



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio
en una empresa tecnológica en Piura, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Mendoza Reyes, Ubaldina (orcid.org/0000-0003-2665-5323)

Rodriguez Calle, Deysi Magaly (orcid.org/0000-0002-5603-6753)

ASESOR:

Dr. Roger Burgos Bardales (orcid.org/0000-0003-2149-0742)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A nuestros padres José y Reydelinda, Santos y Rosa, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo nos han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcarnos en nosotras el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios esta con nosotras siempre.

Las autoras

AGRADECIMIENTO

Todo el trabajo realizado fue posible gracias al apoyo incondicional de Alexar, mi esposo, que estuvo a mi lado en los momentos difíciles. También gracias a mis padres y mis hermanos, que me dieron todo lo que necesité. Nada de esto hubiera sido posible sin ustedes.

Gracias infinitas a ustedes y, por supuesto, a Dios, por ponerlos en mi camino.

Rodríguez calle Deysi Magaly

Gracias a mis padres: Santo y Rosa, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos y principios que me han inculcado. y a mis hijos, Gerson, Isaí, Adrián por haberme dado su apoyo y fortaleza durante todo este tiempo.

De manera especial queremos agradecer a nuestro asesor de tesis, por habernos guiado en la elaboración de este trabajo de titulación, y a la Universidad Cesar Vallejo de Piura, por habernos brindado tantas oportunidades y enriquecernos en conocimiento.

Mendoza Reyes Ubaldina



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BURGOS BARDALES ROGER, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023", cuyos autores son MENDOZA REYES UBALDINA, RODRIGUEZ CALLE DEYSI MAGALY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, 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.

PIURA, 29 de Junio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
BURGOS BARDALES ROGER DNI: 07497178 ORCID: 0000-0003-2149-0742	Firmado electrónicamente por: RBURGOSB el 22- 07-2023 18:43:05

Código documento Trilce: TRI - 0558995





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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, MENDOZA REYES UBALDINA, RODRIGUEZ CALLE DEYSI MAGALY estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
MENDOZA REYES UBALDINA DNI: 44041708 ORCID: 0000-0003-2665-5323	Firmado electrónicamente por: UMENDOZAR el 04-08-2023 11:58:17
RODRIGUEZ CALLE DEYSI MAGALY DNI: 76676739 ORCID: 0000-0002-5603-6753	Firmado electrónicamente por: DRODRIGUEZCA98 el 09-07-2023 09:12:37

Código documento Trilce: INV - 1271970



ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5. Procedimientos.....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN.....	33
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Análisis de la gestión logística en la dimensión compras</i>	21
Tabla 2	<i>Análisis de la gestión logística en la dimensión almacenaje</i>	23
Tabla 3	<i>Análisis de la gestión logística en la dimensión distribución</i>	25
Tabla 4	<i>Calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica</i>	27
Tabla 5	<i>Calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica según dimensiones</i>	28
Tabla 6	<i>Prácticas que se pueden proponer en el sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio de la empresa tecnológica</i>	29

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1	<i>Esquema de diseño de investigación</i>	14
-----------------	---	----

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad proponer un sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023, siendo un estudio aplicado, de enfoque mixto, descriptivo y propositivo, con diseño no experimental transversal, en donde se aplicaron entrevistas a los 5 colaboradores de la empresa y cuestionarios a 60 clientes. Se empleó el análisis interpretativo para las entrevistas y el análisis estadístico para los cuestionarios. Los resultados mostraron deficiencias en las funciones de compras, almacenamiento y distribución de la empresa, como la falta de uso de reportes de ventas, ausencia de un sistema para registrar los requerimientos de colaboradores, falta de evaluación de proveedores y seguimiento inadecuado de los productos entregados en tienda. Por otro lado, la calidad de servicio fue considerada buena por el 68,3% de clientes, aunque la empatía del personal recibió una calificación regular. Para mejorar, se planteó implementar mejoras en las plantillas Excel de gestión logística, realizar capacitaciones, establecer procedimientos logísticos formales, mejorar la distribución de almacén y el seguimiento de productos y clientes. En resumen, la propuesta de sistema de gestión logística se basó en cinco estrategias clave para mejorar la calidad de servicio en la empresa.

Palabras Clave: Gestión, logística, calidad, servicio.

ABSTRACT

The purpose of this research was to propose a logistics management system to improve the quality of service in a technology company in Piura, 2023, being an applied study, with a mixed, descriptive and proactive approach, with a non-experimental cross-sectional design, where interviews with the 5 employees of the company and questionnaires with 60 clients. Interpretative analysis was used for the interviews and statistical analysis for the questionnaires. The results showed deficiencies in the company's purchasing, storage and distribution functions, such as the lack of use of sales reports, the absence of a system to record the requirements of collaborators, the lack of evaluation of suppliers and inadequate follow-up of the products delivered. in shop. On the other hand, the quality of service was considered good by 68.3% of clients, although the empathy of the staff received a fair rating. To improve, it was proposed to implement improvements in logistics management Excel templates, conduct training, establish formal logistics procedures, improve warehouse distribution and product and customer monitoring. In summary, the logistics management system proposal was based on five key strategies to improve the quality of service in the company.

Keywords: Management, logistics, quality, service.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la gestión logística constituye una de las labores de mayor importancia en las organizaciones, debido a que va a garantizar que las operaciones y actividades productivas se realicen sin inconvenientes y se cumplan con los objetivos. La logística provee a las empresas de recursos que van a requerir para la producción o comercialización de sus productos y servicios, además provee de recursos a las áreas de apoyo. Para ello, el proceso logístico se encarga de las funciones de compra, almacenamiento y distribución de servicios y bienes indispensables para que las empresas puedan atender al mercado.

A nivel internacional, se han identificado diversos problemas relacionados con la gestión logística. Por ejemplo, en Pakistán se han detectado problemas como un exceso de personal logístico, altos costos de almacenamiento y una entrega inadecuada de los pedidos a los clientes (Khan et al., 2022). De manera similar, en India se han identificado dificultades logísticas, como un control deficiente de la caducidad de los productos almacenados y altos costos asociados a la gestión de inventarios (Maheshwari et al., 2021). En Argentina, se han reportado casos de exceso de inventarios, utilización de almacenes inadecuados y productos deteriorados (Marziali et al., 2021), mientras que en Polonia se han observado deficiencias en el control de los almacenes, tanto en excesos como en faltantes de inventario, además de la insatisfacción de los clientes respecto a los pedidos recibidos (Malindzakova & Zimon, 2019).

La función logística es muy importante dentro de cada organización porque contribuye a mejorar los procesos de servicio al cliente e incrementar las ventas, generando un impacto positivo en el sector empresarial nacional e internacional. Por ejemplo, de acuerdo a Granados (2022), la actividad logística en las empresas españolas movilizó cerca de 725 millones de transacciones con el mercado exterior durante el 2021, siendo este un 6% mayor que el 2020, percibiéndose que la gestión del proceso logístico no solo está permitiendo la reducción de costos en las empresas, sino garantizando mejores servicios y mayores ventas. Las empresas que importan productos en el mercado exterior deben tener mucho cuidado al

momento de gestionar su cadena logística, por lo que deben contar con unidades u oficinas encargadas exclusivamente de estas funciones.

Los procesos de servicio y atención al cliente, por su lado, son vital importancia para las empresas debido a que permiten satisfacer a los clientes y brindarle mejores experiencias, por lo que es necesario mejorar los procesos logísticos internos. García (2020) mencionó que el 86% de los clientes de las empresas mexicanas tuvieron disposición a pagar mayor cantidad de dinero siempre y cuando se les entregue mayores beneficios y experiencias al usar el servicio o producto, no obstante, solo el 1% de esos clientes consideraron que las empresas lograron cumplir con sus expectativas. Estos datos fueron el reflejo de la existencia de un problema bastante común en las condiciones de los bienes y servicios que recibieron los clientes de sus empresas proveedoras, que pudo tener como causa las fallas en la gestión del proceso logística que padecen las empresas.

