



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Impacto del proceso de distribución en la calidad de servicio en una
empresa de cosméticos, 2022

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

AUTORA:

Bardalez Magallanes, Midori Anabell (orcid.org/.0000-0002-1510-9426)

ASESORA:

Mg. Huamani Cajaleon, Diana Lucila (orcid.org/.0000-0001-8879-3575)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis padres por ser siempre el soporte y darme todo el apoyo necesario durante todas las etapas de mi vida.

Agradecimiento

A Dios, a mis docentes de la Universidad César Vallejo por la formación universitaria y transmitirme sus conocimientos académicos y experiencias.

Índice de contenidos

| | Pág. |
|--|------|
| Carátula | I |
| Dedicatoria | II |
| Agradecimiento | III |
| Índice de contenidos | IV |
| Índice de tablas | V |
| Índice de gráficos y figuras | VI |
| Resumen | VII |
| Abstract | VIII |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 5 |
| III. METODOLOGÍA | 11 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 11 |
| 3.2. Variables y operacionalización | 12 |
| 3.3. Población, muestra y muestreo, unidad de análisis | 14 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 14 |
| 3.5. Procedimientos | 16 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 16 |
| 3.7. Aspectos éticos | 17 |
| IV. RESULTADOS | 18 |
| V. DISCUSIÓN | 35 |
| VI. CONCLUSIONES | 42 |
| VII. RECOMENDACIONES | 44 |
| REFERENCIAS | 46 |
| ANEXOS | |

Índice de tablas

| | Pág. |
|--|------|
| Tabla 1: <i>Pruebas de normalidad para las variables y dimensiones</i> | 29 |
| Tabla 2: <i>Prueba de Chi cuadrado de Pearson del proceso de distribución y la calidad de servicio</i> | 30 |
| Tabla 3: <i>Pruebas de Chi cuadrado de Pearson de la hipótesis específicas (unificadas)</i> | 31 |
| Tabla 4: <i>Prueba de bondad de ajuste del proceso de distribución en la calidad de servicio</i> | 32 |
| Tabla 5: <i>Pseudo coeficiente de determinación del proceso de distribución y la calidad de servicio</i> | 32 |
| Tabla 6: <i>Estimaciones de parámetros del proceso de distribución y la calidad de servicio</i> | 33 |
| Tabla 7: <i>Estimaciones de parámetro de las dimensiones de la variable proceso de distribución y la calidad de servicio</i> | 34 |

Índice de figuras

| | Pág. |
|---|------|
| <i>Figura 1: Género de los encuestados</i> | 18 |
| <i>Figura 2: Porcentaje de la dimensión procesamiento de pedidos.</i> | 19 |
| <i>Figura 3: Porcentaje de la dimensión transporte de mercancía .</i> | 20 |
| <i>Figura 4: Porcentaje de la dimensión almacenamiento</i> | 21 |
| <i>Figura 5: Porcentaje de la dimensión control de inventarios</i> | 22 |
| <i>Figura 6: Porcentaje de la dimensión servicio al cliente</i> | 23 |
| <i>Figura 7: Porcentaje de la dimensión fiabilidad</i> | 24 |
| <i>Figura 8: Porcentaje de la dimensión capacidad de repuesta</i> | 25 |
| <i>Figura 9: Porcentaje de la dimensión seguridad</i> | 26 |
| <i>Figura 10: Porcentaje de la dimensión empatía</i> | 27 |
| <i>Figura 11: Porcentaje de la dimensión elementos tangibles</i> | 28 |

RESUMEN

La globalización está causando en las organizaciones una búsqueda constante de competitividad, en ese sentido urgen implementar herramientas que contribuyan con el desarrollo de las organizaciones, siendo el proceso de distribución una alternativa de solución, esta investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia del proceso de distribución en la calidad de servicios una empresa de cosméticos, 2022.

Esta investigación fue de enfoque cuantitativo, aplicada, de nivel correlacional causal, de diseño no experimental y transversal. Para la recopilación de datos se utilizó la técnica de la encuesta cuyos instrumentos fueron dos cuestionarios con su respectiva validez y confiabilidad, para el Proceso de distribución el Alfa de Cronbach = 0.952 y para la calidad de servicios el Alfa de Cronbach = 0.898. Para la prueba de hipótesis se aplicó el estadígrafo Chi cuadrado de Pearson y regresión logística ordinal, cuyos resultados fueron: Chi cuadrado de Pearson = 78.841 con un nivel de Sig. 0,000 < 0,05; razón de verosimilitud Chi-cuadrado con un p-valor = 0,000<0,05; y el coeficiente de determinación R^2 Nagelkerke (0,49). Se concluyó que existe evidencia que el proceso de distribución influye significativamente sobre la calidad de servicios una empresa de cosméticos, 2022.

Palabras clave: Almacenamiento, control de inventarios, distribución, empatía, confiabilidad.

ABSTRACT

Globalization is causing in organizations a constant search for competitiveness, in that sense it is urgent to implement tools that contribute to the development of organizations, being the distribution process an alternative solution, this research had as general objective to determine the influence of the distribution process in the quality of services in a cosmetics company, 2022.

This research has a quantitative approach, applied, causal correlational level, non-experimental and cross-sectional design. For data collection, the survey technique was used, whose instruments were two questionnaires with their respective validity and reliability, for the distribution process Cronbach's Alpha = 0.952 and for the quality of services Cronbach's Alpha = 0.898 For hypothesis testing, Pearson's Chi-square statistic and ordinal logistic regression were applied, whose results were: Pearson's Chi-square = 78.841 with a Sig. level $0.000 < 0.05$; Chi-square likelihood ratio with a p-value = $0.000 < 0.05$; and the coefficient of determination R^2 Nagelkerke (0.49), It was concluded that there is evidence that the distribution process significantly influences the quality of services a cosmetics company, 2022.

Keywords: Warehousing, inventory control, distribution, empathy, reliability.

I. INTRODUCCIÓN

de la competitividad, pues actualmente el mercado exige en las organizaciones diferentes estrategias en sus procesos de distribución que permitan desarrollar niveles óptimos de: eficiencia, eficacia, dinamismo, creatividad, agilidad y flexibilidad, rasgos que permitan elevar los niveles de competitividad y calidad de servicio, lo cual finalmente pretende contribuir con la sustentabilidad del negocio (Pinheiro et al., 2017).

Por otro lado, la existencia de una empresa dentro del mercado, dependerá mucho de su capacidad de captar y retener clientes. Si la organización ofrece un mejor producto o servicio que sus competidores, tendrá una ventaja competitiva. En ese sentido, la calidad del servicio se transforma en una herramienta estratégica la cual asegura la ventaja competitiva (Arellano, 2017).

Con respecto al contexto internacional, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2019) publicó lo siguiente: la digitalización y las innovaciones tecnológicas del nuevo siglo están cambiando radicalmente la logística. Las modificaciones en los sistemas de producción y distribución de materias primas requieren una alta sincronización de los procesos logísticos en tiempo real. Para ello, el sistema logístico emergente se refiere a la interconexión de información, optimización de tiempo y recursos. La administración y el intercambio de datos entre los integrantes de la cadena logística se convierte en una importante fuente de innovación que acerca las necesidades de los clientes al desarrollo de servicio de calidad ([CEPAL], 2019).

A nivel nacional Loli et al. (2015), con la apertura de los mercados, la globalización económica (libre mercado, las nuevas tecnologías, libre competencia) han sorprendido a las empresas productoras de bienes y servicios, que no están preparadas para enfrentar nuevos desafíos y mucho competir con quienes no solo brindan un buen producto, pero también es importante que brinden un buen servicio. Es por ello que es fundamental que todas las organizaciones desarrollen estrategias que les permitan elevar sus niveles de servicio de calidad.

A nivel local, este estudio se ejecutó en el área de despacho de una organización del sector cosméticos, pues a raíz de la pandemia Covid, hubo muchas restricciones y demoras en el despacho de productos, esto afecto

negativamente a los procesos, pues se generaron retrasos en la entrega de pedidos hacia los clientes.

La trayectoria de la empresa de cosméticos, que actualmente es la mayor empresa multinacional de cosmético en Brasil, comenzó en 1969, cuando Luiz Seabra abrió una tienda en São Paulo. Desde ese entonces inicio la construcción de una empresa con la misión de brindar relaciones felices y armoniosas consigo mismo, con los demás y la naturaleza, Con Sedes en Argentina, Chile, Colombia, EE.UU, Francia, México, Perú y Malasia, los productos de la marca se encuentran disponibles con los Consultores, a través del comercio electrónico, la empresa brasilera para el 2021 ya contaba con alrededor de 50.000 asesores digitales, como parte de una estrategia omnicanal y venta directa mejorada. Su director general, Eduardo Eiger, habla sobre cómo se están adaptando y como planean volver al crecimiento a doble dígito.

Con respecto a lo anterior se suma la falta de organización en los procesos de distribución, específicamente en el procesamiento de pedidos hacia los clientes, pues a raíz de la falta de compromiso del personal en el área de Picking (proceso de recepción, selección, despacho y programación del envío de productos), esto generó demoras en los plazos de entrega, cancelación de muchos pedidos y quejas por parte de las consultoras (clientes).

Por otro lado, se suman las dificultades de almacenamiento de productos que existen debido a que la empresa acaba de comprar una nueva línea de productos la cual ha generado dificultades para controlar ambas líneas. Otro problema que se ha observado es la falta de niveles de stock, pues las restricciones de la pandemia conllevo a que muchos productos tuvieron baja rotación de ventas.

Finalmente, otra situación que preocupa son las quejas por un mal servicio a los clientes, estas quejas van por la demora de entrega de sus productos, y también por la lentitud y trámites para dar solución a esos reclamos.

Por consiguiente, este estudio buscó contribuir y brindar un mejor panorama del proceso de distribución en el área de despacho en una empresa de cosméticos, lo cual pueda contribuir a generar un aporte en la toma de decisiones, con el objetivo de mejorar los procesos de distribución, los cuales podrían afectar o beneficiar a la calidad de servicio. De lo contrario, es decir, sin realizar este tipo de estudios, se podrían perder muchas oportunidades de mejora en esta área.

Surgiendo la siguiente pregunta ¿cómo influyen los procesos de distribución en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, 2022? pues la finalidad de esta investigación, es marcar un precedente de análisis del proceso de distribución y calidad de servicio en una empresa de cosméticos, evidenciando el manejo en el área de despacho, de tal manera que se puedan desarrollar proyectos en función a las mejoras de esta área, situación que podría motivar a realizar futuras investigaciones sobre este tema.

Así mismo, se plantean las siguientes interrogantes como problemas específicos: ¿De qué manera influyen las dimensiones, procesamiento de pedidos, transporte de mercancías, almacenamiento, control de inventarios y servicio al cliente en la calidad de servicio en una empresa de cosméticos, 2022?

Con respecto a las justificaciones, esta investigación se justifica teóricamente debido a que se analizó la influencia de los procesos de distribución en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, cuya finalidad fue evidenciar situaciones que puedan afectar al proceso en el área de despacho, información que pueda ser importante y motivante para futuros estudios, los cuales puedan ser contrastados con las teorías ya existentes.

Por consiguiente, este estudio se justifica de forma práctica porque se analizará el efecto de los procesos de distribución en la calidad de servicios, cuyos resultados podrían ser utilizados y aplicados para realizar un mejor proceso de distribución, el cual pueda tener un efecto positivo en la calidad de servicio, buscando resolver de manera práctica y directa un problema real.

La justificación metodológica de este estudio se fundamenta en el método científico, ya que a través de las pruebas estadísticas de hipótesis se pudieron analizar relaciones causa y efecto entre los procesos de distribución y la calidad de servicio, resultados que presentaron evidencias científicas que servirán como aporte para la investigación de temas similares a este estudio, generando diferentes puntos de vista o abriendo debates los cuales contribuyan a nuevas investigaciones.

En referencia a la justificación social, esta investigación se busca contribuir y generar un aporte en la toma de decisiones del área de despacho de la empresa, con la finalidad de optimizar los procesos, lo cual es primordial para el crecimiento de una organización.

Por otro lado, se tiene como objetivo general de esta investigación: determinar la influencia del proceso de distribución en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, 2022.

Seguidamente de ello, se tiene como objetivos específicos: determinar la influencia de las dimensiones, procesamiento de pedidos, transporte de mercancías, almacenamiento, control de inventarios y servicio al cliente en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, 2022.

Así mismo, la hipótesis general se planteó de la siguiente manera: el proceso de distribución influye significativamente en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, 2022.

Seguidamente como hipótesis específicas se planteó lo siguiente: las dimensiones, procesamiento de pedidos, transporte de mercancías, almacenamiento, control de inventarios y servicio al cliente influyen significativamente en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, Merino y Ojeda (2021) plantearon como objetivo general de su estudio: analizar la influencia de la gestión logística en el proceso productivo de un restaurante. Río de Janeiro 2021, en el que su resultado de correlación indica la relación de la dimensión gestión de compras sobre el proceso productivo, fue: R Pearson =0,710 y $p=0,000<0,005$; finalmente se concluyó que, la gestión de compras influye significativamente sobre el proceso productivo.

Henao (2019) diseño un modelo para explicar cómo, la calidad del servicio, y el valor percibido influyen en la satisfacción del cliente en una empresa de telefonía fija colombiana, y los resultados de su modelo y su poder predictivo muestran los siguientes valores de R cuadrados: Calidad de servicio (R cuadrado =0.725), satisfacción (R cuadrado =0.795), y valor percibido (R cuadrado =0.579).

Toral y Zeta (2016) plantearon comprobar la relación de la gestión administrativa en la calidad del servicio, los resultados obtenidos mediante el Rho de Spearman son de 0.520 con un p valor de 0.000 ($p<0.05$), lo cual explica que existe una relación directa y significativa, entre las variables analizadas.

A nivel nacional, Aliaga y Alcas (2020) tuvieron como objetivo determinar la influencia de la gestión administrativa en la calidad del servicio, cuyos resultados fueron, Chi cuadrado de Pearson = 31,107 con un p valor de 0.000 ($p<0.05$), en ese sentido se demostró que existe una relación directa y significativa, entre las variables analizadas.

Lopa (2020) quien tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la gestión por procesos en la calidad de servicio, los resultados obtenidos mediante el Chi cuadrado de Pearson = 18,113 con un p valor de 0.001 ($p<0.05$), lo que indica la influencia de la variable independiente sobre la dependiente.

Ramírez (2018) quien tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión de almacén y el control de calidad, los resultados obtenidos mediante el Rho de Spearman son de 0,919 con un p valor de 0.000 ($p<0.05$), por consiguiente, se comprobó la relación entre las variables analizadas.

Pérez (2018) quien tuvo como objetivo Determinar la influencia del control de inventario en la calidad de servicio, los resultados obtenidos mediante el Chi cuadrado de Pearson = 494,759 con un p valor de 0.000 ($p<0.05$), resultado que afirmó que el control de inventario influye sobre la calidad de servicio.

