivo específico fue Identificar el nivel de gestión logística en la empresa Transporte, minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC Huaraz-2021. Se concluyó que el nivel de la primera variable de la organización “Transporte, Minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC” es mala ya que según las encuestas realizadas arrojó como mayor resultado que el 50.3% de los clientes refirieron que no existe un buen nivel de gestión logística, esto se da ya que los consumidores indican que en el momento oportuno no obtienen los productos que necesitan, no hay abastecimiento de productos, no hay una entrega rápida en sus solicitudes.
3. Se tuvo como segundo objetivo específico identificar el nivel de la satisfacción al cliente en la empresa Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC Huaraz-2021. Se concluyó también que el nivel de segunda variable de la organización “Transporte, Minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC”, según las encuestas realizadas arrojó como mayor resultado que el 55.2% de los clientes refirieron que se encuentran insatisfechos con el servicio que brinda la empresa, esto se debe a que los consumidores indican que no sienten confianza por parte de los trabajadores y que estos no están bien capacitados, así mismo que no tienen la disposición oportuna para responder a sus solicitudes.
4. Como siguientes objetivos específicos se tuvo determinar el efecto que existe entre la gestión de compra, gestión de almacén y distribución en la empresa Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC Huaraz-2021. mediante la aplicación del coeficiente de Rho de Spearman obteniendo como resultado 0.744, 0.734 y 0.580 respectivamente teniendo un efecto positivo considerable. Se concluyó que las dimensiones si afectan de manera directa la

satisfacción del cliente de la empresa “Transporte, Minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC”.

5. Se determinó el efecto de la primera variable con la segunda variable de la empresa Transporte, Minería y construcción Oncoy Ingenieros SAC, lo cual se tuvo como resultado un efecto positivo considerable = 0.733 en ambas variables, es decir que las deficiencias de su mala gestión logística como su mala gestión de compra en no tener buenos proveedores, su mala gestión de almacén en no tener stock de seguridad y en su mala distribución en no entregar a tiempo sus solicitudes está afectando la satisfacción al cliente, esto es perjudicial para empresa por que puede perder a sus clientes y esto baja su rentabilidad e incluso puede salir del mercado.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomendó de acuerdo a los resultados obtenidos al administrador de la empresa que se debe reunirse con las áreas encargadas que participan en las actividades de entrega de los bienes y servicio al consumidor que es el área de logística, almacén y del servicio al cliente, ya que al no haber trabajo en equipo y una buena comunicación están generando diferentes problemas que perjudican la satisfacción y expectativa de los consumidores.
2. Se recomendó encargado en el área logística de ver que se lleve a cabo capacitaciones constantes a sus colaboradores en cuanto a inventario, stock de seguridad y despacho para que realicen mejor sus actividades laborales y esto refleje un incremento en el nivel de la primera variable en la organización. Debido a hay faltantes de productos en el inventario, ya que no coincide con el reporte del área del almacén.
3. Se recomendó al área de logística realizar un estudio de los productos más demandados para el abastecer anticipado de la demanda de los consumidores, así también se recomienda al área logística realizar un estudio de proveedores para ser seleccionado y puedan brindar las solicitudes requeridas en menos tiempo y suministrar el almacén de forma pertinente y óptima. Se sugiere eficiencia en el proceso de compra, ya que no cumplen con el despacho de los bienes en los plazos acordados con los consumidores.
4. Se recomendó al encargado del área de ventas que programe capacitaciones sobre las funciones y uso de los productos que ofrece la organización para respondan las dudas y consultas de los consumidores. Se recomendó que esta área de un informe semanal al área logística de los productos demandados para que abastezcan el almacén.
5. Se recomendó al encargado que brindar el servicio de transporte y alquiler de maquinarias que capacite a sus operadores y conductores en el manejo adecuado de dichas unidades y en la implementación de seguridad, así como la responsabilidad de cumplir con sus horarios de trabajo para evitar retrasos en las entregas de las solicitudes del cliente y así lograr un óptimo servicio.