A nivel nacional, según un artículo informativo de la revista Logistec (2021), las empresas peruanas debieron prestar mayor atención a sus oficinas de logística para fortalecer su cadena productiva, diseñar mejores propuestas de valor para los clientes y generar mayores rentabilidades, puesto que el 38.5% de empresas peruanas carecieron de un responsable que se pueda encargar de la gestión logística. Esta situación generó que las funciones de adquisiciones, negociación con proveedores, almacenamiento y distribución de productos no se lleven a cabo correctamente, debido a la ausencia de una persona que pudiera administrarlas, lo que pudo generar problemas en las condiciones de atención a clientes.

Según un artículo elaborado por la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (2022), el costo logístico estimado a nivel nacional rondó el 16% de los ingresos de las empresas. Es decir, para cada 100 soles de ventas, las empresas gastaron alrededor de 16 soles en la logística. Este valor fue alto en relación a países como Colombia, Estados Unidos, y el promedio de Latinoamérica, lo que reflejó el gran impacto que tuvo lo que da mayor relevancia a la gestión logística en las empresas.

A nivel regional, en un artículo informativo de Cerna (2020), se mencionó que los costos relacionados a la cadena logística constituyeron uno de los elementos más indispensables para mejorar la competitividad y los resultados

económicos de las empresas piuranas. En ese sentido, fue de suma importancia que estas mejoren la eficiencia de sus procesos logísticos para que sean más competitivas en el ámbito regional y global, puesto que actualmente poseen deficiencias. Para ello, se llevó a cabo la “Encuesta Nacional de Logística 2020”, que permitió detectar los factores que las empresas debieron mejorar a fin de minimizar costos, mejorar la calidad de su servicio y ser más competitivas.

Ahora bien, la empresa objeto de estudio, dedicada a la importación y venta de productos tecnológicos, se ubica en el departamento de Piura, y los problemas que presentaron actualmente estuvieron relacionados con su gestión logística, puesto que es algo recurrente que los pedidos que se hacen a los proveedores se reciban fuera de la fecha establecida, o que las condiciones de algunos pedidos no sean las adecuadas. Se debe tener en cuenta que, tal como se ha revisado párrafos arriba, la gestión logística impacta directamente a la calidad de atención y servicio.

Frente a lo expuesto, la presente investigación pretendió indagar sobre los elementos de la gestión logística que se deben corregir para perfeccionar la calidad del servicio del negocio, y diseñar un sistema de gestión logística. En ese sentido, se planteó la siguiente pregunta general de investigación: ¿Cómo debe ser el sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023? Asimismo, se han planteado las siguientes preguntas específicas: (1) ¿Cómo es la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica?; y (2) ¿Cómo es la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica? (3) ¿Cuáles son las mejores prácticas en gestión logística que se pueden proponer en el sistema para mejorar la calidad de servicio de la empresa tecnológica?

Este estudio se justifica desde una perspectiva teórica debido que ha permitido profundizar en el conocimiento de la gestión logística y calidad de servicio, así como en la relevancia que tiene contar con un sistema de gestión de la función logística para el mejoramiento del servicio al cliente; además, este estudio ha permitido contrastar las bases teóricas existentes con la situación real de la empresa estudiada. Asimismo, los datos obtenidos de este estudio contribuyen con la solución de la problemática de la empresa a través de la

formulación de un sistema de gestión del proceso logístico a fin de mejorar la calidad del servicio. Por otro lado, este estudio beneficia al propietario de la empresa, al brindar información valiosa y proporcionarle una herramienta de mejora para la gestión del proceso logístico, y también a los clientes, porque este estudio es un paso previo a la mejora de los procesos del servicio y atención. Finalmente, la metodología empleada en este estudio puede ser replicada en otras investigaciones que se realicen sobre el mismo tema en diferentes contextos.

El objetivo general fue: Proponer un sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023. Asimismo, los objetivos específicos fueron: (1) Describir la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica; (2) Describir la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica, y (3) Determinar las mejores prácticas en gestión logística que se pueden proponer en el sistema para mejorar la calidad de servicio de la empresa tecnológica.

Debido a que este trabajo investigativo es de nivel descriptivo propositivo, no se requirió la formulación de hipótesis, debido a lo manifestado por Hernández y Mendoza (2018), que solo son necesarias las hipótesis en investigaciones descriptivas que tienen como intención predecir cifras, así como en investigaciones de alcance relacional y causal o explicativo.

II. MARCO TEÓRICO

En la primera sección del marco teórico, se exponen los estudios previos que examinan en qué medida se han estudiado las variables gestión logística y la calidad de servicio:

En el ámbito internacional, se realizaron estudios sobre gestión logística como el de Zelada (2022), quien investigó sobre la asociación de la gestión logística con la atención al cliente en un negocio del rubro de alimentos. Este estudio fue de tipo aplicada, descriptivo relacional, observacional y transaccional, siendo la muestra un total de 197 colaboradores, a quienes se les suministraron cuestionarios. El autor concluyó que existen evidencias de correlación entre la gestión de la cadena logística y la atención brindada a los clientes, asimismo, las dimensiones de la gestión logística: gestión de materiales y distribución, también se relacionaron significativamente con la atención al cliente.

Burity (2020) realizó un estudio para describir la eficiencia de la gestión de la cadena logística y su grado de importancia en la satisfacción de los clientes. Esta investigación fue cualitativa no experimental, en donde se revisó literatura científica obtenidas de bases de datos como Google Scholar, AMU, Sage Journals, entre otros. La autora concluye que la revisión documental que se realizó mostró evidencias científicas de una relación entre la eficiencia de la gestión de la cadena logística y la calidad en la atención a los clientes, lo que impacta positivamente en su grado de satisfacción.

Carlos (2020) llevó a cabo una investigación sobre la gestión logística en empresas que comercializan bebidas y su efecto en la competitividad y reducción de gastos. Esta investigación fue descriptiva, de diseño observacional y transeccional, siendo la población de estudio cuatro empresas del rubro, en donde se aplicaron cuestionarios. El autor concluyó que existe un muy alto nivel de cumplimiento en la gestión de las compras, almacenamiento, planificación y distribución de los productos.

Calzado (2020) realizó un estudio que tuvo como propósito optimizar el desempeño de la gestión logística en almacenes mayoristas de un operador

logístico. Este estudio se realizó utilizando el método dialéctico, inductivo y deductivo, mediante un análisis de material bibliográfico y observación, y los métodos cuantitativos, mediante la encuesta. El autor concluyó que la formulación de un procedimiento para la gestión en el operador logístico contribuyó en el planteamiento de tácticas para fortalecer la atención al cliente. El diagnóstico señaló que existe insatisfacción por parte de los clientes y empleado inadecuado de equipamiento tecnológico para el almacén.

Martínez y El Kadi (2019) realizaron un estudio con la finalidad de establecer el vínculo existente entre la logística Integral y la calidad total, que están dirigidas al cliente. El estudio fue de tipo cualitativo, a través de la revisión de la bibliografía. Los autores concluyeron que es muy importante que el proceso logístico y la calidad se vinculen, orientados a la satisfacción plena del cliente mediante procesos eficiente y en mejora constante.