Morocho y Santos (2018) su objetivo fue analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, los resultados obtenidos mediante el Rho de Spearman son de 0.821 con un p valor de 0.000 ($p < 0.05$), lo que indica que existe una relación directa y significativa, entre las dos variables.

Vilca et al. (2021) planteó como objetivo encontrar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, los resultados obtenidos mediante el Chi cuadrado de Pearson = 63,333 con un p valor de 0.003 ($p < 0.05$), lo que indica que existe una relación directa y significativa, entre ambas variables

Las teorías adquiridas para esta investigación permitieron comprender con más precisión las variables Proceso de distribución y Calidad de servicio, a continuación, se dará a conocer cuál es la fundamentación teórica del Proceso de distribución.

Perdana et al. (2019) menciona que es importante que las empresas cuenten con un adecuado canal de distribución, para que así logren alcanzar sus objetivos. Dado que si se escoge uno erróneo esto puede producir cuellos de botellas en el suministro de bienes y servicios de los productores a los consumidores finales. Así mismo también Sembiring al et. (2020) hace referencia que la distribución es uno de los impulsores de las ventas generales de la empresa, así mismo esta afecta directamente a los costos logísticos.

Según Acosta (2017) el proceso de distribución es un conjunto de acciones que aplicadas correctamente logran obtener el propósito de optimizar tiempos y recursos, logrando mayores beneficios.

Así mismo plantea las siguientes dimensiones:

Procesamiento de pedidos: empieza desde la solicitud ingresada por el cliente hasta la preparación de su pedido para su transporte, abarcando labores de tipo administrativo y físico, de forma que para poder procesar el pedido se debe comprobar las existencias en stock.

Transporte de mercancías: Esta actividad está relacionado con el traslado de pedido desde el lugar de origen hasta la entrega del pedido al consumidor final, en el tiempo correcto.

Almacenamiento: Espacio donde es debidamente almacenados los productos, situados estratégicamente, lo cual garantiza un abastecimiento rápido de los productos para la preparación de los pedidos.

Control de inventario: Propósito de medir los niveles de existencias, encargándose en todo momento de atender la demanda, reduciendo costos.

servicio al cliente: una estrategia de servicio diseñada de acuerdo a las expectativas de los clientes, para finalmente producir y brindar un servicio con un valor agregado.

Gutiérrez et al. (2010) citado por Fontalvo et al. (2019) mencionaron que el proceso de distribución tiene como finalidad optimizar los tiempos y procesos. es por ello, que si no se lleva a cabo de manera eficiente esto podría afectar a los procesos de la cadena de suministro.

Correa et al. (2010) citado por Fontalvo et al. (2019) menciona que la gestión de almacenes y distribución son procesos claves, ya que son los encargados de gestionar el inventario y satisfacer plenamente las necesidades de los clientes.

Velásquez (2019) dice que la logística de distribución es la encargada de entregar el producto o servicio final a los consumidores. Mediante la logística de distribución, es posible que el consumidor final obtenga el producto o servicio deseado en el tiempo y la cantidad esperada.

Sánchez et al. (2019) Afirieron que la gestión por procesos es el perfeccionamiento de las actividades que generan valor agregado al sistema, este ciclo empieza con las entradas de información o materiales, los cuales pasan por una secuencia de actividades que finalmente transforman y emana un producto final, cubriendo las expectativas o necesidades del grupo de interés, no sin antes haberse cumplido con ciertos criterios o estándares de calidad.

Yunga (2019) mencionó que el procesamiento de pedidos abarca desde que el pedido es recepcionado por parte de la consultora hasta la entrega del mismo, las compañías comercializadoras de productos brindan a sus vendedores herramientas tecnológicas para facilitar la recepción de sus pedidos

Medinilla et al. (2018) afirma que la gestión de pedidos es un proceso que implica el contacto con los clientes. Por lo tanto, el éxito del proceso depende de su adecuación a varios criterios específicos del cliente, como facturas personalizadas y fácil acceso a la información del pedido. Se desarrolla utilizando actividades de

cumplimiento de pedidos de clientes como parte de la gestión de cliente y maximizando el valor de la cadena de suministro.

Anaya (2015) definió que el transporte de mercancías como toda actividad destinada a transportar los productos desde su lugar de origen hasta su destino, es decir, es responsable de todas las actividades relacionadas con la necesidad de colocar los productos en su destino respectivo de manera rápida y segura.

González (2016) mencionó que el transporte es una parte fundamental de la gestión logística, la cual permite que las materias primas, los productos terminados e incluso las personas se muevan a través de una cadena de transporte diseñada para completar la planificación con costos mínimos, ya sea a nivel nacional internación o local.

Escudero (2019) mencionó que el almacenamiento es ubicar la mercancía en la zona más adecuada del almacén, con la finalidad de su fácil acceso.

Huguet et al. (2016) mencionaron que la gestión de almacenes es un proceso de función logística que asegura la recepción, el almacenamiento y el movimiento de cualquier material, materia prima, productos semielaborados y terminados.

Román et al. (2012) citado por Samaniego (2019) mencionaron que el control de inventarios, es un factor esencial en el funcionamiento de la organización, ya que juega un rol importante en la reducción de costos, y si la gestión se realiza de manera planificada y eficiente, la probabilidad de éxito es alta, administrar el sistema de inventario requiere el reconocimiento de sobrecostos, retrasos significativos y retrasos en la toma de decisiones.

Balugani et al. (2018) citado por Cardona et al. (2018) afirmaron que el control de inventarios es un problema complejo en la organización y es una de las principales actividades en la gestión de la planta de producción, pero no siempre su correcta y exitosa aplicación se debe a que en ocasiones no se tiene en cuenta las diferencia en la demanda y el tiempo de entrega, así como el desequilibrio existente entre la demanda y el proceso de producción no se tiene en cuenta.

Torres et al. (2019) afirmaron que el servicio al cliente se considera como un conjunto de beneficios que un cliente espera más allá del producto o servicio básico.

Kotler et al. (2004) citado por Valenzuela et al. (2019) mencionaron que un servicio es una obra o una realización que es esencialmente impalpable.

Por otro lado, se tiene como variable dependiente a la Calidad de servicio: Campaña et al. (2018). Mencionan que la calidad de servicio es la relación mutua de satisfacción y expectativa entre el cliente y la organización que resuelve sus necesidades.

Para Nishizawa (2014) citado por Belén et al (2021) El modelo SERVQUAL es un método de investigación comercial, que mide la calidad de servicio y comprende que esperan los clientes del servicio y como lo valoran. El modelo SERVQUAL nos ayuda a lograr resultados de satisfacción del cliente relacionados con la calidad del servicio recibido, a través de sus 5 dimensiones. Así mismo este modelo nos ayuda a entender los parámetros en lo que la empresa tiene puntos débiles y ayuda a mejorarla. Recomendando aumentar el flujo de clientes brindando un servicio de calidad

El Modelo SERVQUAL fue elaborado por (Parasuraman, Ziethaml, & Berry, 1988) está basado en cinco dimensiones para así lograr medir la calidad de los servicios.

Elementos Tangibles: está relacionado con las instalaciones físicas, equipos, publicidad, personal.

Fiabilidad: el personal de la empresa debe ser fiables y brindar confianza a los clientes.

Capacidad de respuesta: tener la capacidad de resolver inquietudes.

Seguridad: Está relacionada con la tranquilidad que brinda el personal al cliente, al hacer uso del servicio, el personal debe estar debidamente capacitado.

Empatía: Brindar atención personalizada y poder resolver todas las inquietudes que tiene el cliente

Dujak, Zdziarska, Kolinski (2017) menciono que el proceso de distribución es un conjunto de decisiones y acciones. Esto crea un alto costo para entrega del producto correcto, en el momento y lugar adecuado según deseos del cliente.

Izquierdo, J. (2021) mencionó que la calidad de servicio se crea en la mente de los usuarios o consumidores, de un servicio y se basada en comprender las necesidades de los clientes y superar sus expectativas.

Zouari y Abdelhedi (2021) afirmaron que la calidad de servicio es fundamental para conseguir la satisfacción del cliente, es el examen interno de cada

uno de sus propias necesidades para determinar si están cubiertos por la prestación del servicio, así mismo plantearon las siguientes dimensiones:

Confiabilidad: la capacidad de ser confiables por realizar lo prometido con precisión.

Tangibles: los aspectos tangibles asociados con el servicio, como la apariencia de los empleados, las instalaciones físicas y el quipo

Capacidad de respuesta: la disposición del personal para reaccionar ante los clientes de manera rápida y positiva.

Garantía: El conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad para transmitir confianza, fe y seguridad entre los clientes

Empatía: La atención cariñosa e individualidad que se brinda a los clientes.

Silva et al. (2021) mencionaron que la calidad del servicio es la elección de las organizaciones para obtener una ventaja competitiva en una economía globalizada.

Define como Dimensiones:

Aspectos tangibles: se encuentra relacionado con la apariencia de los empleados y de la empresa.

Confiabilidad: es la capacidad de la empresa para prestar sus servicios de forma precisa y fiable, y la voluntad de los empleados para prestar los servicios.

Responsabilidad: evalúa el enfoque del personal en la voluntad y el deseo de brindar un servicio rápido y eficiente hacia los clientes.

Confianza; considera la seguridad que transmite el personal hacia los clientes, lo cual se refleja en los conocimientos y habilidades que tienen los colaboradores al prestar un servicio. Empatía: se relaciona con la atención individualizada que la organización brinda, con el objetivo de generar una buena atención al cliente.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Enfoque de la investigación:

Cuantitativo

Según Sánchez, *et al.* (2018) Son investigaciones en donde se hacen mediciones numéricas, es decir que se recolectan datos los cuales, al ser analizados, buscan probar hipótesis, las cuales son apoyadas por la estadística, de esta forma se busca para determinar de manera exacta, patrones de conducta de una población.

Tipo de investigación:

Aplicada:

Según Ñaupas, *et.al.* (2018) Es aquella que, partiendo de los aportes de la investigación básica, permite solucionar los problemas sociales de una comunidad, región.

Diseño de investigación:

No experimental

Hernández y Mendoza (2018), es aquel estudio en donde no se tergiversa ni manipulan las variables, es decir que estas son analizadas en su contexto natural.

Corte:

Transversal

“Un estudio transversal es aquel que recolecta datos en un solo momento” (Hernández y Mendoza 2018, p.176).

Nivel de investigación:

Correlacional-causal

Hernández y Mendoza (2018), este diseño permite determinar relación entre dos o más variables; estableciendo a veces niveles o grados de correlación, o también determinando niveles de causa y efecto.

3.2 Variables y operacionalización:

Variable independiente: PROCESO DE DISTRIBUCIÓN

Definición conceptual: Es un sistema que está compuesto por un conjunto de actividades, las cuales, organizadas eficientemente, permiten optimizar costos (A. Acosta, 2017, p.86).

Definición operacional: El proceso de distribución está compuesto por un conjunto de actividades como; el procesamiento de pedidos, el transporte de mercancías, el almacenamiento, el control de inventarios y el servicio al cliente, los cuales se integran con la finalidad de obtener un beneficio favorable. (A. Acosta, 2017, p.86).

Dimensiones o indicadores

Proceso de Pedidos:

- Verificación
- Sistemas de información gerencial
- Recursos humanos
- Instrucciones al personal
- Ubicación de la mercancía
- Entrega de productos

Transporte de mercancías:

- Optimización de tiempos
- Seguridad
- Calidad

Almacenamiento:

- Instalaciones
- Control
- Productos

Control de inventarios:

- Rotación de inventario
- Perdidas de inventario

Servicio al cliente:

- Anteriores a la transacción
- Durante la transacción
- Posteriores a la transacción

Escala de medición:

Likert

Variable dependiente: CALIDAD DE SERVICIO

Definición conceptual: La calificación de la calidad de servicio se obtiene a partir de las opiniones de los clientes quienes brindan la información correcta a la organización, en el sentido de que si ofrece una calidad de servicio buena o mala (Strenitzerová & Gaña, 2018).

Definición operacional: en este estudio, se resalta definición de Parasuraman et al. (1985; 1993), dada su aceptación en muchos sectores de la economía y porque incorpora factores como las expectativas y percepciones del servicio, Además plantearon 5 dimensiones determinantes de la calidad de servicio.

Dimensiones:

Confiabilidad:

- Servicio confiable
- Garantía

Capacidad de respuesta:

- Servicio eficiente
- Solucionar sus problemas

Seguridad:

- Preparación de los empleados
- Cortesía
- Habilidad para transmitir confianza y seguridad

Empatía:

- Atención
- Conocimientos de las necesidades del cliente
- Horarios de atención flexible

Elementos tangibles:

- Instalaciones cómodas y atractivas

- Materiales para las comunicaciones
- Apariencia del trabajador

Escala de medición:

Likert

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

La población para medir la variable proceso de distribución y calidad de servicio será determinada por la cantidad de 136 colaboradores del área de despacho (picking - warehouse) de la empresa de cosméticos ubicado en Lurín, los cuales están registrados de acuerdo a la planilla de la empresa, en ese sentido se realizó un censo a toda la población, es decir que todos los trabajadores de esta área participaran en la recopilación de la información.

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

3.4.1 Técnicas:

Se aplicó la encuesta, la cual según Arroyo (2020) permite recopilar los datos a través del instrumento llamado cuestionario, el cual fue aplicado y respondido por los colaboradores de la empresa de cosméticos, información que contribuyó con el análisis de investigación

3.4.2 Instrumentos de recolección de datos:

El instrumento que se utilizó en este estudio fue el cuestionario, el cual estuvo compuesto por 52 interrogantes, con 5 posibles alternativas, así mismo estas preguntas se dividieron en dos grupos, siendo el primer grupo de 30 preguntas correspondientes a la variable Proceso de distribución, la cual se compone de 5 dimensiones, en el segundo grupo se tuvieron 22 preguntas las cuales correspondieron a la variable Calidad de servicio, la cual se compone de 5 dimensiones.

3.4.3 Validez y confiabilidad:

Validez: Para el procedimiento de validez de la variable proceso de distribución fue evaluado y certificado por docentes especialistas quienes autorizaron la aplicación del instrumento.

Con respecto a la validez de la variable calidad de servicio se utilizó el modelo SERVQUAL, lo cual es una técnica de investigación comercial que permite realizar la medición de la calidad de servicio, así mismo la estructura de este cuestionario,

esta basado en 5 dimensiones las cuales contienen 22 ítems (zeithaml, Parasuraman y Berry, 2004).

Por otro lado, Nabilou y Khorasani (2014) mencionan que el modelo SERVQUAL es de libre acceso y ha sido utilizado en varios estudios con validez y fiabilidad confirmadas.