REFERENCIAS

- Aguirre Quezada, K. Y., & Cánova Meléndez, A. d. (2019). *Gestión logística y la satisfacción en los clientes de la empresa Proyectos e inversiones Danko E.I.R.L* , Nuevo Chimbote 2019.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40856/Cánova_MAR-Aguirre_QKY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Allauca Allauca, L. C. (2017). *Diseño de un modelo de gestión logística para la importación de los productos de la empresa comercializadora Allauca*.
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11752/1/52T00431.pdf>)
- AmericaEconomía.com . (14 de agosto de 2017). *Mala gestión de inventarios, una de las principales causas de quiebre de las PyMes*.
<https://www.americaeconomia.com/articulos/notas/mala-gestion-de-inventarios-una-de-las-principales-causas-de-quiebre-de-las-pymes>
- Andina Agencia Peruana de Noticias. (2020). Indecopi registro más de 21000 reclamos contra bancos y financieras.
<https://andina.pe/agencia/noticia-indecopi-registro-mas-21000-reclamos-contra-bancos-y-financieras-807413.aspx>
- AP News. (2021). *China: marcas extranjeras importan bienes de mala calidad*.
<https://apnews.com/article/noticias-6cad8d67aba84bace50f926e929f0bf1>
- Ballou, R. (2004). *Business logistics/supply management: planning, organizing, and controlling the supply chain 5th. ed.* EE.UU: Pearson Prentice Hall.

- BnAmericas. (8 de Noviembre de 2021). *Crisis logística global pasa la cuenta a las mineras*. <https://www.bnamericas.com/es/reportajes/crisis-logistica-global-pasa-la-cuenta-a-mineras-latinoamericanas>
- Calderón Lazo, A., & Sánchez Peña, Miller . (2020). *Gestión de compras y satisfacción al cliente en una empresa de ferretería, Ucayali 2019*. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/3059>
- Carrasco Fernández, S. (2013). *Gestión de la atención al clienteconsumidor*. Madrid:Paraninfo.
<https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428334594/uf0036---gestion-de-la-atencion-al-cliente-consumidor>
- CNN Economía. (2022). *Estas tiendas tienen demasiado inventario. Prepárate para los descuentos*. <https://cnnspanol.cnn.com/video/tiendas-exceso-inventario-descuentos-eeuu-target-walmart-bestbuy-pkg-cnn-dinero/>
- Cobos Cumpa, J. a., & Veneros Richarte, Melissa Katherine. (2019). *La gestión logística de almacén y su influencia en la satisfacción del cliente de la distribuidora Herich Motocross - Chimbote 2019*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40853/Cobos_CJA-Veneros_RMK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cruz Mecina Isidro Roberto. (2013). *importancia de la calidad de servicio al cliente, un pilar en la gestion empesarial* . itson.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51965/Carrillo_FLA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

El Comercio. (2017). El 60% de la compra se define con un buen servicio al cliente.

<https://elcomercio.pe/economia/dia-1/60-compra-define-buen-servicio-cliente-noticia-457187-noticia/>

Fernández Cano, R. L., & Sanchez Valencia, Aquímidés Jesús. (2021). *Gestión logística y satisfacción en los clientes de la empresa CIMEDISA IMPORT S.A.C.*

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83810/Fern%C3%A1ndez_CRL-S%C3%A1nchez_VAJ-SD.pdf?sequence=1

Gestión. (2019). *El 82% de la rentabilidad depende de los colaboradores.*

<https://gestion.pe/economia/management-empleo/82-rentabilidad-empresarial-depende-colaboradores-255913-noticia/>

Gestión. (25 de Abril de 2022). *Empresas con problemas para retener personal del sector logístico: 6 perfiles más demandados.*

<https://gestion.pe/economia/management-empleo/empresas-con-problemas-para-retener-personal-del-sector-logistico-seis-perfiles-mas-demandados-noticia/?ref=gesr>

Gestión. (5 de ABRIL de 2022). *Encuesta al sector logística: principal problema son los trámites excesivos en controles aduaneros.*

<https://gestion.pe/economia/empresas/encuesta-al-sector-logistica-principal-problema-son-los-tramites-excesivos-en-controles-aduaneros-noticia/?ref=gesr>