Alemán, et al. (2019) llevaron a cabo un estudio sobre un análisis de la cadena de suministro en empresas biotecnológicas, con el propósito de conocer cómo funciona el proceso logístico que permita facilitar las decisiones en las empresas. El estudio fue cualitativo documental, en donde se realizaron entrevistas y encuestas a 13 colaboradores de la empresa. Los autores concluyeron que la situación del proceso logístico es regular de acuerdo al 59,22% de entrevistados, en donde los procedimientos críticos se ubicaron en las actividades de materiales, información y trabajo. Por otro lado, la implementación de una propuesta de gestión logística permitió la integración de todas las actividades.

Torres y Calsina (2019) llevaron a cabo una investigación sobre la implantación de una propuesta para gestionar la cadena logística en organizaciones del sector farmacéutico que permita la optimización de su proceso de abastecimiento. Este estudio fue de tipo aplicado, descriptivo, en donde se trabajó con 5 empresas pertenecientes al sector, de las cuales se revisó documentación. Los autores concluyeron que el modelo de gestión logística contribuye a mejorar inmediatamente la cadena de suministro.

Asimismo, también existen algunos estudios realizados sobre calidad de servicio dentro de las cuales se encuentran el de Silva, et al. (2020), quienes

realizaron un estudio sobre el vínculo entre la calidad de atención, el grado de satisfacción y fidelidad de los clientes. El estudio fue cuantitativo, exploratorio, descriptivo y correlacional, con diseño de estudio de caso, en dónde se trabajó con una empresa del rubro papelerero, en dónde se aplicaron cuestionario. Los autores concluyeron que existe un vínculo significativo directo y alto entre las variables, en dónde la dimensión elementos tangibles fue la que más se asoció con la satisfacción y la fidelidad del cliente. Asimismo, se encontró que todas las dimensiones de la calidad de atención logran explicar el 73,71% de la variabilidad de las otras dos variables, por lo que se asume que la calidad del servicio y atención son importante para el crecimiento de la empresa.

Jarrín y Ormaza (2021) realizaron un estudio sobre una propuesta para gestionar las condiciones del servicio en organizaciones comercializadoras de aparatos eléctricos. Este estudio fue descriptivo, en donde se trabajó con 183 clientes, a quienes se les aplicaron cuestionarios. Los autores concluyeron que más del 80% de clientes indicó que no se les brindó información correcta sobre los productos, por lo que es importante que las organizaciones del rubro empleen medios de información para los clientes, y cuenten con colaboradores preparados en atención al público.

Jiménez, et al. (2019) realizaron un estudio sobre la percepción que tiene los clientes sobre la calidad de atención en un restaurante. El estudio fue descriptivo observacional, y se trabajó con 100 clientes a quienes se les aplicaron cuestionarios. Los autores concluyeron que la atención es favorable en el restaurante, no obstante, existen debilidades que debe mejorarse. Para los clientes es importante el trato personalizado, la amabilidad y la intención de ayudar.

Zambrano y Orellana (2018) realizaron un estudio sobre los factores influyentes en la calidad de atención de empresas de transportes en Ecuador para plantear una propuesta de mejora. Fue de enfoque mixto, en donde se utilizaron cuestionarios y entrevistas, y se trabajó con 50 empresas y una muestra de clientes. Los autores concluyeron que existe un bajo nivel de seguridad en cuanto al servicio ofrecido y algunas deficiencias en la gestión de plazos de distribución; en ese

sentido, los clientes tienen pensado cambiar de empresa por otras mejores opciones. Frente a ello, es posible la realización de mejoras en los procesos.

A nivel nacional, se realizó un estudio sobre gestión logística y calidad de servicio como el de Santisteban y Ventura (2020), que tuvo como propósito establecer la asociación entre la gestión de la cadena logística y la calidad del servicio de la oficina de logística en el Municipio Distrital de Pacasmayo. Esta investigación fue cuantitativa, aplicada, de diseño no experimental, que trabajó con 63 colaboradores del área, quienes participaron en una encuesta. Los autores llegaron a la conclusión de que existe una correlación directa alta entre la gestión del proceso logístico y el servicio ofrecido por el área, con un grado de asociación Rho de Spearman igual a 0,793 y un Sig. menor a 0,05, lo que permite deducir que un incremento en el nivel de gestión del proceso logístico repercute en un incremento de la calidad del servicio que se les brinda a los clientes.

Fernández (2019) llevó a cabo una investigación con la finalidad de conocer la incidencia de la gestión del proceso logístico en la calidad de servicio del Municipio Provincial de Huanta, ubicada en Ayacucho. Esta investigación fue cuantitativa, correlacional causal y no experimental, en la cual se encuestaron a 49 colaboradores de la municipalidad. El autor llegó a la conclusión que la mejora de la gestión en la cadena logística índice positivamente en la mejora de la calidad del servicio que brinda la institución, puesto que el coeficiente de Pearson arrojó un resultado de 0,799, siendo significativo al nivel de 0,05.

Arroyo y Benito (2019) realizaron un estudio con la finalidad de establecer el nivel de asociación que existe entre la gestión de la cadena logística y el servicio que brinda el personal del área de la Municipalidad Provincial de Huancavelica. Esta investigación fue aplicada, correlativa, no experimental transeccional, para la cual se realizaron encuestas a 25 servidores de la oficina logística. Los autores llegaron a la conclusión que la gestión de la cadena logística que se realiza en la municipalidad se asocia positiva fuerte y significativamente con el servicio que ofrece la oficina, puesto que el coeficiente de Spearman arrojó un resultado de 0,868, lo que significa que el servicio depende de una buena gestión del área.

En lo que respecta a antecedentes a nivel local, no se hallaron estudios que se centren específicamente en las variables de interés. Esto señala un vacío en el conocimiento sobre el tema en el contexto local, y destaca la importancia de llevar a cabo esta investigación con el fin de cubrir esa brecha y contribuir al conocimiento existente en el ámbito local.

Ahora bien, como segunda parte del marco teórico, se presentan las principales bases teóricas que reflejaron el conocimiento que sustentaron las variables gestión logística y calidad de servicio: En relación a la primera variable, Carlos (2020) plantea que la gestión logística es parte de la cadena logística encargarse de planificar, organizar, ejecutar y vigilar el proceso de tránsito y almacenaje de bienes y servicios, así como el manejo de la información de esos procesos, desde que ingresa a la empresa hasta que es utilizado y/o distribuido al cliente, con el propósito de satisfacer del usuario o cliente.

Por su lado, Calzado (2020) define la gestión logística como un proceso de alta complejidad que implica realizar acciones y funciones logísticas para que los procesos de suministro funcionen óptimamente, que permiten añadir valor al producto o servicio. Zelada (2022), por otro lado, menciona que la gestión logística está encargada de administrar los materiales y la información correspondiente a las funciones de compras, fabricación y comercialización de bienes y servicios, la cual se da en diferencias empresas comerciales, industriales y de servicios.

Martínez y El Kadi (2019) definen la gestión logística como parte del proceso administrativo, como también de la cadena de suministro, esta busca ser eficaz, eficiente y efectivo, en beneficio de la empresa, las decisiones deben tomarse conociendo los alcances de la misma ya que la logística ayuda a planificar, organizar y tener un mejor control de todas las actividades y almacenaje de materiales y bienes terminados para cubrir los requerimientos de los clientes.

Por su lado, Villarreal et al. (2022) señalan que la gestión logística constituye un elemento fundamental para satisfacer al cliente a través del buen funcionamiento de los procesos que inician desde el abastecimiento hasta la producción del bien o servicio y su distribución a los clientes. Esto coincide con lo mencionado por la Council of Supply Chain Management Professionals (2021) que señala que la

gerencia o administración de la logística implica la planeación, coordinación, direccionamiento y supervisión de las funciones asociadas a las adquisiciones y compras, almacenamiento, distribución y demás labores logísticas. La gestión logística es muy relevante, puesto que, como señala Krupasindhu et al. (2020) la función logística constituye una estrategia para que las empresas obtengan la satisfacción del cliente, una ventaja competitiva y rentabilidad.