Para este estudio fue precisa la adaptación de los ítems los cuales se tuvieron que dirigir a los colaboradores, para obtener la información necesaria.

Confiabilidad: Para determinar la confiabilidad de la variable proceso de distribución se utilizó el programa estadístico SPSS, a través del alfa del Cronbach, cuyo rango de aceptación debe oscilar entre 0.7 y 1, lo cual que permite obtener una mejor fiabilidad, en ese sentido el resultado de alfa de Cronbach fue igual a 0.952.

Con respecto a la confiabilidad de la variable calidad de servicio (modelo SERVQUAL), se tomó como referencia los datos de la investigación de Nizhisawa (2014) quienes utilizaron el programa estadístico SPSS, cuyo alfa de Cronbach fue igual a 0.873.

FICHA TÉCNICA: CALIDAD DE SERVICIO

Nombre del instrumento: Cuestionario (modelo SERVQUAL)

Autores: Nizhisawa

Año: 2014

Tipo de instrumento: cuestionario

Número de ítems: 22 ítems

Aplicación: individual

Tiempo de administración: 10 minutos

Usos: Para evaluar la calidad de servicio de una empresa cosméticos, Lima 2022

Estructura: Se organiza en cinco dimensiones: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles.

Escala de medición: Es ordinal con valores de nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4) siempre (5).

3.5 Procedimientos

En esta investigación se recopilaron datos a través de las encuestas, las cuales fueron realizadas a los 136 colaboradores del área logística de una empresa de cosméticos, Lurín Lima-Perú 2022, se procedió a realizar un análisis descriptivo y estadístico para variables proceso de distribución y calidad de servicio, considerando las dimensiones de estas, por consiguiente para el análisis descriptivo se presentaron gráficos con niveles porcentuales, y para el análisis inferencial se realizaron pruebas de hipótesis a través del estadígrafo Chi cuadrado de Pearson y regresión logística ordinal.

3.6 Método de análisis de datos.

Estadística descriptiva: Arias, (2006) y Martins & Palella (2012), citados por Gallardo (2017), mencionaron que son técnicas y medidas que ayudan a caracterizar los datos recopilados, los cuales pueden ser representados en tablas y gráficos.

Estadística inferencial: Arroyo (2020), afirmó que esta se usa principalmente en el análisis de prueba de hipótesis para variables correlacionales y causales.

Chi cuadrado: para Hernández y Mendoza (2018) es aquella prueba estadística que determina la relación entre dos variables categóricas.

Regresión logística ordinal: según Brage (2020) El modelo de regresión logística permite realizar un análisis el cual busca relacionar una variable independiente que pueden ser categórica o continua, con una variable categórica, así mismo a través de los coeficientes del modelo se puede determinar los efectos que tiene esta variable independiente sobre la variable dependiente.

En ese sentido para el análisis descriptivo se utilizó el programa Excel, en el cual se presentó la estadística descriptiva en gráficos y porcentajes de cada variable y sus respectivas dimensiones de esta investigación; y para el análisis inferencial y se utilizó el programa SPSS Statistics Software v.22, en donde se contrastó la prueba de hipótesis Chi cuadrado y la regresión logística ordinal, resultados que

fueron presentados en tablas, gráficos y coeficientes, con la explicación detallada para cada una de las variables con sus respectivas dimensiones.

3.7 Aspectos éticos:

Esta investigación considera la ética profesional, ya que toda la información que se recolectó, tiene las citas y sustento correspondiente, la cual demostró que no existe algún plagio intelectual. De modo que sea verídico y confiable para el lector cuando requiera de la información, respetando los derechos de autor y haciendo uso de las normas APA, aplicándolo en cada una de las citas textuales, en la estructura de la investigación, así mismo se utilizó el programa turnitin para poder verificar el reporte de similitud. Adicionalmente se presentará la declaración jurada donde se detalla que dicho proyecto es de nuestra auditoria, sometiéndonos a las normas vigentes de la Universidad Cesar Vallejo antes cualquier tipo de omisión o falsedad de información o documentos.

Con respecto al criterio de beneficencia, a través de los resultados obtenidos se planteó generar un aporte favorable para mejorar algunos aspectos de la empresa; así mismo, con respecto al principio de no maleficencia se respetaron, todos los parámetros éticos de la investigación, seguidamente es importante resaltar la autonomía y libertad que tuvieron los participantes en esta investigación, finalmente se aplicó el criterio de justicia respetando las normas y el rigor científico a lo largo de este trabajo.

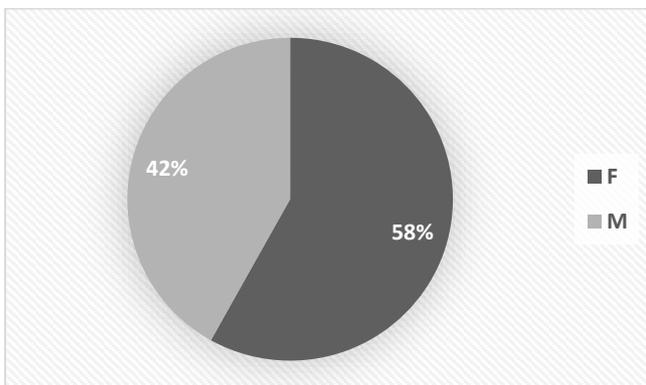
IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos

4.1.1 Caracterización de la muestra

Figura 1.

Porcentaje de Genero

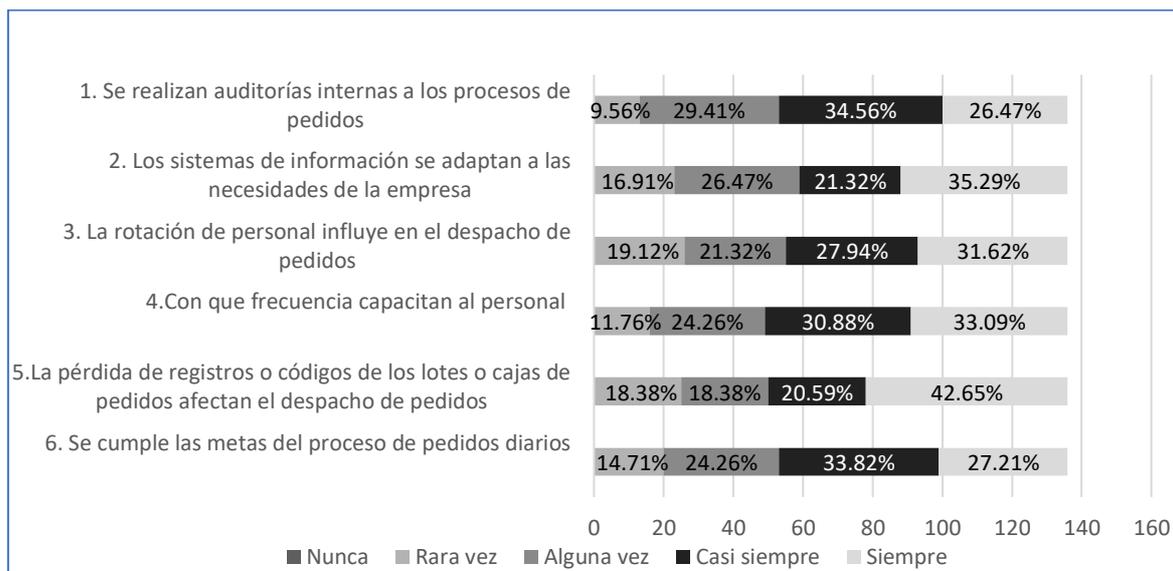


Nota: en la figura 1 se observa que del 100% de participantes, el 58% son del género femenino y el 42% restante del género masculino.

4.1.2. Caracterización de las dimensiones

Figura 2

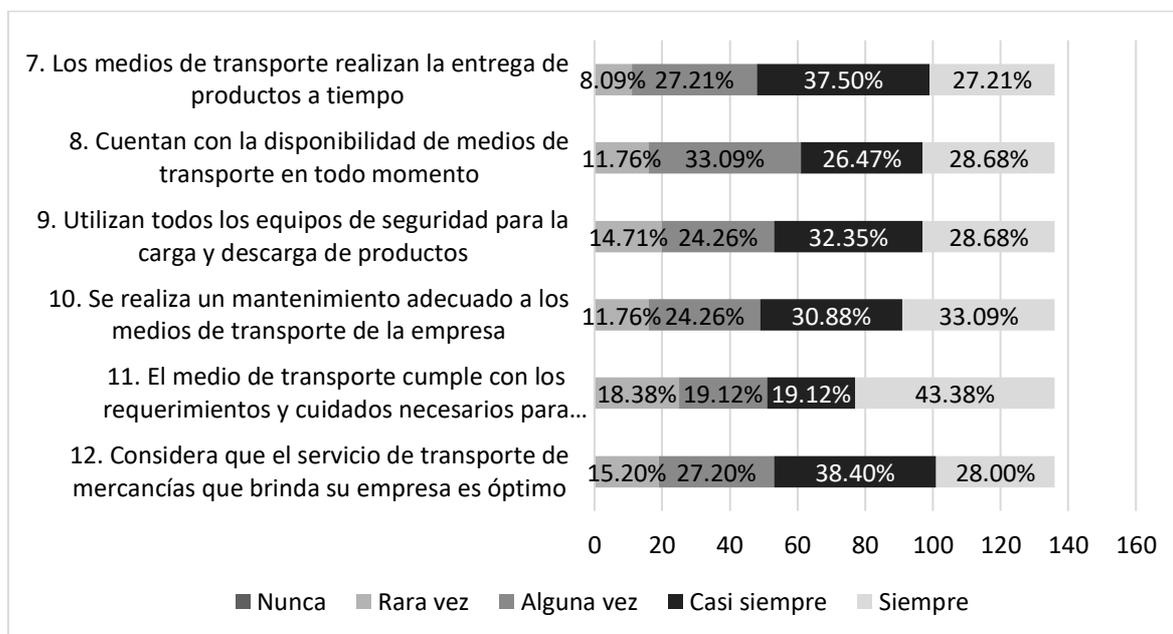
Porcentaje de la dimensión procesamiento de pedidos.



Nota: con respecto al primer enunciado, se resalta que un 34.56% de los encuestados afirma que casi siempre se realizan auditorías internas a los procesos de pedidos, así mismo para el enunciado número 2, se destaca que un 35.29% respondió que algunas veces los sistemas de información se adecuan a las necesidades de la empresa, seguidamente para el enunciado número 3, se puede diferenciar que un 31.62% menciona que casi siempre la rotación de personal influye en el despacho de los pedidos, así mismo para el enunciado número 4, se destaca que un 33.09% respondió que siempre capacitan al persona, en cuanto al enunciado número 5, se destaca que un 42.65% respondió que siempre la perdida de registros o códigos de los lotes o cajas de pedidos afectan al despacho de los pedidos, por ultimo para el enunciado número 6, se destaca que un 33.82% respondió que casi siempre se cumplen con las metas del proceso de pedidos diarios.

Figura 3

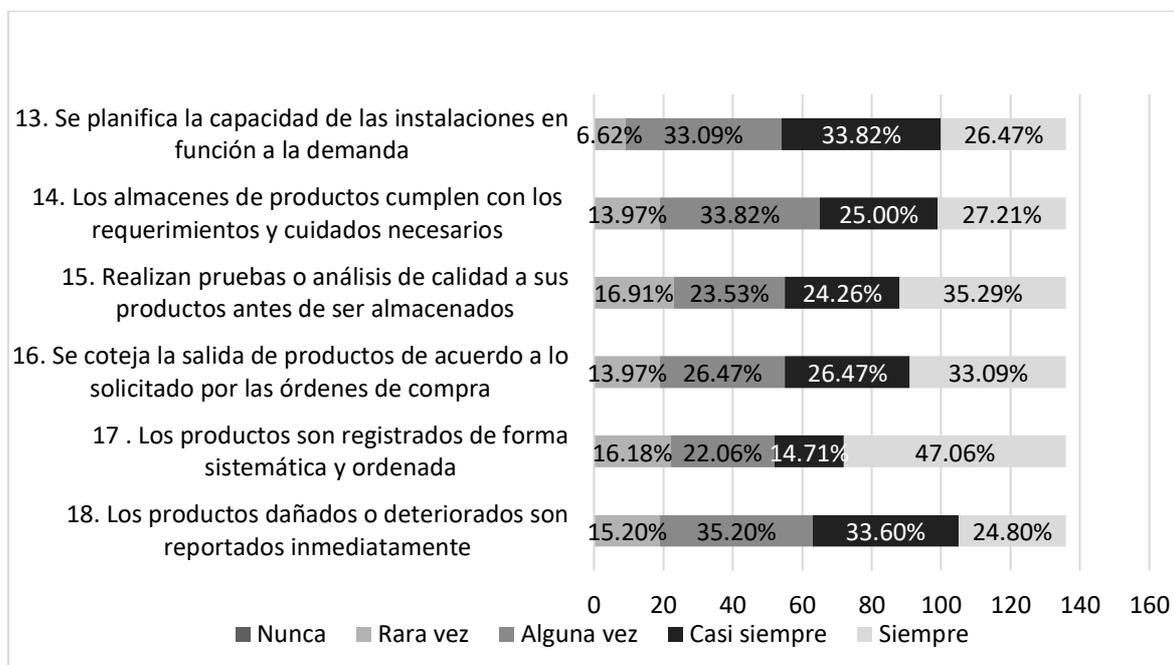
Porcentaje de la dimensión transporte de mercancías.



Nota: con respecto al enunciado 7, se resalta que un 37.50% de los encuestados afirma que casi siempre los medios de transporte realizan la entrega de productos a tiempo, así mismo para el enunciado número 8, se destaca que un 33.09% respondió que algunas veces cuentan con la disponibilidad de medios de transporte, seguidamente para el enunciado número 9, se puede diferenciar que un 32.35% menciona que casi siempre utilizan todos los equipos de seguridad para la carga y descarga de productos, así mismo para el enunciado número 10, se destaca que un 33.09% respondió que siempre capacitan al persona, en cuanto al enunciado número 11, se destaca que un 43.38% respondió que siempre el medio de transporte cumple con los requerimientos y cuidados necesarios, por ultimo para el enunciado número 12, se destaca que un 38.40% respondió que casi siempre se cumple un servicio optimo del medio de transporte.