- Gómez, J. (2013). *Gestión logística y comercial* . España: McGraw-Hill.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24486/Gutierrez%20Rosado%2c%20Moises%20Leodan.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Heredia, N. (2013). *Gerencia de compras* . Colombia : Ecoe Ediciones.
- INACAP. (2017). *Logística y distribución*. Chile: Edición Irarrázaval.
<https://valparaiso.redfuturotecnico.cl/wp-content/uploads/2020/08/logistica-y-distribucion.pdf>
- INNOVAR. (2005). *Ciencias administrativas y sociales*. Colombia: Edicion Jair .
doi:<https://doi.org/10.14482/pege.40.8809>
- Jochen Wirtz, C. L. (2009). *Marketing de servicios*. Pearson education.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85757/Ramos_PEN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kotler, P. (2013). *Fundamentos del marketing*. México: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing* (Pearson Educación ed.). España: Pearson Educación.
<https://www.marcialpons.es/libros/direccion-de-marketing/9786073237000/>
- Lacalle, G. (2013). *Gestión logística y comercial*. Editex.
- Ladrón, M. (2020). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Tutor Formación.
- Lara Delgado, C. R. (2018). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017*.
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1238/TITULO%20->

%20Lara%20Delgado%2c%20Carolina%20Romina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Merino Blas, J. M. (2018). *Gestión logística y satisfacción del cliente en la empresa Tai Loy S.A*, Cajamarquilla 2018.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37066/Merino_BJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Miño Contreras, J. A. (2017). *Determinar los factores del servicio al cliente que influyen en la satisfacción al cliente, su evaluación en el Hotel Sheraton*.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/40468>

Mora Garcia, L. (2016). *Gestión logística integral las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. Bogotá: Segunda Edición.
https://books.google.com.pe/books?id=jXs5DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Mora, L. (2012). *Indicadores de la gestión logística*. Colombia : Ecoe Ediciones .

Moya Albiol, L. (2016). *La empatía en la empresa*. España: España. Obtenido de
https://www.onsoluciones.com/empatia_en_atc/

Padilla Bautista, K. S., & Ramos Torres, C. C. (2021). *Gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa CONESUR S.A.C Ica 2021*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85749/Padilla_BKS-Ramos_TCC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Parasuraman, P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implication for future research (SEVQUAL)*. Journal of marketing.

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1582/1/TL_SaavedraGuaniloAlejandra.pdf

Pinto Terán, E. A. (2021). *Propuesta de un modelo de gestión de logística verde, csdo de estudio Cooperativa de transporte pesado*.
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/15169/1/112T0197.pdf>

Quintero Caicedo, A. K., & Sotomayor Sellan, Jomayra Madeleine . (2018). *Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramacoexpress Cía.Ltda*.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28590/1/TESIS%20Quintero-Sotomayor.pdf>

Rivera Benavente, G. N., & Prado Caja, R. S. (2021). *Gestión logística para incrementar la satisfacción a los clientes en la empresa minera, Moquegua 2021*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65404/Rivera_BGN-Prado_CRS-SD.pdf?sequence=1

Rivera Reyes, S. (2019). *La calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes*.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>

Sagastegui Aguilar, D. O. (2019). *La gestión logística y su relación con la satisfacción del cliente de una empresa comercializadora de autopartes para carrocerías, Trujillo 2019*.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27139/Sagastegui%20Aguilar%2c%20Denia%20Otilia.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Sarache Castro, W. A., & Cordova Alzate, C. A. (2016). La Logística del transporte: un elemento estratégico en el desarrollo agroindustrial. Colombia: Artes Gráficas Tizan Ltda. Manizales, Caldas, Colombia.

ANEXO

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Fecha: 09/05/2022.

Estimado cliente reciba un cordial saludo, el presente cuestionario es anónimo y forma parte de una investigación referida a la **“Gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC – 2021”** quiero solicitarle de forma muy encarecida su cooperación para que responda las interrogantes, que no le va acarrear mucho tiempo; cabe resaltar que sus respuestas serán confidenciales, ya que, las opiniones de todos los encuestados son el sustento de la tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. Y jamás se va a divulgar la información proporcionada.

INSTRUCCIONES: Señale con un aspa (**X**) sobre el recuadro de la alternativa de respuesta que crea más indicada para cada uno de los enunciados propuestos. Agradezco responder objetivamente a fin de que se pueda lograr los objetivos de la investigación

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

GESTIÓN LOGÍSTICA						
N°	Ítems	Alternativas				
	<u>Gestión de compra</u>					
	Calidad del producto					
1	Considera que la calidad de los productos adquiridos en la empresa es buena.	1	2	3	4	5
2	Considera usted que sus pedidos son correctamente generados	1	2	3	4	5
	Tiempo de entrega					
3	Sus pedidos realizados a la empresa son entregados en la fecha solicitada	1	2	3	4	5