En relación a las dimensiones de la variable gestión logística, se puede citar a Carlos (2020) quien plantea las siguientes dimensiones: adquisiciones, empaquetado, almacenamiento, planeación de productos, tratamiento de existencias y actividades de apoyo; que a la vez coincide con Martínez y El Kadi (2019), quienes señalan las siguientes dimensiones: adquisición, transporte y almacenaje de bienes; mientras que algo similar mencionan Villarreal et al. (2022): abastecimiento, atención al cliente, mercadería, almacenamiento, traslado y distribución. Por otro lado, Alemán et al (2019) plantean las dimensiones planeación, compras, almacenaje, distribución, el traslado interno y externo.

En ese sentido, en concordancia con lo mencionado por los autores, se pueden establecer las dimensiones la variable gestión logística en tres componentes: compra o abastecimiento, almacenaje y distribución. En cuanto a la primera dimensión, McMaster et al. (2020) señalaron que las funciones de compras o abastecimiento constituyen una serie de acciones de adquisiciones que se realizan de manera estratégica para sostener permanentemente la cadena de suministro. En ese sentido, como señala Yazdani et al., (2021), las empresas necesitan aplicar mecanismos de compras y adquisiciones de recursos acorde a las necesidades operativas, a las posibilidades que brindan los proveedores y a la coyuntura del mercado.

En relación a la segunda dimensión, almacenamiento, Ghalekhondabi & Masel (2018), señalan que es un elemento importante dentro de la cadena de suministro que contribuye con la gestión de las fluctuaciones de la demanda, sin embargo, Gil et al. (2020) señala que cualquier inconveniente que suceda en el almacén puede generar mayores costos para la empresa y menor capacidad para atender a los clientes. En ese sentido, Querin & Göbl (2018) indicaron que una

mejor gestión de los inventarios y almacenaje contribuye a satisfacer plenamente lo solicitado por los usuarios y consumidores.

En relación a la tercera dimensión, distribución, Palacios (2021) menciona que esta actividad busca el empleo de mecanismos adecuados para trasladar los productos y servicios al lugar solicitado, oportunamente y en las condiciones exigidas por los requirentes, sin que se generen altos costos, tratando de que las acciones realizadas se lleven a cabo eficiente y eficazmente.

Dentro de los aportes actuales sobre la gestión logística, Wanjiku & Mwangangi (2018) señalan que algunos estudios han corroborado que invertir en la gestión de la cadena logística permite mejorar el proceso de suministro de recursos, además de minimizar costos y reducir el tiempo de atención, lo que contribuirá con la satisfacción del usuario o consumidor. Se debe tener en cuenta que, como señala Kar & Ranjan (2020), el costo de la logística juega un papel vital en el precio de los bienes, por lo que, en palabras de Aftab & Vita (2019) el buen desempeño logístico tiene un impacto favorable en la comercialización de las empresas y las condiciones de los bienes y servicios entregados.

No obstante, de acuerdo a He (2022), en el funcionamiento del proceso logístico en las empresas siempre han existido y existirán inconvenientes que las empresas deben solucionar. Esto es corroborado por Sinha, Bagodi & Dey (2020) quienes señalan que, si bien la demanda de los productos o servicios contribuyen con las ganancias de una empresa, la interrupción o demora en la cadena de suministro de materias primas y productos terminados anula el efecto.

Por ello, Cherchata et al. (2022), mencionan que es una necesidad y exigencia que las empresas cuenten con estructura organizacionales adecuadas que favorezcan la actividad administrativa y logística; además, Smaniotto et al. (2020) mencionan que los medios de logística deben contar con infraestructura material que canalice y dirija los flujos de suministro de bienes y servicios hacia los consumidores. En ese sentido, Hajian (2022) agrega que, frente a los problemas en la cadena de suministros de las empresas, mejorar la flexibilidad de la capacidad de producción es una de las estrategias importantes que deben seguir los gerentes de logística.

En cuanto a las actividades logísticas, Rojas (2019) menciona que estas se dividen en actividades internas y actividades externas. Dentro de las actividades internas se pueden mencionar: la proyección de la demanda, la gestión de almacén, el manejo de materiales e insumos, registro de pedidos, compras y almacenaje; mientras que dentro de las actividades externas se pueden mencionar: el servicio a los clientes, el manejo de información y comunicación, el traslado, etc.

El mismo autor señala que un sistema logístico incluye tanto las actividades internas como las externas, que comprende desde la compra o abastecimiento, hasta la distribución y entrega de los bienes y/o servicios a los clientes. En ese sentido, el sistema logístico controla los procedimientos que permiten entregar un producto o servicio para la satisfacción de los clientes, con el costo, calidad y tiempo adecuado, haciendo una unificación de tres elementos: la compra, el almacenamiento y la distribución, adicionando un sistema de información y apoyo. Es así que, la implementación de un sistema logístico plantea un conjunto de políticas y mecanismos para un correcto manejo de los materiales (Vidarte, 2019).

En relación a la segunda variable, que es la calidad de servicio, según Zelada (2022), se refiere a las acciones realizadas por una organización para gestionar e interactuar con sus clientes, ya sean regulares u ocasionales, tanto antes, durante como después de que hayan adquirido un producto o servicio, con el objetivo de alcanzar su completa satisfacción. De manera similar, Jarrín y Ormaza (2021) han afirmado que la calidad de servicio implica un conjunto de acciones orientadas a minimizar en la medida de lo posible cualquier margen de error, no solo en términos de calidad del producto, sino también en la entrega del mismo y en las atenciones brindadas al cliente.

Por otro lado, Silva et al. (2020), definen la calidad de la atención o servicio como la comparativa entre lo que espera el cliente del producto o servicio y sus percepciones cuando utiliza o experimenta el mismo. Ibarra et al. (2019) mencionan, por su lado, que la calidad de servicio hace referencia a la percepción o valoración del cliente respecto a la entrega de un bien o servicio, al compararlo con los de la competencia.

Además, según Jiménez et al. (2019), la calidad de servicio representa la manera en que una empresa logra proporcionar valor al cliente mediante una propuesta cuidadosamente planificada, con el objetivo de alcanzar su satisfacción. En línea con esto, Font y Blanco (2018) coinciden al afirmar que la calidad de servicio consiste en brindar al cliente lo que desea a un precio más bajo, lo que implica que la empresa se enfoque en generar clientes satisfechos a través de una gestión eficiente. Zambrano y Orellana (2018) mencionan lo relevante que es la gestión logística para la calidad del servicio, al señalar que se basa en el proceso orientado a hacer llegar el producto o servicio de manera adecuada al cliente.

En relación a las dimensiones de la variable de calidad de servicio, varios investigadores concuerdan con los cinco elementos propuestos por Parasuraman, Zeithaml y Berry en la metodología SERVQUAL. En primer lugar, Zelada (2022) señala que dichos componentes abarcan los aspectos físicos, la confiabilidad del servicio, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía. Estos hallazgos se alinean con las dimensiones planteadas por Silva et al. (2020), quienes también destacan los elementos tangibles, la confiabilidad, la responsabilidad, la confianza y la empatía como componentes esenciales de la calidad de servicio. Por su parte, Ibarra et al. (2019) resaltan la importancia de la tangibilidad, la confiabilidad del servicio, la rapidez, la empatía y la seguridad del servicio como factores clave para evaluar la calidad de servicio. Por último, Jiménez et al. (2019) proponen que la fiabilidad del servicio, la entrega oportuna, la seguridad del servicio, el servicio personalizado y los elementos físicos son los componentes fundamentales a considerar en el análisis de la calidad de servicio.