Figura 4

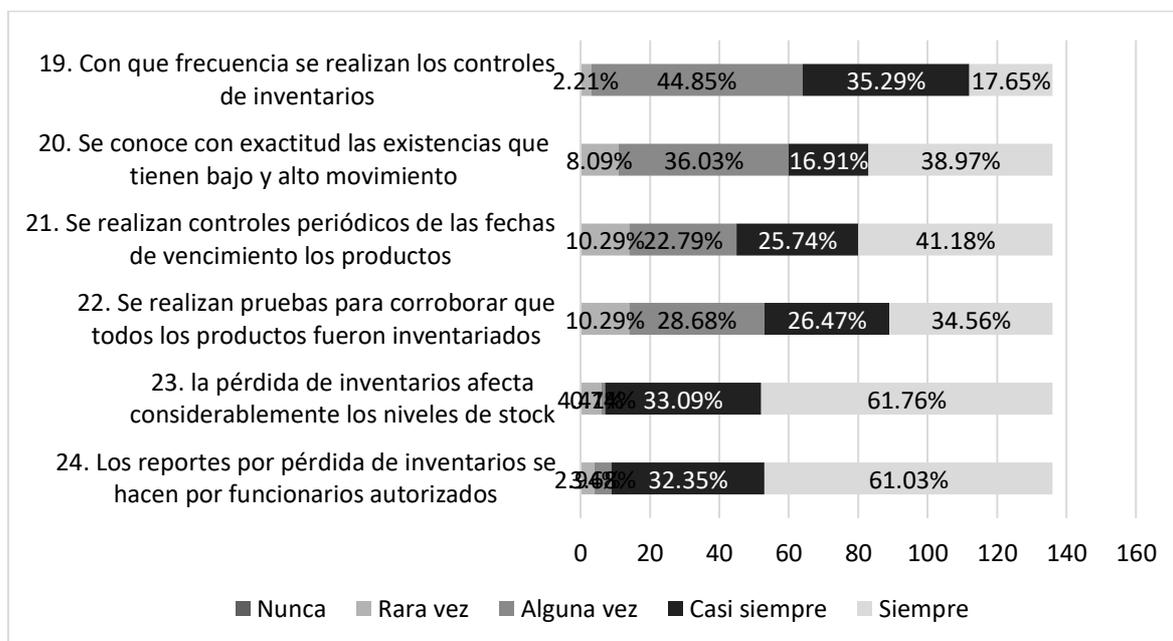
Porcentaje de la dimensión almacenamiento.



Nota: con respecto al enunciado número 13, se resalta que un 33.82% considera que casi siempre se planifica la capacidad de las instalaciones en función a la demanda, así mismo para el enunciado número 14, se destaca que un 33.82% considero que solo algunas veces los almacenes de productos cumplen con los requerimientos y cuidados necesarios, seguidamente para el enunciado número 15, se puede diferenciar que un 35.29% menciona que realizan pruebas o análisis de calidad a sus productos antes de ser almacenados, así mismo para el enunciado número 16, se destaca que un 33.09% considera que siempre se coteja la salida de productos de acuerdo a lo solicitado por las órdenes de compra, seguidamente para el enunciado número 17 resalta que un 47.06% menciona que siempre los productos son registrados de forma sistemática, con respecto al enunciado número 18, se resalta que un 35.20% algunas veces los productos dañados o deteriorados son reportados.

Figura 5

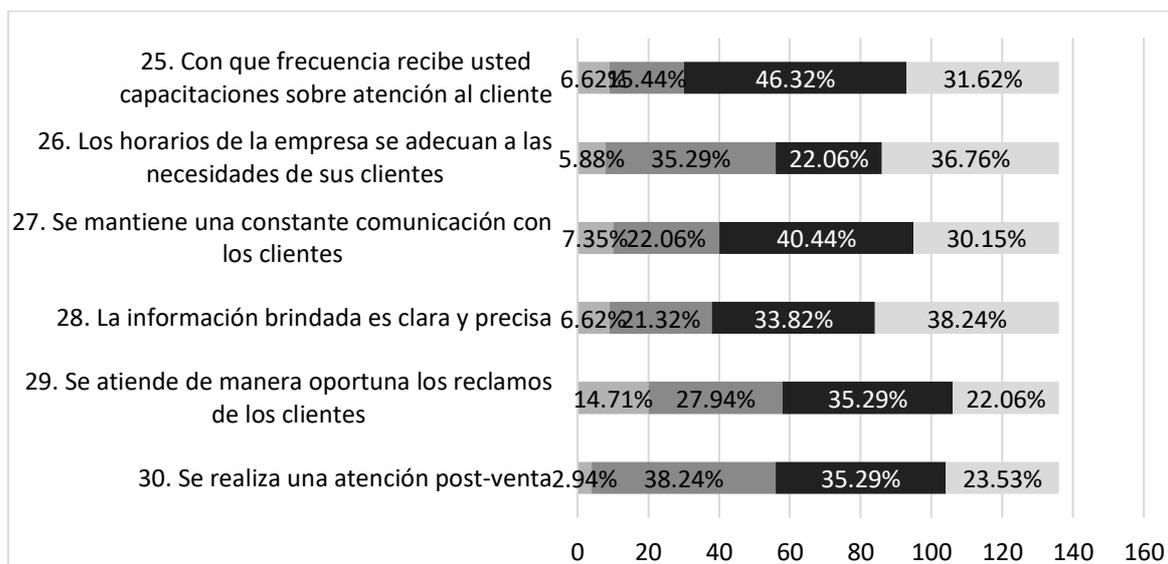
Porcentaje de la dimensión control de inventarios.



Nota: con respecto al enunciado número 19, se resalta que un 44.85% considera que algunas veces se realizan los controles de inventarios, así mismo para el enunciado número 20, se destaca que un 38.97% considero que siempre se conoce con exactitud las existencias que tiene bajo y alto movimiento, seguidamente para el enunciado número 21, se puede diferenciar que un 41.18% menciona que siempre se realizan controles periódicos a los productos sobre sus fechas de vencimiento, así mismo para el enunciado número 22, se destaca que un 34.56% considera que siempre se realizan pruebas para corroborar que todos los productos fueron inventariados, seguidamente para el enunciado número 23 resalta que un 61.76% menciona que siempre la perdida de inventarios afecta considerablemente los niveles de stock, con respecto al enunciado número 24, se resalta que un 61.03% siempre los reportes de perdida de inventario se hacen por funcionarios autorizados.

Figura 6

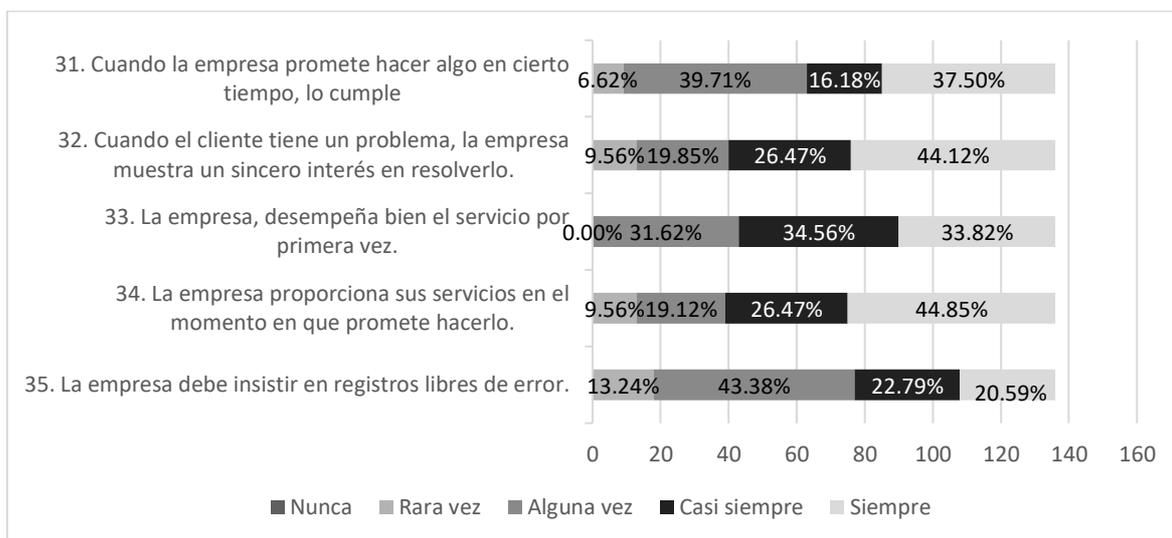
Porcentaje de la dimensión servicio al cliente.



Nota: con respecto al enunciado número 25, se resalta que un 46.32% considera que casi siempre se recibe capacitación en cuanto a la atención del cliente, así mismo para el enunciado número 26, se destaca que un 36.76% considero siempre los horarios de la empresa de adecuan a las necesidades de sus clientes, seguidamente para el enunciado número 27, se puede diferenciar que un 40.44% menciona que casi siempre se mantienen una constante comunicación con los clientes, así mismo para el enunciado número 28, se destaca que un 38.24% considera que siempre brinda información clara y precisa, seguidamente para el enunciado número 29 resalta que un 35.29% menciona que casi siempre se atienden de manera oportuna los reclamos de los clientes, con respecto al enunciado número 30, se resalta que un 38.24% algunas veces se realizan una atención post venta.

Figura 7

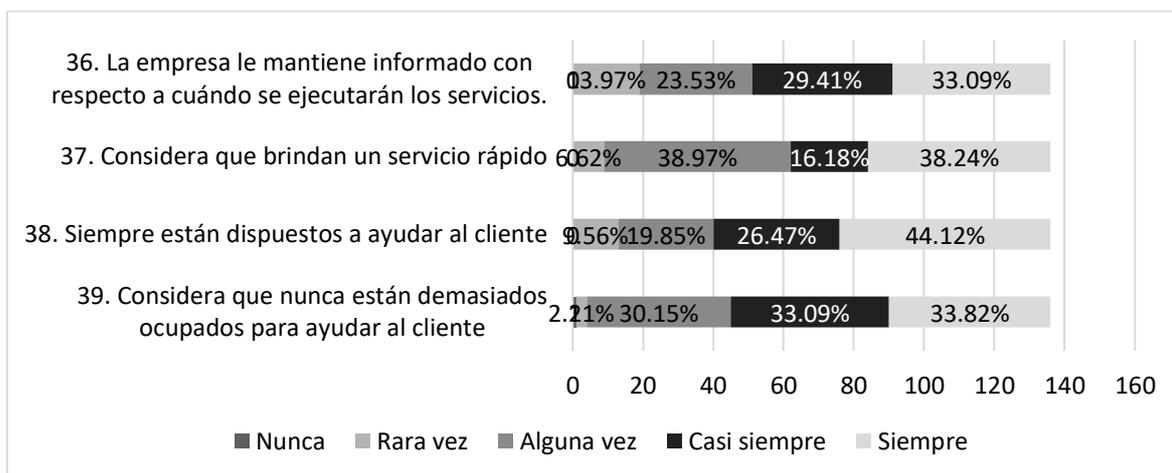
Porcentaje de la dimensión fiabilidad



Nota: con respecto al enunciado número 31, se resalta que un 39.71% de los encuestados afirma algunas veces cuando la empresa se compromete a hacer algo lo cumple en cierto tiempo, así mismo para el enunciado número 32, se destaca que un 44.12% respondió que siempre la empresa muestra interés al resolver una queja, seguidamente para el enunciado número 33, se puede diferenciar que un 34.56% menciona que casi siempre la empresa realiza un buen servicio por primera vez, así mismo para el enunciado número 34, se destaca que un 44.85% considera que la organización siempre brinda su servicios en el instante que promete hacerlo, seguidamente para el enunciado número 35, se resalta mínimamente a diferencia de las demás alternativas que un 43.38% la empresa insiste en registro libres de error.

Figura 8

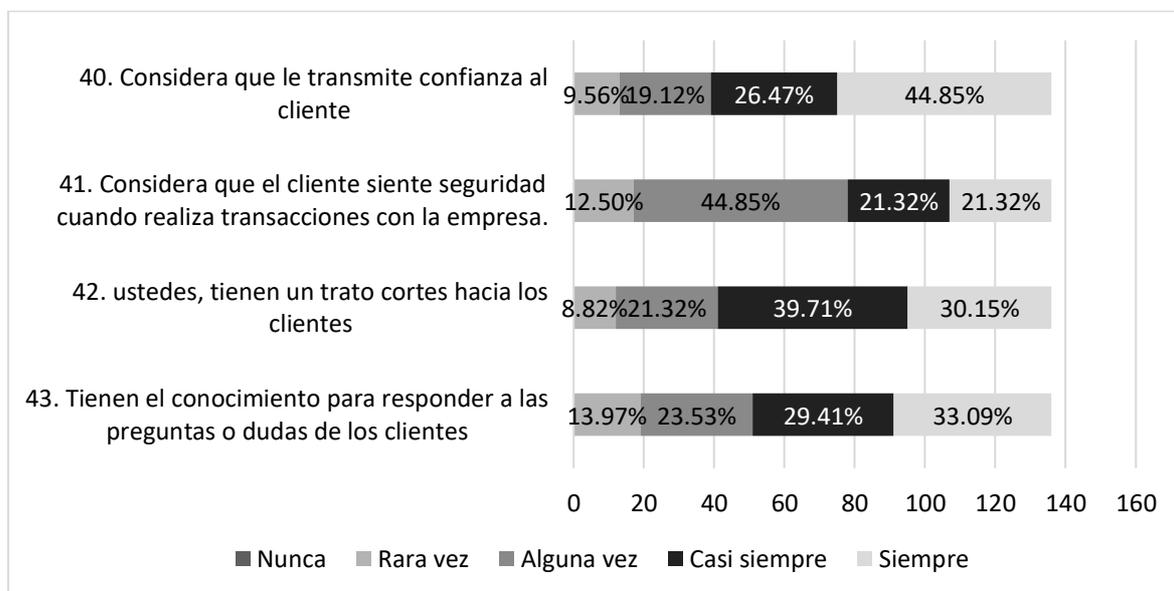
Porcentaje de la dimensión capacidad de respuesta



Nota: con respecto al enunciado número 36, se resalta que un 33.09% de los encuestados afirma que siempre la empresa le mantiene informado sobre la ejecución de los servicios, así mismo para el enunciado número 37, se observa que un 38.97% respondió que algunas veces los empleados consideran que brindan un servicio rápido, seguidamente para el enunciado número 38, se puede diferenciar que un 44.12% menciona que siempre los empleados están dispuestos a ayudar al cliente, así mismo para el enunciado número 39, se observa que un 33.82% considera que siempre se encuentran desocupados para ayudar al cliente.