4	Usualmente se presenta retrasos en sus pedidos.	1	2	3	4	5
	Costos					
5	Los precios de los producto o servicio son elevados	1	2	3	4	5
6	La empresa aplica algún tipo de descuento por su compra o adquisición del servicio.	1	2	3	4	5
	Volumen de compra					
7	Al adquirir los productos de la empresa, usted encuentra la cantidad solicitada	1	2	3	4	5
	Proveedores					
8	Considera usted que los productos adquiridos en la empresa son originales	1	2	3	4	5
9	Considera usted que la empresa tiene proveedores confiables que al momento de solicitar un requerimiento llegara en la fecha coordinada.	1	2	3	4	5
	Documentación					
10	La empresa le brinda algún tipo de comprobante al momento de adquirir un producto o servicio.	1	2	3	4	5
11	Al momento de solicitar un requerimiento o cotización, considera que la empresa se lo brinda de manera inmediata.	1	2	3	4	5
	<u>Almacenamiento</u>					
	Espacio disponible					
12	Considera que la empresa cuenta con el espacio adecuado para el orden de sus productos y sus unidades	1	2	3	4	5
	Despacho					
13	Considera que la entrega de sus productos o servicios son verificados antes de ser entregados	1	2	3	4	5
14	La empresa con qué frecuencia comete errores al momento de la entrega de sus productos y servicios	1	2	3	4	5
	Stock de seguridad					
15	Considera que la empresa cuenta con reserva de productos en caso de requerir una nueva solicitud de compra o solucionar algún inconveniente presentado	1	2	3	4	5
	Inventario					
16	Considera que la empresa frecuentemente satisface a toda su demanda o tiene déficit de su inventario	1	2	3	4	5
17	Considera que la empresa supervisa o lleva un control de su inventario para abastecer su almacén	1	2	3	4	5
	<u>Distribución</u>					
	Cumplimiento de entrega					
18	Considera que el tiempo de entrega de los productos es el adecuado.	1	2	3	4	5
19	Con que frecuencia el retraso del cumplimiento de entrega de su requerimiento afecta su rentabilidad	1	2	3	4	5

	Recepción					
20	La empresa se comunica para verificar el estado de la recepción del producto.	1	2	3	4	5
	Transporte					
21	Considera que la empresa cuenta con el medio de transporte adecuado para trasladar el producto o servicio requerido	1	2	3	4	5
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
N°	Ítems	Alternativas				
	<u>Elementos tangibles</u>					
	Instalaciones					
1	Las instalaciones físicas de la empresa son cómodas, visualmente atractivas y poseen un aspecto limpio.	1	2	3	4	5
	Equipo					
2	La empresa cuenta con equipos modernos y funcionales para brindarle un buen servicio.	1	2	3	4	5
	Apariencia del personal					
3	Considera usted que los operadores están identificados con la empresa.	1	2	3	4	5
4	Visualiza usted que la atención de los operadores de maquinaria es amable	1	2	3	4	5
	<u>Fiabilidad</u>					
	Capacidad del personal					
5	La empresa cuenta con personal capacitado para brindar un buen servicio.	1	2	3	4	5
	<u>Capacidad de respuesta</u>					
	Agilidad del trabajo					
6	Los trabajadores de la empresa están capacitados y a disposición para ayudarles a resolver inconvenientes en un tiempo adecuado.	1	2	3	4	5
	Disposición					
7	Los trabajadores disponen del tiempo necesario para responder oportunamente a las solicitudes de sus usuarios.	1	2	3	4	5
	<u>Seguridad</u>					
	Confianza					
8	Los trabajadores de la empresa inspiran confianza a sus usuarios mediante los procedimientos y actividades que realizan.	1	2	3	4	5
	Servicio					
9	Los trabajadores de la empresa tienen conocimiento suficiente para responder a los usuarios de forma clara y precisa.	1	2	3	4	5
	<u>Empatía</u>					

	Atención individualizada					
10	Los trabajadores de la empresa conocen las necesidades de sus usuarios y brindan una atención individualizada.	1	2	3	4	5
	Comunicación					
11	Los trabajadores de la empresa informan con precisión a sus usuarios cuándo se llevará a cabo cada servicio.	1	2	3	4	5