Otros investigadores abordan las dimensiones desde diferentes perspectivas. Por ejemplo, Font y Blanco (2018) proponen como dimensiones la idoneidad del tiempo empleado en el servicio, la adecuación del lugar donde se lleva a cabo, la frecuencia de incidencias y la calidad del proceso de servicio. En cambio, Zambrano y Orellana (2018) plantean como dimensiones la cobertura del servicio, así como la preparación, el desplazamiento, el almacenamiento y la seguridad del mismo. Por su parte, Jarrín y Ormazá (2021) consideran como dimensiones de la variable la planificación del servicio, el desarrollo, la comprobación y el mejoramiento.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

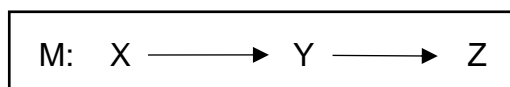
Según su finalidad, se trata de un estudio aplicado, debido a que estuvo orientada a establecer un medio o un método para dar solución a un problema o una necesidad (Concytec, 2018). Asimismo, según su nivel, fue un estudio descriptivo propositivo, dado que inició con un diagnóstico sobre la situación de cada variable y finalizó con el planteamiento de una alternativa para solucionar el problema (Estela, 2020). Este estudio se enmarcó dentro del enfoque mixto, porque analizó las variables utilizando métodos interpretativos (enfoque cualitativo), y estadísticos (enfoque cuantitativo) para entender el fenómeno investigado (Hernández y Mendoza, 2018).

3.1.2. Diseño de investigación:

Este estudio adoptó un diseño no experimental, ya que no se realizó ninguna manipulación de una de las variables con el propósito de generar un efecto en la otra; asimismo, fue transeccional debido a que recopilación de datos se realizará en un único punto temporal (Hernández y Mendoza, 2018). El esquema de diseño empleado se muestra en la figura 1:

Figura 1

Esquema de diseño de investigación



Donde:

M: Colaboradores y clientes de una empresa tecnológica en Piura.

X: Gestión logística.

Y: Calidad de servicio.

Z: Propuesta de un sistema.

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Gestión logística

- **Definición conceptual:** La gestión logística es la función encargada de la planificación, organización, ejecución y vigilancia del proceso de tránsito y almacenaje de bienes, así como el manejo de la información de esos procesos, desde que ingresa a la empresa hasta que es utilizado y/o distribuido al cliente, siendo la finalidad satisfacer al usuario o cliente (Carlos, 2020).

- **Definición operacional:** La gestión logística se analizó a través de la aplicación de entrevistas a colaboradores, siendo esta variable evaluada en 3 dimensiones, 15 indicadores y 15 ítems.

- **Dimensiones:** (1) Abastecimiento, (2) Almacenaje y (3) Distribución.

- **Indicadores:** (1) Planificación de necesidades de los clientes, (2) Planificación de las necesidades internas, (3) Gestión con proveedores, (4) Proceso de compras de bienes, (5) Proceso de contratación de servicios, (6) Registro de inventarios, (7) Control de inventarios, (8) Recepción de bienes y servicios, (9) Mantenimiento de bienes, (10) Seguridad en el almacenaje, (11) Gestión de entrega de bienes internos, (12) Direccionamiento de servicios, (13) Gestión de entrega de bienes a clientes, (14) Control de la distribución de bienes, (15) Satisfacción con la disposición final.

- **Escala de medición:** Categórica ordinal (1= Mala, 2= Regular, y 3= Buena).

Variable dependiente: Calidad de servicio

- **Definición conceptual:** La calidad de servicio engloba las actividades realizadas por la organización con el objetivo de gestionar y relacionarse con sus clientes, ya sean habituales o eventuales, antes, durante y después de que hayan adquirido el producto o servicio proporcionado, con la finalidad de alcanzar su completa satisfacción (Zelada, 2022).

- **Definición operacional:** La calidad de servicio se evaluó por medio de la aplicación de cuestionarios a clientes, siendo esta variable medida a través de 5 dimensiones, 16 indicadores y 16 ítems.

- **Dimensiones:** (1) Elementos tangibles, (2) Confiabilidad, (3) Seguridad, (4) Capacidad de respuesta, y (5) Empatía.

- **Indicadores:** (1) Infraestructura física, (2) Equipos y tecnología empleada, (3) Materiales empleados, (4) Presentación física del personal, (5) Generación de confianza, (6) Interés del personal en ayudar, (7) Cumplimiento de compromisos, (8) Seguridad del servicio, (9) Solución de problemas, (10) Conocimientos del personal, (11) Atención inmediata, (12) Entrega oportuna del producto, (13) Respuesta inmediata, (14) Atención personalizada, (15) Cortesía del personal, y (16) Comprensión de necesidades.

- **Escala de medición:** Categórica ordinal (1= Mala, 2= Regular, y 3= Buena).

Las tablas de operacionalización de variables se muestran en el anexo 2.

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1. Población:

Según Hernández y Mendoza (2018), la población de investigación está compuesta por todos los casos que se desean estudiar y de los cuales se puede obtener información. Estos casos pueden incluir personas, objetos, documentos, entre otros, que presentan características específicas similares. En el caso de este estudio, se contó con dos poblaciones: la primera compuesta por todos los colaboradores de una empresa tecnológica de Piura bajo estudio, siendo 5 personas, entre el gerente general, el administrador, el encargado de logística, el encargado de caja y una persona de atención al cliente; mientras que la segunda población estuvo constituida por la totalidad de cliente de la empresa, cuya cantidad aproximada fue de 30 clientes semanales o 60 quincenal, entre personas naturales y jurídicas, como parte de los datos proporcionados por el gerente general.

- **Criterios de inclusión:** En el caso de la población de colaboradores, se incluyeron a la totalidad, tanto al gerente como al personal administrativo y operativo. En el caso de la población de clientes, se incluyeron a mayores de edad hasta 75 años, que realizaron compras en la empresa al menos en dos oportunidades y se tuvo un parámetro de recojo de información solamente del mes

de diciembre del 2022 hasta fines de junio del 2023.

- **Criterios de exclusión:** En el caso de la población de colaboradores, no se plantearon criterios de exclusión porque se trabajó con la totalidad. En el caso de la población de clientes, se descartaron a menores de edad y mayores de 75 años, o clientes que hayan comprado a la empresa solo en una oportunidad.

3.3.2. Muestra:

Según Bernal (2016), la muestra de investigación es una porción seleccionada por el investigador de la población total, con el propósito de recopilar los datos relevantes sobre el fenómeno en estudio y llevar a cabo el análisis correspondiente de acuerdo con los propósitos de investigación. En el caso ambas poblaciones, por ser pequeñas, se trabajó con la totalidad, es decir, con los 5 colaboradores y 60 clientes atendidos quincenal.

3.3.3. Muestreo:

Vara (2015) indica que la técnica de muestreo es un procedimiento mediante el cual se eligen un número determinado de casos que formarán parte de la muestra, en función del tamaño de la población N, pudiendo ser de tipo probabilístico o no probabilístico. En el caso de este estudio, no se utilizó ninguna técnica de muestreo, ya que se trabajó con la totalidad de la población.