Figura 9

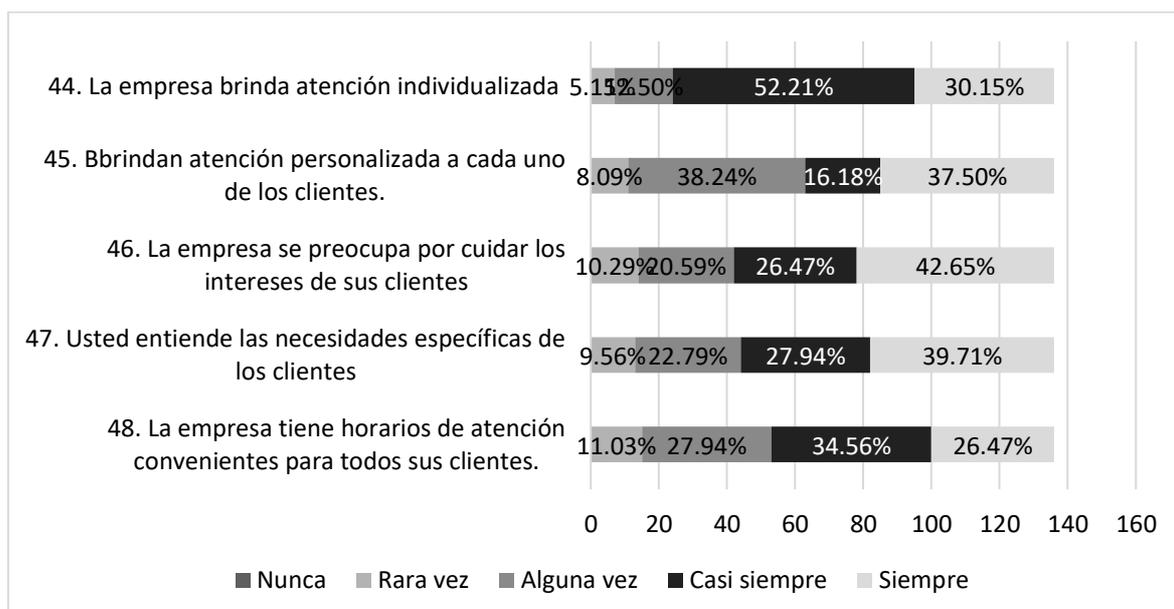
Porcentaje de la dimensión seguridad



Nota: con respecto al enunciado número 40, se resalta que un 44.85% de los encuestados afirma que siempre transmiten confianza al cliente, así mismo para el enunciado número 41, se destaca que un 44.85% respondió que solo algunas veces los clientes sienten seguridad cuando realizan transacciones con la empresa, seguidamente para el enunciado número 42, se puede diferenciar que un 39.71% considera siempre que los empleados tienen un trato cortés, para el enunciado número 43, se puede diferenciar que un 33.09% considera que casi siempre los colaboradores tienen conocimiento para resolver las preguntas o dudas de los clientes.

Figura 10

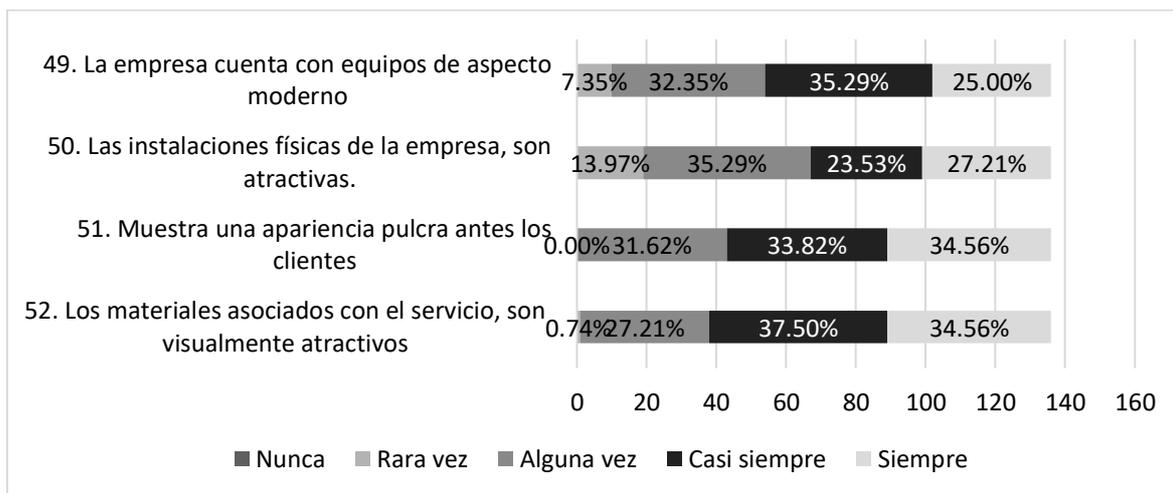
Porcentaje de la dimensión empatía



Nota: con respecto al enunciado número 44, se resalta que un 52.21% de los encuestados afirma que casi siempre al empresa brinda atención individualizada, así mismo para el enunciado número 45, se destaca que un 38.24% respondió que solo algunas veces los colaboradores brindan atención personalizada a cada uno de los clientes., seguidamente para el enunciado número 46, se puede diferenciar que un 42.65% considera que siempre la organización se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes, para el enunciado número 47, se puede diferenciar que un 39.71% considera que siempre los empleados entienden las necesidades de los clientes, mientras que el enunciado 48 el 34.56% de los encuestados mencionaron que la empresa tiene horarios de atención flexibles para sus clientes.

Figura 11

Porcentaje de la dimensión elementos tangibles



Nota: con respecto al enunciado número 49, se resalta que un 35.29% de los encuestados afirma que casi siempre la empresa cuenta con equipos modernos, así mismo para el enunciado número 50, se destaca que un 35.29% respondió que solo algunas veces las instalaciones de la organización son atractivas, seguidamente para el enunciado número 51, se puede diferenciar que un 34.56% considera que siempre los empleados de la empresa muestran una apariencia pulcra, para el enunciado número 52, se puede diferenciar que un 37.50% considera que casi siempre los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos.

4.2 Resultados de bases de datos

4.2.1 Prueba de normalidad

Hipótesis estadística:

Ho: Los datos tienen una distribución normal

Ha: Los datos no tienen una distribución normal

Tabla 1

| | Pruebas de normalidad | | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| PROCESO DE DISTRIBUCIÓN | ,143 | 136 | ,000 | ,913 | 136 | ,000 |
| Procesamiento de pedidos | ,201 | 136 | ,000 | ,878 | 136 | ,000 |
| Transporte de mercancías | ,176 | 136 | ,000 | ,883 | 136 | ,000 |
| Almacenamiento | ,198 | 136 | ,000 | ,876 | 136 | ,000 |
| Control de inventario | ,147 | 136 | ,000 | ,932 | 136 | ,000 |
| Servicio al cliente | ,147 | 136 | ,000 | ,912 | 136 | ,000 |
| CALIDAD DE SERVICIO | ,086 | 136 | ,015 | ,973 | 136 | ,009 |
| Fiabilidad | ,111 | 136 | ,000 | ,977 | 136 | ,022 |
| Capacidad de respuesta | ,146 | 136 | ,000 | ,948 | 136 | ,000 |
| Seguridad | ,132 | 136 | ,000 | ,951 | 136 | ,000 |
| Empatía | ,148 | 136 | ,000 | ,929 | 136 | ,000 |
| Elementos tangibles | ,149 | 136 | ,000 | ,931 | 136 | ,000 |

Nota. En la tabla 1 se determinó utilizar los datos de la prueba Kolmogorov-Smirnov, debido a que se cuenta con 136 datos > 50; por consiguiente se realizaron las pruebas de normalidad para las variables independiente y dependiente, cada una con sus propias dimensiones, en donde se determinaron los siguientes resultados con un valor de sig. = 0<0,05; se concluye que: se aceptan todas las Ha, es decir

los datos no siguen una distribución normal, por consiguiente el estadístico aplicado en este estudio será Chi cuadrado de Pearson, así mismo se realizará el análisis Regresión logística ordinal.

4.2.2 Contrastación de hipótesis

Análisis inferencial

Hipótesis general:

Ho: El proceso de distribución no influye significativamente en la calidad de servicios en una empresa de cosméticos, Lima 2022.

Ha: El proceso de distribución influye significativamente en la calidad de servicio en una empresa de cosméticos, Lima 2022.

Tabla 2

Pruebas de Chi cuadrado de proceso de distribución y calidad de servicio

| Pruebas de chi-cuadrado | | | |
|------------------------------|---------------------|----|--------------------------------|
| | Valor | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 78,841 ^a | 4 | ,000 |
| Razón de verosimilitudes | 78,349 | 4 | ,000 |
| Asociación lineal por lineal | 59,707 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 136 | | |

Nota. De acuerdo con la tabla 2 se observa que, Sig. < 0.05, por lo que se acepta Ha, lo que indica que el proceso de distribución influye en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022. Es decir, la calidad de servicios en una empresa de cosméticos está explicada por la influencia del proceso de distribución.

Hipótesis específicas:

Ho: las dimensiones, procesamiento de pedidos, transporte de mercancías, almacenamiento, control de inventarios y servicio al cliente no influyen significativamente en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, 2022.

Ha: las dimensiones, procesamiento de pedidos, transporte de mercancías, almacenamiento, control de inventarios y servicio al cliente influyen significativamente en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, 2022.

Tabla 3.

Pruebas de Chi cuadrado de las hipótesis específicas (unificadas)

| | Pruebas de chi-cuadrado | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|--|----|------|--|----|------|--------------------------------------|----|------|---|----|------|---|----|------|
| | Procesamiento de pedidos / Calidad de servicio | | | Transporte de mercancías / Calidad de servicio | | | Almacenamiento / Calidad de servicio | | | Control de inventarios/ Calidad de servicio | | | Servicio al cliente / Calidad de servicio | | |
| | Valor | df | Sig. | Valor | df | Sig. | Valor | df | Sig. | Valor | df | Sig. | Valor | df | Sig. |
| Chi-cuadrado de Pearson | 56,404 ^a | 4 | ,000 | 77,690 ^a | 4 | ,000 | 60,334 ^a | 4 | ,000 | 49,886 ^a | 4 | ,000 | 84,535 ^a | 4 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 53,952 | 4 | ,000 | 81,526 | 4 | ,000 | 59,287 | 4 | ,000 | 43,377 | 4 | ,000 | 75,883 | 4 | ,000 |
| Asociación lineal por lineal | 43,187 | 1 | ,000 | 61,397 | 1 | ,000 | 47,858 | 1 | ,000 | 25,948 | 1 | ,000 | 52,576 | 1 | ,000 |

Nota. En la tabla 3, se aprecia que el nivel significancia de las cinco dimensiones de la variable independiente es inferior a 0.05, por consiguiente, se aceptan todas las hipótesis específicas. Es decir, tanto el procesamiento de pedidos, el transporte de mercancías, el almacenamiento, el control de inventarios y el servicio al cliente influyen significativamente en la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, 2022.

Tabla 4.

Prueba de bondad de ajuste del proceso de distribución en la calidad de servicio

| Información sobre el ajuste de los modelos | | | | |
|---|-------------------------------|--------------|----|------|
| Modelo | -2 log de la verosimilitud | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
| Sólo intersección | 96,001 | | | |
| Final | 19,889 | 76,112 | 1 | ,000 |

Nota. En la tabla 4, se determinó un valor de Chi cuadrado de la razón de verosimilitud $X^2= 96,001$ con grado de libertad 1 y un p-valor= $0.000 < 0.05$; permite aceptar el supuesto de que el proceso de distribución está asociado con la calidad de servicio, afirmando que existe un buen ajuste del modelo para explicar la influencia de la variable independiente sobre la dependiente.

Tabla 5.

Pseudo coeficiente de determinación del proceso de distribución y la calidad de servicio

| Pseudo R-cuadrado | |
|--------------------------|------|
| Cox y Snell | ,429 |
| Nagelkerke | ,490 |
| McFadden | ,270 |

En la tabla 5, el coeficiente de determinación R^2 con mayor valor es el de Nagelkerke (0.49), estimando que el proceso de distribución influye en un 49% sobre la calidad de servicio.

Tabla 6.*Estimaciones de parámetro del proceso de distribución y la calidad de servicio*

| | | Estimaciones de los parámetros | | | | | | |
|-----------|--|--------------------------------|-------|--------|----|------|------------------------|-----------------|
| | | Estimación | Error | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza | |
| | | n | típ. | | | | 95% | |
| | | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Umbral | [NIVELES_CALIDA D_DE_SERVICIO = 1] | 2,931 | ,561 | 27,313 | 1 | ,000 | 1,832 | 4,030 |
| | [NIVELES_CALIDA D_DE_SERVICIO = 2] | 6,450 | ,802 | 64,718 | 1 | ,000 | 4,879 | 8,022 |
| Ubicación | NIVELES_PROCES O_DE_DISTRIBUCI ÓN | 2,357 | ,311 | 57,405 | 1 | ,000 | 1,747 | 2,966 |

En la tabla 6, se determinó un coeficiente Wald= 27,313 asociado a un p-valor= 0,000<0.05; por consiguiente, se rechaza la H_0 y se acepta la H_a , estimando a un nivel de confianza del 95% que a medida que disminuyen los niveles de los procesos de distribución, se disminuye la probabilidad en los niveles de calidad de servicio, concluyendo que: el proceso de distribución influye significativamente en la calidad de servicios en una empresa de cosméticos, Lima 2022.

Tabla 7.

Estimaciones de parámetro de las dimensiones de la variable proceso de distribución y la calidad de servicio

| | | Estimaciones de los parámetros | | | | | | |
|-----------|---------------------------------------|--------------------------------|---------------|--------|----|------|-------------------------------|--------------------|
| | | Estimación | Error típ. | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza 95% | |
| | | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Umbral | [NIVELES_CALIDAD _DE_SERVICIO = 1] | 6,399 | 1,049 | 37,198 | 1 | ,000 | 4,343 | 8,455 |
| | [NIVELES_CALIDAD _DE_SERVICIO = 2] | 10,809 | 1,401 | 59,550 | 1 | ,000 | 8,064 | 13,555 |
| Ubicación | NIVELES_Procesami ento_de_pedidos | -1,682 | ,734 | 5,257 | 1 | ,022 | -3,120 | -,244 |
| | NIVELES_Transport e_de_mercancías | 3,559 | ,932 | 14,584 | 1 | ,000 | 1,732 | 5,386 |
| | NIVELES_Almacena miento | -,032 | ,551 | ,003 | 1 | ,953 | -1,113 | 1,048 |
| | NIVELES_Control_d e_inventario | ,773 | ,352 | 4,820 | 1 | ,028 | ,083 | 1,464 |
| | NIVELES_Servicio_a l_cliente | 1,538 | ,368 | 17,425 | 1 | ,000 | ,816 | 2,259 |

Función de vínculo: Logit.

En la tabla 7, se determinó un coeficiente Wald= 37,198 asociado a un p-valor= 0,000<0.05, así mismo se encontraron diferencias en el coeficiente Wald= 0,003 asociado a un p-valor = 0,953 mayor al nivel de contraste (p<0.05), sin embargo la mayoría de coeficientes son=<0,05; por consiguiente, se rechaza la H_0 y se acepta la H_a , estimando a un nivel de confianza del 95% que a medida que disminuyen los niveles de los procesos de distribución, se disminuye la probabilidad en los niveles

de calidad de servicio, concluyendo que: el proceso de distribución influye significativamente en la calidad de servicios en una empresa de cosméticos, Lima 2022.