Anexo 3. Cálculo de Confiabilidad

Confiabilidad del instrumento de gestión logística

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.921	21

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	53.2000	251.956	.794	.913
VAR00002	53.4000	237.156	.909	.909
VAR00003	53.2000	240.622	.908	.910
VAR00004	52.9000	306.544	-.494	.941
VAR00005	53.1000	304.544	-.559	.937
VAR00006	53.1000	236.767	.897	.909
VAR00007	52.2000	246.178	.960	.910
VAR00008	53.3000	245.789	.907	.911
VAR00009	53.1000	234.100	.958	.908
VAR00010	52.3000	260.456	.518	.919
VAR00011	52.6000	249.378	.812	.913
VAR00012	53.2000	248.844	.883	.912
VAR00013	53.2000	248.844	.883	.912
VAR00014	53.7000	306.011	-.915	.935
VAR00015	52.3000	251.567	.900	.912
VAR00016	53.1000	236.767	.897	.909
VAR00017	52.3000	251.567	.900	.912
VAR00018	53.3000	245.789	.907	.911
VAR00019	52.9000	310.767	-.775	.939
VAR00020	52.8000	248.400	.790	.913
VAR00021	52.8000	248.400	.790	.913

Interpretación: se observa el resultado del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach del cuestionario de gestión logística, que determina la consistencia

interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés; es decir, detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, se aplicó una muestra piloto a 10 clientes con características similares a la muestra, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de $\alpha=0.921$, concluyendo que el cuestionario presenta confiabilidad por consistencia interna y puede aplicarse a los participantes de la muestra.

Confiabilidad del instrumento de satisfacción del cliente

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.980	11

Estadísticas de total de elemento

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00022	24.6000	145.600	.891	.978
VAR00023	24.3000	143.567	.925	.977
VAR00024	24.3000	149.344	.782	.981
VAR00025	24.6000	136.044	.916	.978
VAR00026	24.8000	142.400	.881	.978
VAR00027	24.9000	146.989	.873	.978
VAR00028	24.8000	145.067	.928	.977
VAR00029	24.8000	142.178	.889	.978
VAR00030	24.6000	138.267	.949	.976
VAR00031	24.6000	139.822	.898	.978
VAR00032	24.7000	140.456	.939	.977

Interpretación: se observa el resultado del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach del cuestionario de satisfacción del cliente, que determina la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés; es decir, detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, se aplicó una muestra piloto a 10 clientes con características similares a la muestra, obtuvo un

coeficiente de confiabilidad de $\alpha=0.980$, concluyendo que el cuestionario presenta confiabilidad por consistencia interna y puede aplicarse a los participantes de la muestra.

Anexo 4. Matrices de validez



MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: Gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa “Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC” Huaraz–2021.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					XCRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEMS		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN LOGÍSTICA	Gestión de compra	Calidad de producto	1 y 2						X		X		X		X		
		Tiempo de entrega	3 y 4								X		X		X		
		Costos	5 y 6								X		X		X		
		Volumen de compra	7								X		X		X		
		Proveedores	8 y 9								X		X		X		
		Documentación	10 y 11								X		X		X		
	Almacenamiento	Espacio disponible	12						X		X		X		X		
		Despacho	13 y 14								X		X		X		
		Stock de seguridad	15								X		X		X		
		Inventario	16 y 17								X		X		X		
Distribución	Cumplimiento de entrega	18 y 19						X		X		X		X			
	Recepción	20								X		X		X			



		Transporte	21								X		X		X		
SATISFACCIÓN AL CLIENTE	Elementos tangibles	Instalaciones	1							X		X		X			
		Equipo	2									X		X		X	
		Apariencia personal	3 y 4									X		X		X	
	Fiabilidad	Capacidad del personal	5							X		X		X		X	
	Capacidad de respuesta	Agilidad de trabajo	6							X		X		X		X	
		Disposición	7									X		X		X	
	Seguridad	Confianza	8							X		X		X		X	
		Servicio	9									X		X		X	
	Empatía	Atención individualizada	10							X		X		X		X	
		Comunicación	11									X		X		X	

Mba. Montenegro Príncipe Luis Junior

DNI: 43978959



RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario sobre gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

OBJETIVO: Establecer el efecto que existe entre la gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

DIRIGIDO A: Los clientes de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DE EVALUADOR: Montenegro Príncipe Luis Junior

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Magister en Administración y Negocios