3.3.4. Unidad de análisis:

Las unidades de análisis fueron cada uno de los colaboradores y cada uno de los clientes seleccionados, quienes brindaron la información mediante los instrumentos que se aplicaron.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas para la recolección de datos fueron la entrevista estructurada y la encuesta. De acuerdo a Arias (2020), la entrevista estructurada comprendió un conjunto de preguntas que permitieron obtener información sobre las valoraciones, opiniones o percepciones de la persona entrevistada, en relación a una temática en específico. Por otro lado, el mismo autor señaló que la encuesta es una técnica que es aplicada a personas para recopilar información de forma directa de ellas en

relación a lo que opinan, perciben y cómo se comportan, esto por medio de preguntas cerradas predefinidas; no obstante, en la encuesta se suele trabajar con una mayor cantidad de personas.

El instrumento para la recopilación de datos fue la guía de entrevista y el cuestionario. Sobre la guía de entrevista, Arias (2022) mencionó que es un documento que tiene la finalidad de recoger información del o la entrevistado, que puede llevarse a cabo de manera presencial o virtual, y que suele ser llenada por el entrevistador, quien formula las preguntas al entrevistado. Sobre el cuestionario, el mismo autor mencionó que es un documento que contiene una serie de interrogantes y que puede tener alternativas que el encuestado deberá marcar personalmente, considerando que no hay respuesta que sea correcta o incorrecta.

La guía de entrevista para este estudio fue aplicada a los colaboradores de la muestra de estudio respecto a la gestión logística actual de la empresa, a fin de conocer sus opiniones y valoraciones mediante 15 preguntas, que se aplicaron presencialmente a los entrevistados (ver anexo 3.1). Por otro lado, el cuestionario fue aplicado a los clientes seleccionados dentro de la muestra, para conocer las percepciones que tienen sobre la calidad del servicio de la empresa. Tuvo 32 preguntas con escala tipo Likert (1=Totalmente en desacuerdo; 2=En desacuerdo; 3=Ni en desacuerdo, ni de acuerdo, 4=De acuerdo; 5=Totalmente de acuerdo), y se aplicó presencialmente a los sujetos (ver anexo 3.2).

Validez y confiabilidad: Según Arias (2022), la guía de entrevista no requiere de prueba de confiabilidad estadística, solo de validación por expertos, mientras que el cuestionario si debe estar validado y haber pasado la prueba de confiabilidad.

Validez: Estos instrumentos fueron validados a través de la revisión por tres (3) especialistas en el tema, quienes dieron en visto bueno a todas las preguntas incluidas, en conformidad con las dimensiones e indicadores. Asimismo, se complementó el análisis con la aplicación de la V de Aiken, obteniéndose como resultado 1,000 que es mayor que 0,800, por lo que se puede decir que el instrumento posee una fuerte validez de contenido (ver anexo 4).

Confiabilidad: Se llevó a cabo la prueba de confiabilidad estadística solo para el cuestionario, mediante su aplicación a una muestra piloto de 15 clientes, siendo los resultados analizados a través del Coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor alfa de 0.980 que es mayor que 0,80, por lo que el instrumento tuvo un excelente nivel de confiabilidad (ver anexo 5).

3.5. Procedimientos

El procedimiento para la recolección de los datos fue el siguiente:

- Se solicitó la autorización pertinente al gerente general de la empresa para la aplicación de las entrevistas a los colaboradores y la aplicación de los cuestionarios a los clientes (ver anexo 6);
- Se realizaron las entrevistas a los colaboradores, previo consentimiento informado de los mismos;
- Se realizó la aplicación de los cuestionarios a los clientes, previo consentimiento informado de los mismos;
- Se realizó la revisión de los instrumentos y la tabulación específicamente de los cuestionarios; y
- Se llevó a cabo el procesamiento de datos y elaboración de resultados.

3.6. Método de análisis de datos

Para el análisis de la información de las entrevistas, se empleó el análisis interpretativo que buscó comprender y dar sentido a la información recopilada mediante el análisis detallado de las respuestas y las narrativas proporcionadas por los participantes en relación a la situación de la gestión del proceso logístico. Para analizar los datos de los cuestionarios, se empleó la estadística descriptiva simple, por medio de la presentación de los resultados a través de tablas de frecuencias y porcentajes, que fueron analizadas e interpretadas para un mejor entendimiento de la situación de la calidad del servicio. El tratamiento de la base de datos se realizó a través del software MS Excel mientras que el procesamiento estadístico mediante el SPSS versión 26.

3.7. Aspectos éticos

Con el fin de asegurar la calidad ética de este estudio, se han considerado diversos criterios éticos durante su elaboración. Se ha respetado la propiedad intelectual de todas las fuentes citadas, de acuerdo con las normas internacionales establecidas por la Asociación Americana de Psicología (APA, 7ª edición). Para garantizar esto, el proyecto y el informe han sido sometidos al análisis de originalidad por parte de la plataforma TURNITIN (véase anexo 10).

Por otra parte, toda la información presentada, incluyendo los resultados, es verídica, sin realizar ninguna manipulación de los mismos. Asimismo, los resultados buscan promover el bienestar de los participantes del estudio, siguiendo el principio de beneficencia al buscar el máximo beneficio y minimizar los posibles riesgos derivados del estudio. Se ha respetado la integridad física y psicológica de los participantes, siguiendo el principio de no maleficencia.

Además, tanto los colaboradores como los clientes de la empresa han tenido plena libertad para decidir si participar o no en las encuestas, siguiendo el principio de autonomía. En ambos casos, han sido tratados con respeto e igualdad, siguiendo el principio de justicia.

IV. RESULTADOS

De los objetivos específicos:

Objetivo específico 1: Describir la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica.

Tabla 1

Análisis de la gestión logística en la dimensión compras

Entrevistados:	Todos	Fecha de entrevista:	25/05/2023
Dimensión 1:	Compras		
Indicadores:	Del 1.1 al 1.5		
Respuestas de los participantes:			
Indicador 1.1.- Planificación de necesidades de los clientes: Las respuestas de los participantes indican diferentes estrategias utilizadas para planificar las necesidades de los clientes. Estas incluyen información proporcionada en la página web y buscar los mejores productos en calidad y tecnología, utilizar plataformas digitales para mantenerse conectados con los consumidores, realizar encuestas para analizar lo que los clientes necesitan y trabajar en la incorporación de productos según los requerimientos señalados por ellos.			
Indicador 1.2.- Planificación de las necesidades internas: La empresa utiliza principalmente la comunicación verbal para la planificación de las necesidades internas de bienes de los colaboradores. Asimismo, se destacó que actualmente no se cuenta con un sistema o plantilla específica para la planificación, simplemente se realiza de boca a boca cuando surge una necesidad.			
Indicador 1.3.- Gestión de proveedores: La gestión con los proveedores se realiza a través de canales virtuales como WhatsApp o las páginas web de los proveedores. El proceso incluye la comunicación para recibir los catálogos, enviar la lista de productos deseados y coordinar el pedido. La administradora y el gerente del local son responsables de establecer la comunicación y realizar todas las gestiones con los proveedores. En resumen, la gestión con los proveedores se realiza de forma virtual, y la comunicación se establece para intercambiar información, coordinar los pedidos y recibir los bienes solicitados.			
Indicador 1.4.- Proceso de compras de productos: El proceso de compras de productos se inicia cuando el personal notifica la falta de stock en el almacén. En ese momento, se contactan con los proveedores, solicitando catálogos y realizando el pedido correspondiente. Luego del pago, los productos llegan en			

un plazo máximo de 3 días de proveedores locales y de 15 a 20 días de proveedores internacionales. Se realizan 2 a 3 compras al mes, dependiendo de las ventas. Los pedidos se realizan tanto a proveedores locales como importadores de Lima, y en algunos casos, se importan productos de China o Estados Unidos cuando se requieren grandes cantidades. La gestión de los pedidos se realiza a través de la página web de los proveedores.