V. DISCUSIÓN

A continuación, se muestran los siguientes puntos relevantes:

En la hipótesis general, se obtuvieron los siguientes resultados: Chi cuadrado de Pearson = 78,841 con un nivel de Sig. 0,000 < 0,05; bondad de ajuste de la regresión $0,000 < 0,05$, con un R^2 Nagelkerke (0,49); y el coeficiente Wald = 27,313; asociado a un nivel de Sig. 0,000 < 0,05, por consiguiente se puede mencionar que existe evidencia que el proceso de distribución influye significativamente sobre la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022, así mismo se precisó que el proceso de distribución influye en un 49% sobre la calidad de servicio, es decir que el 49% de variabilidad de la variable dependiente es explicada por la variable independiente.

De lo anterior se puede encontrar ciertas similitudes con los resultados de la investigación de Aliaga y Alcas (2020), cuyos resultados fueron: Chi cuadrado = 50,397 y $p=0,01 < 0,05$ se acepta la hipótesis alterna; la cual planteó que la gestión administrativa incide en la calidad de servicio en el parto humanizado de un hospital nacional de Lima, por otro lado se confirmó que el modelo explica que la gestión administrativa incide en un 48,4% sobre la calidad de servicio (Nagelkerke=0,484), es decir que el 48.4% de la variabilidad de la variable dependiente es explicada por la variable independiente.

Así mismo Segundo (2021) realizó un estudio en el que sus resultados fueron los siguientes: de acuerdo al coeficiente de Chi cuadrado =18,113 y $p=,049 < 0,05$; se acepta la hipótesis alterna; la cual planteó que la gestión por procesos incide en la calidad de servicio.

Así mismo Vite (2019) realizó un estudio en el que sus resultados fueron los siguientes: de acuerdo al coeficiente de rho Spearman $=0,398$ y $p=,032 < 0,05$; se acepta la hipótesis alterna; la cual planteó que la gestión por procesos se relaciona con la calidad de servicio.

Por consiguiente luego de comparar estos estudios, se puede afirmar que existen coincidencias, a pesar de que estas investigaciones se desarrollaron en diferentes contextos, ya que en el estudio, planteado por Aliaga y Alcas (2020), investigación que se desarrolló en el sector salud, específicamente en un hospital, así mismo Segundo (2021) realizó un estudio enfocado en el análisis de la gestión por procesos y la calidad de servicio en una empresa distribuidora y el último que fue planteado por Vite (2019) el cual correspondió al análisis de la gestión por procesos y calidad de servicio dentro de una organización de fiscalización de procesos electorales, por lo tanto estos estudios respaldan y refuerzan que existe una influencia y un efecto entre la variable proceso de distribución y calidad de servicio, confirmándose de esta forma las teorías presentadas en el marco teórico.

De esta manera, esto tiene mucha semejanza con la definición de Zouari y Abdelhedi (2021) afirmaron que la calidad de servicio es fundamental para conseguir la satisfacción del cliente, es el examen interno de cada uno de sus propias necesidades para determinar si están cubiertos por la prestación del servicio

En la hipótesis específica 1, se obtuvo el siguiente resultado: Chi cuadrado = 56,404 con un nivel de Sig. 0,000, Sig. $< 0,05$; por consiguiente, se acepta la hipótesis alterna, la cual planteó que existe evidencia que la dimensión procesamiento de pedidos influye significativamente sobre la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022.

De lo anterior se puede evidenciar ciertas similitudes con los resultados del estudio de Lopa (2020) se obtuvieron los siguientes resultados Rho de Spearman $= 0.350$, a un nivel de significancia $p=0,004 < 0,05$; evidenciando una correlación positiva moderada entre la dimensión procesos y la variable calidad de servicio.

Así mismo también se encontró ciertas similitudes con los resultados de la investigación de Meza (2019) en el que sus resultados de correlación y regresión fueron: $R \text{ Pearson} = 0,689$ y $p = 0,000 < 0,005$ por lo cual se acepta la hipótesis alterna, la cual propuso que el aprovisionamiento de mercancías influye en la optimización de proceso de pedidos, así mismo se afirmó que el modelo explica que en un 48,9% ($R \text{ cuadrado ajustado } 0,489$) la influencia de la dimensión aprovisionamiento de mercancías sobre la variable proceso de pedidos.

Por consiguiente luego de comparar estos estudios, se puede afirmar que existen coincidencias, a pesar de que estas investigaciones se desarrollaron en diferentes contextos, ya que en el segundo estudio, planteado por Lopa (2020) el análisis corresponde hacia un centro de distribución de productos de construcción y para el hogar, así mismo el estudio planteado por Meza (2019), el cual correspondió al análisis logístico dentro de una organización que comercializa equipos de protección personal, por lo tanto estos estudios respaldan y refuerzan que existe una influencia y un efecto entre la dimensión aprovisionamiento de mercancías y optimización de procesos, confirmándose de esta forma las teorías presentadas en el marco teórico.

De esta manera, esto tiene mucha semejanza con la definición de Acosta (2017), Procesamiento de pedidos: es un conjunto de actividades dentro de las cuales están la solicitud del pedido, verificación, revisión de la línea de crédito, corroboración de los niveles de stock, instrucciones al personal del almacén, ubicación y preparación de la mercancía para su transporte.

En la hipótesis específica 2, se obtuvo el siguiente resultado: Chi cuadrado = 77,690 con un nivel de Sig. 0,000, Sig. < 0,05; por consiguiente, acepta la hipótesis alterna, la cual planteó que existe evidencia que la dimensión transporte de mercancías influye significativamente sobre la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022.

De lo anterior se puede encontrar ciertas similitudes con los resultados de Huertas (2018) cuyo resultado muestra lo siguiente: rho de Spearman 0,750 y

$p=0,000<0,005$ por lo cual se acepta la hipótesis alterna, la cual propuso que la dimensión transporte influye en la satisfacción del cliente de la empresa Ancro S.R.L., Santa Anita.

Así mismo se encuentran ciertas similitudes con los resultados de la investigación de Chevarría y Huaycha (2014) cuyo resultado muestra lo siguiente: Chi cuadrado de Pearson = 86,642 y $p=0,000<0,005$ por lo cual se acepta la hipótesis alterna, la cual propuso que la dimensión servicio logístico de transporte se relaciona positivamente con la calidad de servicio logístico de transporte de carga en la Empresa Consorcio Empresarial AGNAV S.A.

Por consiguiente, luego de comparar estos estudios, se puede afirmar que existen similitudes entre sus resultados, ya que buscaron mejorar los niveles de servicios de calidad, a pesar de que se plantearon diferentes propuestas, en ese sentido en la investigación planteada por Huertas (2018) se realizó un análisis del servicio de transporte, Mientras que en la investigación planteada por Chevarría y Huaycha (2014) planteo determinar la relación entre la subcontratación, los costos y la calidad del servicio logístico de transporte.

De esta manera, esto tiene mucha semejanza con la definición de González (2016) mencionó que el transporte es una parte fundamental de la gestión logística, la cual permite que las materias primas, los productos terminados e incluso las personas se muevan a través de una cadena de transporte diseñada para completar la planificación con costos mínimos, ya sea a nivel nacional internación o local.

En la hipótesis específica 3, se obtuvo el siguiente resultado: Chi cuadrado = 60,334 con un nivel de Sig. 0,000, Sig. < 0,05; por lo tanto, existe evidencia que la dimensión almacenamiento influye significativamente sobre la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022.

De lo anterior se puede encontrar ciertas similitudes con los resultados de la investigación de Álvarez (2021) en el que su resultado de correlación fue: R

Pearson =0,762 y $p=0,001<0,005$ en ese sentido, la variable almacén influye en la calidad de servicio en la empresa del sector comercial, lima 2020.

Así mismo Ramírez (2018) en el que sus resultados de correlación fueron: Rho de Spearman = 0,919 y $p=0,000<0,005$ por lo cual se acepta la hipótesis alterna, la cual propuso que la gestión de almacén influye en el control de calidad de la empresa MAS DISTRIBUCIONES S.A.C.

Por consiguiente, luego de comparar estos estudios, se puede afirmar que existen similitudes entre sus resultados, así mismo estas investigaciones se desarrollaron en contextos similares, ya que en la investigación planteada por Álvarez (2021) y por Ramírez (2018) corresponden al análisis de empresas del sector comercial.

De esta manera, esto tiene mucha semejanza con la definición Huguet et al. (2016) quienes mencionaron que la gestión de almacenes es un proceso de función logística que trata la recepción, almacenamiento y traslado dentro del almacén.

En la hipótesis específica 4, se obtuvo el siguiente resultado: Chi cuadrado = 49,886 con un nivel de Sig. 0,000, Sig. < 0,05; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, la cual planteó que existe evidencia que la dimensión control de inventario influye significativamente sobre la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022.

De lo anterior se puede encontrar ciertas similitudes con los resultados de la investigación de Pérez (2018) cuyo resultado muestra lo siguiente: Chi cuadrado de Pearson = 494,759 y $p=0,000<0,005$ por lo cual se acepta la hipótesis alterna, la cual propuso que, el control de inventario si mejora directamente en la calidad de servicio de una empresa de mantenimiento de cajeros automáticos.

Así mismo también se encontró ciertas similitudes con los resultados de la investigación de Álvarez (2021) en el que sus resultados de correlación y regresión fueron: R Pearson =0,775 y $p=0,000<0,05$ por lo cual se acepta la hipótesis alterna, la cual propuso que los inventarios influye en la calidad de servicio.

Por consiguiente luego de comparar estos tres estudios, se puede afirmar que existen similitudes entre sus resultados, a pesar de que estas investigaciones se desarrollaron en diferentes contextos, ya que en la investigación planteada por Pérez (2018) el contexto corresponde al sector financiero, específicamente al análisis de la calidad de servicio de una empresa de mantenimiento de cajeros automáticos, mientras que en el planteado por Álvarez (2021), el cual correspondió al análisis dentro de una empresa del sector comercial, por lo tanto estos estudios respaldan y refuerzan que existe una influencia y un efecto entre la dimensión control de inventario y calidad de servicio, confirmándose de esta forma las teorías presentadas en el marco teórico.

De esta manera, esto tiene mucha semejanza con la definición de Acosta (2017), quien definió al Control de inventario de la siguiente manera: Propósito de medir los niveles de existencias, encargándose en todo momento de atender la demanda, reduciendo costos.

En la hipótesis específica 5, se obtuvo el siguiente resultado: Chi cuadrado = 84,535 con un nivel de Sig. 0,000, Sig. < 0,05; y razón de verosimilitud Chi-cuadrado asociados a un p-valor= 0,000 < 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, la cual planteó que existe evidencia que la dimensión servicio al cliente influye significativamente sobre la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022.

De lo anterior se puede encontrar ciertas similitudes con los resultados de la investigación de Morocho y Santos (2018) cuyos resultados obtenidos mediante el Rho de Spearman son de 0.821 con un p valor de 0.000 ($p < 0.05$) lo que indica que existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

Así mismo Vilca et. al (2021) realizaron un estudio cuyos resultados fueron: Chi cuadrado = 63,333 con un nivel de Sig. 0,003 Sig. < 0,05; por lo tanto, se acepta la

hipótesis alterna, la cual planteó que existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación.

Por consiguiente, luego de comparar estos estudios, se puede afirmar que existen similitudes entre sus resultados, así mismo estas investigaciones se desarrollaron en contextos diferentes, ya que en la investigación planteada por Morocho y Santos (2018) corresponde al análisis de una empresa del sector comercial y el estudio de Vilca et. al (2021) corresponde al análisis de una organización financiera estatal.

De esta manera, esto tiene mucha semejanza con la definición de Torres et al. (2019) afirmaron que el servicio al cliente se considera como un conjunto de beneficios que un cliente espera más allá del producto o servicio básico.

VI. CONCLUSIONES

Se concluyó que si existe una influencia significativa debido a que se obtuvieron los siguientes resultados: Chi cuadrado de Pearson = 78,841 con un nivel de Sig. $0,000 < 0,05$; razón de verosimilitud Chi-cuadrado asociados a un p-valor = $0,000 < 0,05$; y el coeficiente de determinación R^2 Nagelkerke (0,49); por consiguiente se confirmó que existe evidencia que el proceso de distribución influye significativamente sobre la calidad de servicios de una empresa de cosméticos, Lima 2022, así mismo se precisó que el proceso de distribución influye en un 49%, sobre la calidad de servicio, porcentaje que permite aseverar que la variable dependiente es explicada en un 49% por la variable independiente es decir cuando exista un mejor proceso de distribución, se obtendrá una mayor calidad de servicio.

Se determinó que, si existe influencia significativa ya que se obtuvieron los siguientes resultados: Chi cuadrado de Pearson = 56,404 con un nivel de Sig. $0,000$, Sig. < 0.05 , razón de verosimilitud Chi-cuadrado asociados a un p-valor= $0,000 < 0,05$, por consiguiente se confirmó que existe evidencia que la dimensión procesamiento de pedidos influye significativamente sobre la calidad de servicios de una empresa de cosméticos, Lima 2022, es decir que cuando se aplique un correcto procesamiento de pedidos, se logrará una mayor calidad de servicio.

Se concluyó que, si existe influencia significativa debido a los siguientes resultados obtenidos: Chi cuadrado de Pearson = 77,690 con un nivel de Sig. $0,000$, Sig. < 0.05 , razón de verosimilitud Chi-cuadrado asociados a un p-valor= $0,000 < 0,05$, por consiguiente se afirmó que existe evidencia que la dimensión transporte de mercancías influye significativamente sobre la calidad de servicios de una empresa de cosméticos, Lima 2022, en ese sentido se puede mencionar que una

buena gestión del transporte de mercancías repercutirá positivamente en la calidad de servicio, facilitando las actividades con respecto a los tiempos de entrega de pedidos.

Se determinó que, si existe influencia significativa ya que se obtuvieron los siguientes resultados: Chi cuadrado de Pearson = 60,334 con un nivel de Sig. 0,000, Sig. < 0.05, razón de verosimilitud Chi-cuadrado asociados a un p-valor= 0,000 < 0,05, por consiguiente se confirmó que existe evidencia que la dimensión almacenamiento influye significativamente sobre la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022, por lo tanto mientras mejor se maneje el área de almacenamiento tanto en aprovisionamiento y distribución se podrá brindar una mejor calidad de servicio.

Se concluyó que, si existe influencia significativa ya que se obtuvieron los siguientes resultados: Chi cuadrado de Pearson = 49,886 con un nivel de Sig. 0,000, Sig. < 0.05, razón de verosimilitud Chi-cuadrado asociados a un p-valor= 0,000 < 0,05, por consiguiente se confirmó que existe evidencia que la dimensión control de inventario influye significativamente sobre la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022, por lo tanto mientras mejor se administre el control de inventario tanto se obtendrá una mejor calidad de servicio.