Mba. Montenegro Príncipe Luis Junior

DNI: 43978959



MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: Gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa "Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC" Huaraz-2021.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACION ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCION DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN LOGÍSTICA	Gestión de compra	Calidad de producto	1 y 2						X		X		X		X		
		Tiempo de entrega	3 y 4						X		X		X		X		
		Costos	5 y 6						X		X		X		X		
		Volumen de compra	7						X		X		X		X		
		Proveedores	8 y 9						X		X		X		X		
		Documentación	10 y 11						X		X		X		X		
	Almacenamiento	Espacio disponible	12						X		X		X		X		
		Despacho	13 y 14						X		X		X		X		
		Stock de seguridad	15						X		X		X		X		
		Inventario	16 y 17						X		X		X		X		
	Distribución	Cumplimiento de entrega	18 y 19						X		X		X		X		
Recepción		20						X		X		X		X			

		Transporte	21						X		X		X		X			
SATISFACCIÓN AL CLIENTE	Elementos tangibles	Instalaciones	1						X		X		X		X			
		Equipo	2						X		X		X		X			
		Apariencia personal	3 y 4							X		X		X		X		
	Fiabilidad	Capacidad del personal	5						X		X		X		X			
	Capacidad de respuesta	Agilidad de trabajo	6							X		X		X		X		
		Disposición	7							X		X		X		X		
	Seguridad	Confianza	8							X		X		X		X		
		Servicio	9							X		X		X		X		
	Empatía	Atención individualizada	10							X		X		X		X		
		Comunicación	11							X		X		X		X		



Dr. Freddy W. Castillo Palacios
 M.C. UNIC DE CULEU. 11° 843

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario sobre gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

OBJETIVO: Establecer el efecto que existe entre la gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

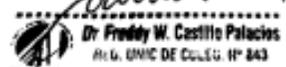
DIRIGIDO A: Los clientes de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DE EVALUADOR: Dr. Freddy William Catillo Palacios

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Doctor en Ciencias Administrativas

Dr. Freddy W. Castillo Palacios
REG. ONIC DE COLEG. Nº 843

DNI: 02842237

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: Gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa "Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC" Huaraz-2021.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEMS		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN LOGÍSTICA	Gestión de compra	Calidad de producto	1 y 2						X		X		X		X		
		Tiempo de entrega	3 y 4						X		X		X		X		
		Costos	5 y 6						X		X		X		X		
		Volumen de compra	7						X		X		X		X		
		Proveedores	8 y 9						X		X		X		X		
		Documentación	10 y 11						X		X		X		X		
	Almacenamiento	Espacio disponible	12						X		X		X		X		
		Despacho	13 y 14						X		X		X		X		
		Stock de seguridad	15						X		X		X		X		
		Inventario	16 y 17						X		X		X		X		
	Distribución	Cumplimiento de entrega	18 y 19						X		X		X		X		
Recepción		20						X		X		X		X			

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
		Transporte	21						X		X		X		X		
SATISFACCIÓN AL CLIENTE	Elementos tangibles	Instalaciones	1						X		X		X		X		
		Equipo	2						X		X		X		X		
		Apariencia personal	3 y 4						X		X		X		X		
	Fiabilidad	Capacidad del personal	5						X		X		X		X		
	Capacidad de respuesta	Agilidad de trabajo	6						X		X		X		X		
		Disposición	7						X		X		X		X		
	Seguridad	Confianza	8						X		X		X		X		
		Servicio	9						X		X		X		X		
	Empatia	Atención individualizada	10						X		X		X		X		
		Comunicación	11						X		X		X		X		

Ericka J. Suysay
Dra. Ericka J. Suysay Chambergo
REGUC 13374 - CLAD

DNI: 45361468

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario sobre gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

OBJETIVO: Establecer el efecto que existe entre la gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

DIRIGIDO A: Los clientes de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC, Huaraz-2021.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DE EVALUADOR: SUYSUY CHAMBERGO ERICKA JULISSA

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTORA EN GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD


Dra. Ericka J. Suysuy Chambergo
REGUC 13374 - CLAD

DNI: 45361468

Anexo 5. Tabla de Operacionalización de las Variables.