Indicador 1.5.- Proceso de contratación de servicios: El proceso de contratación de servicios se lleva a cabo principalmente por el gerente y la administradora. Los servicios contratados incluyen internet fija de Claro, energía eléctrica y el pago de alquiler. Estos servicios fueron adquiridos al iniciar la empresa y se establece comunicación directa con los proveedores.

Síntesis:

En cuanto al indicador “*planificación de necesidades de los clientes*”, se menciona que la empresa implementa diversas estrategias como el uso de plataformas digitales y la realización de encuestas para conocer los requerimientos de los clientes, realizar la búsqueda de productos de calidad e incorporar productos innovadores. En cuanto al indicador “*planificación de las necesidades internas*”, los colaboradores realizan la solicitud de sus requerimientos a través de la comunicación verbal, asimismo no se cuenta con un sistema o plantilla específica para la planificación. En cuanto al indicador “*gestión de proveedores*”, esta se lleva a cabo a través de canales virtuales como WhatsApp y las páginas web de los proveedores, intercambiando información, enviando listas de productos y coordinando los pedidos. En cuanto al indicador “*proceso de compras*”, este inicia al detectar la falta de stock, contactando a los proveedores, solicitando catálogos y realizando los pedidos correspondientes. Los productos llegan en plazos definidos, dependiendo de su origen, y se realizan de 2 a 3 pedidos al mes a través de las páginas web de los proveedores. Finalmente, en cuanto al indicador “*proceso de contratación de servicios*”, el gerente y la administradora se encargan de establecer comunicación directa con los proveedores de servicios como internet, energía eléctrica y alquiler.

Nota. Resultados obtenidos de la aplicación de guías de entrevistas a los colaboradores de una empresa tecnológica en Piura, 2023.

Tabla 2*Análisis de la gestión logística en la dimensión almacenaje*

Entrevistados	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 2	Almacenaje		
Indicadores	Del 2.1 al 2.5		
Respuestas de los participantes:			
<p>Indicador 2.1.- Registro de inventarios: El registro de inventarios es llevado a cabo por la persona encargada de la gestión de la tienda o la administración del local. Se utiliza una plantilla en Excel para registrar los productos que entran, los que salen y los que quedan en existencia. El encargado de almacén también registra en un cuaderno lo que hay en almacén y lo que ingresa; asimismo, el personal de ventas o en ocasiones la cajera realiza un registro manual de las ventas también en un cuaderno.</p>			
<p>Indicador 2.2.- Control de inventarios: El control de inventarios se realiza una vez al mes. Se lleva un registro de los productos en existencia y se actualiza de manera inmediata cada vez que ingresa nuevo inventario. En algunos casos, el control de inventarios implica la participación de diferentes miembros mediante trabajo en equipo, involucrando a las personas encargadas de ventas, la cajera y la administradora.</p>			
<p>Indicador 2.3.- Recepción de bienes y servicios: La recepción de bienes y servicios es responsabilidad del joven encargado del almacén. Se registra en un cuaderno la llegada de los productos al almacén, y luego esta información es ingresada a una hoja de Excel por la señorita administradora. El registro detallado de los productos recibidos es importante para mantener un control preciso de los inventarios.</p>			
<p>Indicador 2.4.- Mantenimiento de bienes en el almacén: Actualmente, el mantenimiento de los bienes en el almacén no es óptimo y hay áreas que requieren mejorar. Los entrevistados reconocen esta situación y están trabajando en ello para implementar mejoras y optimizar la conservación de los inventarios.</p>			
<p>Indicador 2.5.- Seguridad en el almacenaje: Para garantizar la seguridad en el almacén, se ha instalado una cámara de seguridad que monitorea el área. Además, se han asignado códigos a los productos ubicados en cada sección correspondiente, lo que permite tener un registro y control de lo que hay y lo que falta en el almacén.</p>			

Síntesis:

En cuanto al indicador “*registro de inventarios*”, se menciona que se realiza mediante una plantilla en Excel y cuadernos, llevado a cabo por la persona encargada de la gestión de la tienda o la administración del local. En cuanto al indicador “*control de inventarios*”, se señala que se lleva a cabo mensualmente, actualizando los registros de manera inmediata. En cuanto al indicador “*recepción de bienes y servicios*”, se menciona que es responsabilidad del encargado del almacén, registrando la llegada de productos en un cuaderno y luego ingresando la información en Excel. En cuanto al indicador “*mantenimiento de los bienes en el almacén*”, se reconoce la necesidad de mejorarlo puesto que no es óptimo. Finalmente, en cuanto al indicador “*seguridad en el almacenaje*”, se mencionó que, para garantizar la seguridad, se ha instalado una cámara de seguridad y se han asignado códigos a los productos para controlar el inventario.

Nota. Resultados obtenidos de la aplicación de guías de entrevistas a los colaboradores de una empresa tecnológica en Piura, 2023.

Tabla 3*Análisis de la gestión logística en la dimensión distribución*

Entrevistados	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 3	Distribución		
Indicadores	Del 3.1 al 3.5		
Respuestas de los participantes:			
<p>Indicador 3.1.- Entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores: Actualmente, la entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores se realiza sin ningún problema, acorde a lo que los colaboradores solicitan de manera verbal según lo que falta en el local; en ese sentido, los encargados se encargan de comprar y entregar los productos solicitados necesarios. No existe una plantilla o sistema formal para detallar la entrega de requerimientos.</p> <p>Indicador 3.2.- Direccionamiento de servicios contratados por la empresa para atender sus necesidades: En general, no se presentan problemas o inconvenientes con los servicios contratados por la empresa, como el suministro de energía eléctrica y acceso a internet. Los participantes expresan que los servicios marchan sin dificultades y son vitales para llevar a cabo las actividades de la organización.</p> <p>Indicador 3.3.- Entrega de productos a los clientes: La entrega de productos a los clientes se realiza de diversas formas. Los clientes pueden optar por recoger los productos personalmente en la tienda, mientras que también se ofrece un servicio de entrega a domicilio o local a través de envíos por delivery. Las señoritas de ventas son responsables de garantizar que los pedidos lleguen en buen estado y a tiempo, evitando posibles reclamos. Además, se menciona que también se realizan pedidos para envíos a provincias y se coordina con servicios de delivery para llevar los productos a su destino.</p> <p>Indicador 3.4.- Seguimiento de los productos distribuidos a los clientes: Actualmente, no se realiza un seguimiento adecuado de los productos distribuidos a los clientes, a excepción de los envíos por delivery realizados, donde se garantiza la calidad y puntualidad de los mismos. En el caso de los clientes que recogen los productos en la tienda, no se lleva a cabo un seguimiento adecuado de los productos una vez entregados. Aunque se realizan verificaciones y se asegura que los productos sean entregados en buen estado, no se cuenta con un proceso formalizado de seguimiento desde la tienda hasta las manos del comprador.</p>			

Indicador 3.5.- Evaluación de la satisfacción de los clientes con la disposición final de los productos: La evaluación de la satisfacción de los clientes con la disposición final de los productos se realiza a través de diversas estrategias. Se llevan a cabo encuestas periódicas, enviadas por diferentes canales como WhatsApp o la página web de la empresa. Además, se realizan preguntas cortas a los clientes habituales para obtener su opinión sobre los productos y el servicio recibido. De esta manera, se busca recopilar el feedback de los clientes y tomar acciones para mejorar su satisfacción.