Se determinó que, si existe influencia significativa ya que se obtuvieron los siguientes resultados: Chi cuadrado de Pearson = 84,535 con un nivel de Sig. 0,000, Sig. < 0.05, razón de verosimilitud Chi-cuadrado asociados a un p-valor= 0,000 < 0,05, por consiguiente se confirmó que existe evidencia que la dimensión servicio al cliente influye significativamente sobre la calidad de servicio de una empresa de cosméticos, Lima 2022, por lo tanto mientras la empresa diseñe mejores políticas de servicio al cliente, se podrá brindar una mejor calidad de servicio.

VII. RECOMENDACIONES

Se precisan las siguientes recomendaciones para una empresa del sector cosméticos:

Buscar asesoría y consultoría sobre la Implementación de softwares logísticos de fácil manejo y de bajo costo como los sistemas ERP, o herramientas de digitalización logística, como el RFID el cual es un sistema que permite tener un rastreo físico del producto a través de etiquetas, el Blockchain o cadena de bloques es otra herramienta digital la cual garantiza el registro de información, ya que una vez generada no se puede alterarla o modificarla, estos sistemas podrían instalarse en el mediano plazo y de esa forma podrían contribuir a un mejor control y organización de los procesos, estos softwares deben ser diseñados de acuerdo a las funciones o actividades logísticas de la empresa, es decir tomando en cuenta las necesidades o carencias de sistemas que requiera la organización, de esta manera se podrán mejorar y optimizar los procesos de distribución, mejorando de esta forma no solo la competitividad de la organización sino también alcanzando una mayor calidad de servicio.

A través del área de compras se recomienda establecer criterios y patrones de evaluación de proveedores para obtener mayores beneficios de los que estos puedan brindar a la empresa, para así contribuir a un mejor aprovisionamiento de productos, tanto en variedad, calidad, rapidez de entrega, como en reducción de costos, todo ello con la finalidad de facilitar el proceso de pedidos, plazos de entrega y una mejor oferta al cliente, el cual cada vez más exige una mejor atención en los tiempos y formas de entrega de los productos que adquieren.

Se propone invertir en tecnología para mejorar los procesos transporte, específicamente dotando de un sistema de interconexión digital, la cual permita intercambiar datos o información en tiempo real entre la empresa, el medio de transporte y el cliente.

Se recomienda al área de finanzas hacer una cotización y análisis presupuestal el cual permita pronosticar los procesos y evaluar diferencias de costos y tiempos con la implementación de un sistema de Picking (recepción, selección y programación de entrega de los pedidos de manera sistematizada) y sin este, ya que este sistema permite obtener un control más eficiente en el área de almacenaje durante el proceso de pedidos, de esta forma se puede facilitar y agilizar los procesos del área de lotificación, cumpliendo y garantizando los plazos de la entrega de pedidos hacia los clientes, quienes finalmente podrían percibir una mejor calidad de servicio.

Se sugiere al área de recursos humanos, capacitar al personal del área de control de inventarios, en temas relacionados a herramientas digitales, como los mencionados en párrafos anteriores ERP, RFID y Blockchain, para en un mediano plazo el personal pueda manejar adecuadamente los procesos a través de estos sistemas o software de control de inventarios los cuales permitan tener un mayor rendimiento laboral tanto en proceso como en el control de stocks, de esta forma se obtendría una mejor trazabilidad y seguimiento de los productos durante todos sus procesos dentro de la organización, así mismo esto permitirá garantizar y cumplir adecuadamente los pedidos a los clientes en los plazos establecidos.

Se propone que la organización realice encuestas de forma periódica en relación al servicio percibido por los clientes, de esta manera se buscará identificar y actualizar las necesidades de los clientes, en ese sentido la empresa podrá diseñar y mejorar sus políticas y estrategias para brindar una mejor calidad de servicio

Finalmente, se recomienda a futuros investigadores, realizar estudios de nivel correlacional, causal, de enfoque cuantitativo de mayor alcance o profundidad, con

respecto a las diferentes dimensiones utilizadas en este estudio, lo cual permita explicar y profundizar en los diferentes resultados obtenidos, considerándose como factor principal las dos variables analizadas en esta investigación, de esta forma se permitirá motivar, incrementar y fortalecer los conocimientos con relación a los objetivos de esta investigación.

REFERENCIAS

Acosta, A. (2017). *Canales de distribución*. Fondo editorial Areandino

Aliaga, S. y Alcas, N. (2021). Análisis de la gestión administrativa y calidad del servicio en la atención de los partos humanizados en un hospital nacional de Lima. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 18-30.

<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1490>

Anaya, J. (2015). *El transporte de mercancías 2da edición: Enfoque logístico de la distribución*. ESIC Editorial.

Arciniegas, J. y Mejías, A. (2016). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *Revista Comuniación* 8(1)

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682017000100003&script=sci_abstract

Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las ciencias*, 2(3), 72-83

<https://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.mono1.ago>.

Arroyo, A. (2020) *Metodología de la investigación en ciencias empresariales*.

Universidad nacional de San Antonio Abad del Cuzco. URL:

<https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5402/L-2020-001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Belén, M., Chiriboga, P., Romero, M., Tapia, L. y Fuentes, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. *Revista Científica Dominio de las Ciencias* 7(4), 1430-1446

https://redib.org/Record/oai_articulo3365159-la-calidad-de-los-servicios-y-la-satisfacci%C3%B3n-del-cliente-estrategias-del-marketing-digital-caso-de-estudio-hacienda-tur%C3%ADstica-rancho-los-emilio%C2%B4s-alaus%C3%AD

Brage, M. (2020). *Análisis de datos categóricos: Regresión logística y multinomial*

Campaña, J., Romero, R., Labajos, M. y Moreno, N. (2019). Evaluación de la calidad de servicio en Atención Temprana: revisión sistemática. *90*(5), 301–309. <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2018.04.014>

Cardona, J., Orejuela, J. y Rojas, C. (2018). Gestión de inventarios y almacenamiento de materias primas en el sector de alimentos concentrados. *Revista EIA*, 15(30), 195-208.

<https://doi.org/10.24050/reia.v15i30.1066>

Dujak, D., Zdziarska, M, Koliński, A.(2017). Estándar GLN como facilitador de la identificación de la ubicación física dentro del proceso de distribución. *Logforum* 13 (3), 1. DOI: 10.17270/J.LOG.2017.3.1

Escudero, J. (2019). *Logística de almacenamiento 2da edición*. Ediciones Paraninfo

Fontalvo-Herrera, T., De-la-Hoz-Granadillo, E., y Mendoza-Mendoza, A. (2019). Procesos Logísticos y La Administración de la Cadena de Suministro. *Saber ciencia y libertad*, 14(2),102–112.
<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5880>

Gallardo, E. (2017) *Metodología de la investigación*. Universidad Continental.
URL:https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/D_O_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf

Gonzales, N. (2016). Presentación: Transporte y logística. *Revista Transporte y Territorio*, 14, 1-4.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=333046307001>

Henao, L. (2019). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y administración*, 65(3), 186.
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2318>

Hernández, S. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES: MEXICO

Huguet, J., Pineda, Z., y Gómez, E. (2016). Mejora del sistema de gestión del almacén de suministros de una empresa productora de gases de uso medicinal e industrial. *Sistema de información científica* 5(17),
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215049679007>

Izquierdo Espinoza, J. R. (2021). LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 8(1), 425–437. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>

- Loli, A., Del Carpio, J., Cuba, E., Vergara, A., Morales, S., Flores, M. y Lamas, L. (2015). La satisfacción y la calidad de servicio en Organizaciones publicas y privadas de Lima Metropolitana. *Revista de Investigación en Psicología*, 16(1), 171.
<https://doi.org/10.15381/rinvp.v16i1.3926>
- Lopa, M. (2020) *Logística y la calidad de servicio en los colaboradores del centro de distribución Sodimac, Lurín - 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú].
- Medinilla, A., Martínez, G., Covas, D., Gonzales, A. y Velastegui E. (2018). Procedimiento de mejora del proceso de gestión del pedido. *Ciencia Digital*, 2(3), 160-170.
<https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i3.142>
- Merino, Pasapera. F. P. y Ojeda Nuñez, T. G. (2021) *Gestión Logística y su Influencia en el Proceso Productivo de un Restaurante de Gastronomía Francesa. Río de janeiro, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85195/Merino_PFP-Ojeda_NTG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Meza Palomino, L. A. (2019) *Gestión logística y su influencia en la optimización del proceso de pedidos en la empresa Protech del Perú S.A.C, Callao 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65152/Meza_PLA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Miranda, M., Romero, M., Chiriboga, P., Tapia, L. y Fuentes, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística tancho los emilio's. Alausi. *Dominio de las ciencias* 7(4), 1430-1446.
<https://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4>

Morocho, T. y Burgos, S. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. *Revista de investigación*, 5(1), 22-39.

<https://doi.org/10.17162/riva.v5i1.1279>

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018) *Metodología de la investigación*. (5ª ed.). Ediciones de la U. URL: <https://es.slideshare.net/LuzKarenMeneses/metodologa-de-la-investigacin-5ta-edicinpdf>

Pérez, E. (2018) *Control de inventarios en la calidad de servicio de una empresa de mantenimiento de cajeros automáticos* [Tesis para optar el título de ingeniería industrial, Universidad Peruana los Andes].

<https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/961>

Pinheiro, O., Breval, S., Rodríguez, C., y Follmann, N. (2017) A new definition of internal logistics and how to evaluate it. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(2), 264-276. DOI:

<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v25n2/0718-3305-ingeniare-25-02-00264.pdf>

Ramírez, A. (2018) *Gestión de almacén y su relación con el control de calidad en la empresa MAS distribuciones S.A.C. Talavera, Andahuaylas, Apurímac-2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José María Arguedas].

<https://1library.co/document/yr2e57jz-gestion-almacen-relacion-empresa-distribuciones-talavera-andahuaylas-apurimac.html>

Samaniego, H. (2019). *Un modelo para el control de inventarios utilizando dinámica de sistemas*. 136-155.

<https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7376?mode=full>

Sánchez, A., Prado, H., Garro, L., Díaz, J., Aliaga, A., y Uribe, Y. (2020). La incidencia de la gestión por procesos en los organismos

gubernamentales. *Revista Gestión* 5(1),

84–102.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7468013>

Sembiring, N., Tarigan, U., Tiana, Y., y Nasution, M. (2020). Distribution improvement in achieving customer satisfaction. *Journal of Physics. Conference Series*, 1542(1), 012003.

<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1542/1/012003>

Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT* 85–101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

Toral, R. y Zeta, A. (2016). Gestión administrativa y calidad del servicio en el área jurídica, social y administrativa, de la Universidad Nacional de Loja. *Revista Sur Academi* 6(1), 77-89

<https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/268#:~:text=El%20estudio%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20Y,acad%C3%A9micos%3B%20el%20estudio%20re%C3%BAnelas%20condiciones>

Torres, O., Chuga, J. y Cazar, A. (2019). Atención al cliente: un análisis al servicio que brindan los restaurantes en la ciudad de Ibarra – Ecuador. *Holopraxis*, 3(1), 001-014

<https://www.revistaholopraxis.com/index.php/ojs/article/view/104>

Valenzuela, N., Buentello, C., Gómez, L. y Villareal, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista Gestión Organizaciones y Negocios* 6(2), 18-24

<https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/159>

- Velásquez, E. (2019) La logística de distribución y los servicios de atención al cliente en la empresa Ajeper del oriente S.A – Pucallpa. [tesis para obtener licenciatura, universidad agraria de la selva.]
http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1479/EVR_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vilca, C., Vilca, M. y Armas, M. (2021) *Vista de Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco de la Nación, Perú*. 24(2): 103-108, 2021
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/3589/4267>
- Vite, N. (2019) Gestión por procesos y calidad de servicio según colaboradores de la dirección Nacional de Fiscalización y Procesos Electorales del Jurado Nacional de Elecciones, Lima 2015. [tesis de maestría, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]
[TM AD-Gp 4869 V1 - Vite Rivas Nelly Mercedes.pdf \(une.edu.pe\)](TM AD-Gp 4869 V1 - Vite Rivas Nelly Mercedes.pdf (une.edu.pe))
- Zouari, G., & Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era: evidence from Islamic banking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1).
<https://doi.org/10.1186/s13731-021-00151-x>

ANEXOS: Anexo 1 Matriz de operacionalización Variable: Proceso de distribución

| Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de Medición |
|--------------------|---|--|--|---|---|--|
| Proceso de Pedidos | Es un sistema que está compuesto por un conjunto de actividades, las cuales, organizadas eficientemente, permiten optimizar costos (A. Acosta, 2017, p.86). | El proceso de pedidos está compuesto por un conjunto de actividades como; el procesamiento de pedidos, el transporte de mercancías, el almacenamiento, el control de inventarios y el servicio al cliente, los cuales se integran con la finalidad de obtener un beneficio favorable. (A. Acosta, 2017, p.86). | <p>Procesamiento de Pedidos</p> <p>Transporte de Mercancías</p> <p>Almacenamiento</p> <p>Control de inventarios</p> <p>Servicio al cliente</p> | <p>Verificación</p> <p>Sistemas de información gerencial</p> <p>Recursos humanos</p> <p>Instrucciones al personal</p> <p>Ubicación de la mercancía</p> <p>Entrega de productos</p> <p>Optimización de tiempos</p> <p>Seguridad</p> <p>Calidad</p> <p>Instalaciones</p> <p>Control</p> <p>Productos</p> <p>Rotación de inventario</p> <p>Pérdidas de inventario</p> <p>Anteriores a la transacción</p> <p>Durante la transacción</p> <p>Posteriores a la transacción</p> | <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>7-8</p> <p>9-10</p> <p>11-12</p> <p>13-14</p> <p>15-16</p> <p>17-18</p> <p>19-21</p> <p>22-24</p> <p>25-26</p> <p>27-28</p> <p>29-30</p> | <p>Ordinal</p> <p>El inventario está compuesto por 20 reactivos de opción múltiple:</p> <p>Nunca = 1</p> <p>Casi nunca = 2</p> <p>A veces = 3</p> <p>Casi siempre = 4</p> <p>Siempre = 5</p> |