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable x: Gestión Logística	Según Sarache y Cardona (2016): Define en operar, planificar, y descubrir oportunidades para mejorar el proceso del movimiento de los servicios, bienes, información y dinero, así también opera como un enlace entre la distribución, abastecimiento, cliente final o la distribución, asimismo su objetivo es de satisfacer la demanda, aprovechando la oportunidad y calidad al menor costo para la organización. (p. 7).	La gestión logística opera mediante la implementación, planificación, y control de salida de inventario de manera eficiente desde el punto inicial hasta el punto de consumo. Medida a través de sus dimensiones: gestión de compra, almacenamiento y distribución	Gestión de compra	Calidad del producto	Ordinal Con respuestas en escala de Likert.
				Tiempo de entrega	
				Costos	
				Volumen de compra	
				Proveedores	
				Documentación	
			Almacenamiento	Espacio disponible	
				Despacho	
				Stock de seguridad	
				Inventario	
			Distribución	Cumplimiento de entrega	
				Recepción	
Transporte					
Variable Y: Satisfacción del cliente.	Según Kotler (2013), “La satisfacción del cliente es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta al comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. (p. 14).	La satisfacción del cliente opera mediante el cumplimiento de las expectativas del consumidor por adquirir un bien o servicio prestado por la organización. Medida a través de sus dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía mediante.	Elementos tangibles	Instalación	Ordinal Con respuestas en escala de Likert.
				Equipo	
				Apariencia del personal	
			Fiabilidad	Capacidad del personal	
			Capacidad de respuesta	Agilidad del trabajo	
				Disposición	
			Seguridad	Confianza	
				Servicio	
			Empatía	Atención individualizada	
				Comunicación	

Anexo 6. Tabla de Matriz de Consistencia

Título: “Gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC”, Huuaraz-2021.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	UNIDAD DE ANÁLISIS Y PLAN DE MUESTREO	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es el efecto que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cuál es el efecto que existe entre la gestión de compra y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021?</p> <p>¿Cuál es el efecto que existe el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021?</p> <p>¿Cuál es el efecto que existe entre la distribución y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar el efecto que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Establecer el efecto que existe entre la gestión de compra y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021.</p> <p>Analizar el efecto que existe entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021.</p> <p>Examinar el efecto que existe la distribución y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe un efecto significativo entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>Existe un efecto significativo entre la gestión de compra y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021.</p> <p>Existe un efecto significativo entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021.</p> <p>Existe un efecto significativo entre la distribución y la satisfacción del cliente en la empresa “Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021.</p>	<p>Unidad de análisis</p> <p>“Transporte, minería y construcción ONCOY Ingenieros SAC” 2021.</p> <p>Plan de muestreo</p> <p>Censal.</p>	<p>Enfoque</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Nivel</p> <p>Correlacional</p> <p>Diseño</p> <p>No experimental – Transversal</p>

Anexo 7. Carta de autorización de la empresa



TRAMINCO INGENIEROS SAC

RUC: 20408148929

CARTA DE AUTORIZACIÓN

La empresa Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros S.A.C., con RUC: 20408148929.

Presente. -

Por este medio se autoriza a las estudiantes de la Universidad César Vallejo perteneciendo al X ciclo de la escuela de Ciencias Empresariales, de la carrera profesional en Administración de Empresas:

1. Gomero Reynalte Mariluz Zuleima, identificada con DNI 71532405
2. Silva Valladares Cecilia Isabel, identificada con DNI 47633273

Para la recolección de datos para su investigación titulada: **“Gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa “Transporte, Minería y Construcción Oncoy Ingenieros SAC” Huaraz–2021”**

Se expide el presente documento solicitado, para los fines que crea conveniente.

Huaraz, 02 de mayo del 2022

Atentamente,

TRAMINCO
INGENIEROS S.A.C.
CPC. Eissel Oncoy T.
GERENTE GENERAL

Anexo 8. Muestra piloto en Excel

Sujetos	GESTIÓN LOGÍSTICA																			SATISFACCIÓN DEL CLIENTE												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	4	5	5	2	2	4	5	4	4	4	5	4	4	1	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
2	2	1	2	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	3	1	1	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
3	4	4	4	1	1	5	5	4	5	4	4	4	4	1	5	5	5	4	1	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3
4	1	1	2	5	4	2	3	2	2	4	3	2	2	2	3	2	3	2	4	2	2	1	2	3	1	1	1	1	1	2	2	2
5	2	2	1	3	3	1	3	1	2	4	3	1	1	2	3	1	3	1	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1
6	2	1	2	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	3	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
7	4	4	4	1	1	5	5	4	5	4	4	4	4	1	5	5	5	4	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
8	2	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	2	2	2	3	1	3	1	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5
9	1	1	2	5	4	2	3	2	2	4	3	2	2	2	3	2	3	2	4	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
10	2	2	1	3	3	1	3	1	2	4	3	1	1	2	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3