Matriz de operacionalización Variable: Calidad de Servicio

| Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de Medición |
|---------------------|--|--|---|---|--|--|
| Calidad de Servicio | La evaluación de la calidad de servicio nace de la opinión del cliente quien informa a la empresa si está ofreciendo un servicio con una calidad alta o baja (Strenitzerová & Gaña, 2018). | Para esta investigación, se acepta la definición de Parasuraman et al. (1985; 1993), dada su aceptación en muchos sectores económicos, y por contener factores como las expectativas y la percepción del servicio. Además, su definición tiene referentes adaptables al contexto de las telecomunicaciones, como lo son las 5 dimensiones determinantes de la calidad de servicio. | <p>Confiabilidad</p> <p>Capacidad de Respuesta</p> <p>Seguridad</p> <p>Empatía</p> <p>Elementos tangibles</p> | <p>Servicio confiable Garantía</p> <p>Servicio eficiente Solucionar sus problemas</p> <p>Preparación de los empleados Cortesía Habilidad para transmitir confianza y seguridad</p> <p>Atención Conocimiento de las necesidades del cliente Horarios de atención flexible</p> <p>Instalaciones cómodas y atractivas Materiales para las comunicaciones Apariencia del trabajador</p> | <p>1- 3 4 - 6</p> <p>7- 9 10 - 12</p> <p>13-14 15-16</p> <p>17-18 19-20 21-22 23-24</p> <p>25-26 27-28 29-30</p> | <p>Ordinal</p> <p>El inventario está compuesto por 40 reactivos de opción múltiple:</p> <p>Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5</p> |

Anexo 2. Instrumento de medición Cuestionario del modelo SERVQUAL

| DIMENSIONES | PREGUNTAS | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|------------------------|-----------|--|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | |
| Fiabilidad | 1. | Cuando la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple | | | | | | | |
| | 2. | Cuando el cliente tiene un problema, la empresa muestra un sincero interés en resolverlo. | | | | | | | |
| | 3. | La empresa, desempeña bien el servicio por primera vez. | | | | | | | |
| | 4. | La empresa proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo. | | | | | | | |
| | 5. | La empresa debe insistir en registros libres de error. | | | | | | | |
| Capacidad de respuesta | 6. | La empresa mantiene informado a sus clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios. | | | | | | | |
| | 7. | Considera que brindan un servicio rápido | | | | | | | |
| | 8. | Siempre están dispuestos a ayudar al cliente | | | | | | | |
| | 9. | Considera que nunca están demasiados ocupados para ayudar al cliente | | | | | | | |
| Seguridad | 10. | Considera que le transmite confianza al cliente | | | | | | | |
| | 11. | Considera que el cliente siente seguridad cuando realiza transacciones con la empresa. | | | | | | | |
| | 12. | ustedes, tienen un trato cortés hacia los clientes | | | | | | | |
| | 13. | Tienen el conocimiento para responder a sus preguntas o aclarar sus dudas | | | | | | | |
| Empatía | 14. | La empresa le brinda atención individualizada | | | | | | | |
| | 15. | La empresa cuenta con colaboradores que brindan atención personalizada cada uno de los clientes. | | | | | | | |
| | 16. | La empresa se preocupa por cuidar los intereses de sus clientes | | | | | | | |
| | 17. | Usted entiende sus necesidades específicas de los clientes | | | | | | | |
| | 18. | La empresa tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes. | | | | | | | |
| Elementos tangibles | 19. | La empresa cuenta con equipos de aspecto moderno | | | | | | | |
| | 20. | Las instalaciones físicas de la empresa, son atractivas. | | | | | | | |
| | 21. | Muestra una apariencia pulcra antes los clientes | | | | | | | |
| | 22. | Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos | | | | | | | |

Instrumento de medición Cuestionario Proceso de distribución

| Nº | PREGUNTAS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Se realizan auditorías internas a los procesos de pedidos | | | | | |
| 2. | Los sistemas de información se adaptan a las necesidades de la empresa | | | | | |
| 3. | La rotación de personal influye en el despacho de pedidos | | | | | |
| 4. | Se realizan capacitaciones al personal | | | | | |
| 5. | La pérdida de registros o códigos de los lotes o cajas de pedidos afectan el despacho de pedidos | | | | | |
| 6. | Se cumple las metas del proceso de pedidos diarios | | | | | |
| 7. | Los medios de transporte realizan la entrega de productos a tiempo | | | | | |
| 8. | Cuentan con la disponibilidad de medios de transporte en todo momento | | | | | |
| 9. | Utilizan todos los equipos de seguridad para la carga y descarga de productos | | | | | |
| 10. | La empresa le facilita toda la documentación de manifiesto de carga para el traslado de mercancías | | | | | |
| 11. | El medio de transporte cumple con los requerimientos y cuidados necesarios para trasladar los productos | | | | | |
| 12. | Considera que el servicio de transporte de mercancías que brinda su empresa es óptimo | | | | | |
| 13. | Se planifica la capacidad de las instalaciones en función a la demanda | | | | | |
| 14. | Los almacenes de productos cumplen con los requerimientos y cuidados necesarios | | | | | |
| 15. | Realizan pruebas o análisis de calidad a sus productos antes de ser almacenados | | | | | |
| 16. | Se coteja la salida de productos de acuerdo a lo solicitado por las órdenes de compra | | | | | |
| 17. | Los productos son registrados de forma sistemática y ordenada | | | | | |
| 18. | Los productos dañados o deteriorados son reportados inmediatamente | | | | | |
| 19. | Se realizan controles de inventarios | | | | | |
| 20. | Se conoce con exactitud las existencias que tienen bajo y alto movimiento | | | | | |
| 21. | Se realizan controles periódicos de las fechas de vencimiento los productos | | | | | |
| 22. | Se realizan pruebas para corroborar que todos los productos fueron inventariados | | | | | |
| 23. | la pérdida de inventarios afecta considerablemente los niveles de stock | | | | | |
| 24. | Los reportes por pérdida de inventarios se hacen por funcionarios autorizados | | | | | |
| 25. | Recibe capacitaciones sobre atención al cliente | | | | | |
| 26. | Los horarios de la empresa se adecuan a las necesidades de sus clientes | | | | | |
| 27. | Se mantiene una constante comunicación con los clientes | | | | | |
| 28. | La información brindada es clara y precisa | | | | | |
| 29. | Se atiende de manera oportuna los reclamos de los clientes | | | | | |
| 30. | Se realiza una atención postventa | | | | | |

Anexo 3: Confiabilidad del instrumento

Proceso de distribución

Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,952 | 30 |

Calidad de servicio

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,955 | 44 |

Anexo 4: validación de expertos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Mgrt. Gabriela Medina Guizado**

DNI: 72674439

Especialidad del validador:

LIMA 24 de octubre del 2022

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

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

Firma del Experto Informante.
Especialidad



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Mgrt., Carlos Alberto Sarango Seminario**

DNI: 40339577

Especialidad del validador: **Administración Estratégica de Empresas**

LIMA 02 de DICIEMBRE del 2022

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

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

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 5. Evidencias internas.

| PLANTEAMIENTO | HIPÓTESIS | RESULTADOS |
|-------------------------------|---|---|
| HIPOTESIS GENERAL | El proceso de distribución influye significativamente en la calidad de servicio en una empresa de cosméticos, 2022 | Chi-cuadrado = 78,841 Sig. (bilateral) = 0,000 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1 | El procesamiento de pedidos influye significativamente en la calidad de servicio en una empresa de cosméticos, 2022 | Chi-cuadrado = 56,404 Sig. (bilateral) = 0,000 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2 | El transporte de mercancías influye significativamente en la calidad de servicio en una empresa de cosméticos, 2022 | Chi-cuadrado = 77,690 Sig. (bilateral) = 0,000 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3 | El almacenamiento influye significativamente en la calidad de servicio en una empresa de cosméticos, 2022 | Chi-cuadrado = 60,334 Sig. (bilateral) = 0,000 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4 | El control de inventarios influye significativamente en la calidad de servicio en una empresa de cosméticos, 2022 | Chi-cuadrado = 49,886 Sig. (bilateral) = 0,000 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 5 | El servicio al cliente influye significativamente en la calidad de servicio en una empresa de cosméticos, 2022. | Chi-cuadrado = 84,535 Sig. (bilateral) = 0,000 |

Evidencias Externas.

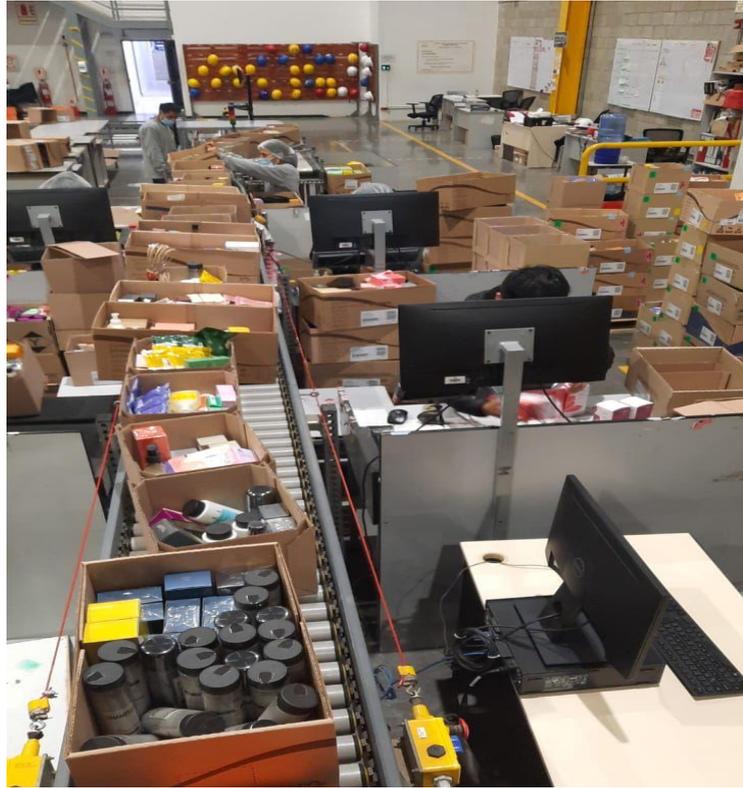
| PLANTEAMIENTO | AUTOR | HIPÓTESIS | RESULTADOS |
|-------------------------------|----------------------------|--|--|
| HIPÓTESIS GENERAL | Aliaga y Alcas (2020) | La gestión administrativa incide en la Calidad de Servicio | Chi-cuadrado = 50,397 Sig. (bilateral) = 0,01 |
| | Segundo (2021) | La gestión por procesos incide en la calidad de servicios | Chi-cuadrado = 18,103 Sig. (bilateral) = 0,049 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1 | Lopa (2020) | Incidencia de la dimensión proceso en la calidad de servicio | Rho Spearman = 0,350 P= 0,004<0,05 |
| | Meza (2019) | Aprovisionamiento de mercancías influye en la optimización de proceso de pedidos | R Pearson = 0,689 P= 0,000<0,05 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2 | Huertas (2018) | Influencia de la dimensión transporte en la satisfacción del cliente | Rho Spearman = 0,750 P= 0,000<0,05 |
| | Chevarría y Huaycha (2021) | determinar la relación entre la subcontratación, los costos y la calidad del servicio logístico de transporte terrestre de carga de mercancías | Chi-cuadrado = 86,642 Sig. (bilateral) = 0,000 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3 | Álvarez (2021) | El almacén influye en la calidad de servicio | R Pearson = 0,762 P= 0,001<0,05 |
| | Ramírez (2018) | El almacén influye en la mejora continua de la empresa | Rho Spearman = 0,919 P= 0,000<0,05 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4 | Pérez (2018) | Determinar la influencia del control de inventario en la calidad de servicio | Chi-cuadrado = 494,759 Sig. (bilateral) = 0,000 |
| | Álvarez (2021) | Los inventarios influyen en la calidad de servicio | R Pearson = 0,775 P= 0,000<0,05 |
| HIPÓTESIS ESPECÍFICA 5 | Morocho y Santos (2018) | Plantea que existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente | Rho Spearman = 0,821 P= 0,000<0,05 |
| | Vilca et al. (2021) | Plantea que existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente | Chi-cuadrado = 63,333 Sig. (bilateral) = 0,003 |



Reporte General - 100% Comprometidos

| DNI | NOMBRE | CUENTA | AREA | SUB AREA | FECHA INICIO | FECHA TERMINO | SITUACION | TOTAL FALTAS | TOTAL ATRASO |
|-----------|----------------------------------|--------|----------------|-------------------------------------|--------------|---------------|------------|--------------|--------------|
| 7348338 | QUISE BORDA, JOAN MANUEL | AVON | ADMINISTRATIVO | ANALISTA DE OPERACION | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 2 |
| 40417414 | MENDOZA JULCA, EDUARDO DAVID | AVON | ADMINISTRATIVO | SUPERVISOR GENERAL | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 1 |
| 03664989 | SAAVEDRA CISNEROS, OMAR ALONSO | AVON | ADMINISTRATIVO | JEFE DE CUENTA | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 1 |
| 47214001 | GARCIA GARCIA, PIERO ALEXANDER | AVON | PICKING | LANZADO ETIQUETAS | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 0 |
| 48752035 | HUAMAN CHAVEZ, PERCY EDWIN | AVON | PICKING | MAQUINA CERRADORA | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 0 |
| 75532413 | CHAVESTA SALDANA, JORGE ARMANDO | AVON | PICKING | ABASTECEDOR DE LINEA ALTO/BAJO GIRO | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 1 |
| 46750790 | CHOQUE ROJAS, LUIS ANTONIO | AVON | PICKING | ABASTECEDOR DE LINEA ALTO/BAJO GIRO | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 0 |
| 62514660 | FERNANDEZ RUIZ, MICHEL | AVON | PICKING | ABASTECEDOR DE LINEA ALTO/BAJO GIRO | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 2 |
| 40455377 | VILA PALOMINO, CHRISTIAN ALBERTO | AVON | PICKING | ABASTECEDOR DE LINEA ALTO/BAJO GIRO | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 0 |
| 74493857 | TANTAS CAMPOS, TEOBALDO RAULICO | AVON | PICKING | ABASTECEDOR DE LINEA RECICLAR | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 0 |
| 70884437 | HUANCACURE FOCO, LUIS ALBERTO | AVON | PICKING | ENCARGADO ABASTECIMIENTO | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 0 |
| 023621555 | STURUP BRAVO, EDUVIGES ESTHER | AVON | PICKING | ACOMODADORES | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 0 |
| 71481946 | CUYA LOPEZ, PATRICIA LIZET | AVON | PICKING | OPERADOR (CALIDAD) | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 0 |
| 41864301 | MIRANDA CACERES, JAMES YOLVI | AVON | PICKING | OPERADOR COMPAGNADO Y FLUJIDE | 01-09-2022 | 02-09-2022 | EN CARRERA | 0 | 0 |







UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, HUAMANI CAJALEON DIANA LUCILA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Impacto del proceso de distribución en la calidad de servicio en una empresa cosméticos, 2022", cuyo autor es BARDALEZ MAGALLANES MIDORI ANABELL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23.00%, 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.

LIMA, 25 de Noviembre del 2022

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|--|--|
| HUAMANI CAJALEON DIANA LUCILA DNI: 43648948 ORCID: 0000-0001-8879-3575 | Firmado electrónicamente por: DLHUAMANIC el 30- 11-2022 18:11:15 |

Código documento Trilce: TRI - 0455013