Anexo 9. Cuestionario en Google Forms

GESTIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE EMPRESA ONCOY INGENIEROS SAC

Estimado cliente reciba un cordial saludo, el presente cuestionario es anónimo y forma parte de una investigación referida a la "Gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC – 2021" quiero solicitarle de forma muy encarecida su cooperación para que responda las interrogantes, que no le va acarrear mucho tiempo; cabe resaltar que sus respuestas serán confidenciales, ya que, las opiniones de todos los encuestados son el sustento de la tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. Y jamás se va a divulgar la información proporcionada.

1. Considera que la calidad de los productos adquiridos en la empresa es buena. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

2. Considera usted que sus pedidos son correctamente generados *

- Nunca
- Casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

3. Sus pedidos realizados a la empresa son entregados en la fecha solicitada *

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

4. Usualmente se presenta retrasos en sus pedidos. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

17 Considera que la empresa supervisa o lleva un control de su inventario para abastecer su almacén

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

18 Considera que el tiempo de entrega de los productos es el adecuado.

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

19 Con que frecuencia el retraso del cumplimiento de entrega de su requerimiento afecta su rentabilidad

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

20 La empresa se comunica para verificar el estado de la recepción del producto.

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

5. Los precios de los producto o servicio son elevados *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

6 La empresa aplica algún tipo de descuento por su compra o adquisición del servicio. *

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

7 Al adquirir los productos de la empresa, usted encuentra la cantidad solicitada *

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

8 Considera usted que los productos adquiridos en la empresa son originales *

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre

9 Considera usted que la empresa tiene proveedores confiables que al momento de solicitar un requerimiento llegara en la fecha coordinada.

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

10 La empresa le brinda algún tipo de comprobante al momento de adquirir un producto o servicio.

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

21 Considera que la empresa cuenta con el medio de transporte adecuado para trasladar el producto o servicio requerido

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

22. Las instalaciones físicas de la empresa son cómodas, visualmente atractivas y poseen un aspecto limpio.

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

23 La empresa cuenta con equipos modernos y funcionales para brindarle un buen servicio.

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre

24 Considera usted que los operadores están identificados con la empresa.

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

25. Visualiza usted que la atención de los operadores de maquinaria es amable ¹

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

26. La empresa cuenta con personal capacitado para brindar un buen servicio.

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

11 Al momento de solicitar un requerimiento o cotización, considera que la empresa se lo brinda de manera inmediata.

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

12 Considera que la empresa cuenta con el espacio adecuado para el orden de sus productos y sus unidades

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

13 Considera que la entrega de sus productos o servicios son verificados antes de ser entregados

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

14 La empresa con qué frecuencia comete errores al momento de la entrega de sus productos y servicios

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

15 Considera que la empresa cuenta con reserva de productos en caso de requerir una nueva solicitud de compra o solucionar algún inconveniente presentado

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

16 Considera que la empresa frecuentemente satisface a toda su demanda o tiene déficit de su inventario

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

27. Los trabajadores de la empresa están capacitados y a disposición para ayudarles a resolver inconvenientes en un tiempo adecuado.

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

28. Los trabajadores disponen del tiempo necesario para responder oportunamente a las solicitudes de sus usuarios.

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

29. Los trabajadores de la empresa inspiran confianza a sus usuarios mediante los procedimientos y actividades que realizan.

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

30. Los trabajadores de la empresa tienen conocimiento suficiente para responder a los usuarios de forma clara y precisa.

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

31. Los trabajadores de la empresa conocen las necesidades de sus usuarios y brindan una atención individualizada.

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

32. Los trabajadores de la empresa informan con precisión a sus usuarios cuándo se llevará a cabo cada servicio.

- nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LINARES CAZOLA JOSE GERMAN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa "Transporte, Minería y Construcción ONCOY Ingenieros SAC" Huaraz–2021", cuyos autores son SILVA VALLADARES CECILIA ISABEL, GOMERO REYNALTE MARILUZ ZULEIMA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

CHIMBOTE, 17 de Junio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LINARES CAZOLA JOSE GERMAN DNI: 31674876 ORCID: 0000-0002-7394-362X	Firmado electrónicamente por: JLINARESCA el 05- 07-2022 10:31:56

Código documento Trilce: TRI - 0308070