Síntesis:

En cuanto al indicador “*entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores*”, se menciona que esta se realiza sin problemas, aunque no existe un sistema formal para registrar los requerimientos. En cuanto al indicador “*direccionamiento de servicios contratados por la empresa*”, se indica que los servicios contratados funcionan sin dificultades, siendo vitales para las operaciones. En cuanto al indicador “*entrega de productos a los clientes*”, se menciona que esta se realiza personalmente en la tienda o a través de servicios de delivery. En cuanto al indicador “*seguimiento de los productos distribuidos a los clientes*”, se indica que no se realiza un seguimiento adecuado solo en el caso de los productos entregados a los clientes en la tienda. Finalmente, en cuanto al indicador “*evaluación de la satisfacción de los clientes*”, se menciona que al respecto se realizan encuestas periódicas y se obtiene su opinión a través de preguntas cortas. El objetivo es recopilar el feedback de los clientes y realizar acciones para mejorar su satisfacción.

Nota. Resultados obtenidos de la aplicación de guías de entrevistas a los colaboradores de una empresa tecnológica en Piura, 2023.

Objetivo específico 2: Describir la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica.

Tabla 4

Calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica

	Frecuencia	Porcentaje
Mala	6	10,0%
Regular	13	21,7%
Buena	41	68,3%
Total	60	100,0%

Nota. Resultados obtenidos de la aplicación de cuestionarios a clientes de una empresa tecnológica en Piura, 2023.

La tabla evidencia que la calidad de servicio de la empresa evaluada obtuvo una calificación buena para el 68,3% de clientes, mientras que el 21,7% la consideró como regular. Esto significa que los clientes consideran que el servicio recibido es aceptable, no obstante, según los niveles de calificaciones, existen diversos puntos por mejorar.

Tabla 5*Calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica según dimensiones*

	Elementos tangibles		Confiabilidad		Seguridad		Capacidad de respuesta		Empatía	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Mala	6	10,0%	6	10,0%	7	11,7%	7	11,7%	5	8,3%
Regular	17	28,3%	12	20,0%	12	20,0%	16	26,7%	37	61,7%
Buena	37	61,7%	42	70,0%	41	68,3%	37	61,7%	18	30,0%
Total	60	100,0%	60	100,0%	60	100,0%	60	100,0%	60	100,0%

Nota. Resultados obtenidos de la aplicación de cuestionarios a clientes de una empresa tecnológica en Piura, 2023.

La tabla muestra que las dimensiones de la calidad de servicio de la empresa evaluada presentan valores favorables en su mayoría. Las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad del servicio, seguridad, y capacidad de respuesta de la empresa fueron calificadas como buenas por el 62,7%, 70%, 68,3% y 61,7% de clientes, respectivamente, mientras que la dimensión empatía del personal fue calificada como regular por el 61,7% de clientes. Esto significa que los clientes perciben como aceptables elementos como la infraestructura física y equipamiento de la empresa, fiabilidad y seguridad del servicio recibido, y servicio rápido, sin embargo, perciben falencias en la amabilidad y trato del personal.

Objetivo específico 3: Determinar las mejores prácticas en gestión logística que se pueden proponer en el sistema para mejorar la calidad de servicio de la empresa tecnológica.

Tabla 6

Prácticas que se pueden proponer en el sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio de la empresa tecnológica

Dimensión 1: Compras	Prácticas a implementar
Indicador 1.1.- Planificación de necesidades de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las plantillas de Excel (reportes de productos vendidos). - Realizar capacitación al personal. - Elaborar formatos y realizar encuestas cortas a clientes. - Realizar apuntes de los requerimientos verbales de clientes
Indicador 1.2.- Planificación de las necesidades internas.	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar las plantillas de Excel (Registro de ingreso de requerimientos). - Realizar capacitación al personal.
Indicador 1.3.- Gestión con proveedores.	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las plantillas de Excel (Registro y calificación de proveedor). - Realizar capacitación al personal.
Indicador 1.4.- Proceso de compras de bienes.	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer procedimientos de compra. - Mejorar las plantillas de Excel (Hoja requerimientos y compras). - Realizar capacitación al personal.
Indicador 1.5.- Proceso de contratación de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> - No hay problemas.
Dimensión 2: Almacenaje	Prácticas a implementar
Indicador 2.1.- Recepción de bienes y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer procedimiento recepción, registro y almacenamiento. - Mejorar distribución almacén. - Realizar capacitación al personal.

Indicador 2.2.- Registro de inventarios.	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer procedimiento recepción, registro y almacenamiento. - Establecer políticas. - Mejorar distribución almacén. - Realizar capacitación al personal.
Indicador 2.3.- Control de inventarios.	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las plantillas de Excel (control de inventarios) - Establecer políticas. - Realizar capacitación al personal.
Indicador 2.4.- Mantenimiento de bienes.	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer políticas.
Indicador 2.5.- Seguridad en el almacenaje	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer políticas.
Dimensión 3: Distribución	Prácticas a implementar
Indicador 3.1.- Gestión de entrega de bienes internos.	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las plantillas de Excel (entrega de bienes internos requeridos)
Indicador 3.2.- Direccionamiento de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> - No hay problema.
Indicador 3.3.- Gestión de entrega de bienes a clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las plantillas de Excel (entrega de bienes a clientes)
Indicador 3.4.- Control de la distribución de bienes.	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer políticas. - Realizar capacitación al personal.
Indicador 3.5.- Satisfacción con la disposición final.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar encuestas periódicas de satisfacción.

Del objetivo general:

Proponer un sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023.

La propuesta de sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica constará de cinco (5) estrategias centrales y diversas acciones a efectuarse. Las acciones básicamente estarán orientadas a mejorar la plantilla de Excel de gestión logística, plantear políticas de trabajo, capacitar al personal encargado, mejorar la distribución de los almacenes y realizar seguimiento a los clientes. A continuación, se detallan las estrategias y acciones propuestos:

Estrategias 1: Desarrollo y mejoramiento del sistema de gestión logística en la plantilla de Excel, en las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución. Las acciones a considerarse son:

- 1.1. En la dimensión “*abastecimiento o compras*”, se puede implementar en la plantilla de Excel reportes de productos vendidos, implementar registro de ingresos de requerimientos de colaboradores, implementar registro y calificación de proveedor, e implementar hoja de requerimientos y compras.
- 1.2. En la dimensión “*almacenamiento*”, se puede mejorar en la plantilla de Excel los formatos seguimiento y recepción de productos, mejorar los formatos de registro de inventarios, y mejorar los formatos de control de inventarios.
- 1.3. En la dimensión “*distribución*”, se puede implementar en la plantilla de Excel formatos de entrega de bienes internos, implementar formatos de entrega de productos a clientes, implementar formatos de registro y seguimiento de productos a clientes, e implementar formato de encuestas para clientes.

Estrategias 2: Plantear políticas para las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución. Las acciones a considerarse son:

- 2.1. En la dimensión “*abastecimiento o compras*”, se puede plantear políticas para la elaboración de planes de necesidades de clientes, plantear políticas para la elaboración de planes de necesidades de colaboradores, y elaborar políticas para la compra de bienes.
- 2.2. En la dimensión “*almacenamiento*”, se puede elaborar políticas de recepción y almacenamiento, elaborar políticas de registro de inventarios, elaborar

políticas de control de inventarios, plantear políticas de mantenimientos de los inventarios en el almacén, y plantear políticas de seguridad de los inventarios en el almacén.

- 2.3. En la dimensión “*distribución*”, se puede plantear políticas de entrega de bienes internos y plantear políticas de entrega de productos a clientes.

Estrategias 3: Capacitar al personal encargado de las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución. Las acciones a considerarse son:

- 3.1. En la dimensión “*abastecimiento o compras*”, se puede realizar capacitaciones al personal encargado sobre elaboración de planes de necesidades de clientes, sobre elaboración de planes de necesidades de colaboradores, sobre evaluación y selección de proveedores, además sobre el proceso de compra de bienes.
- 3.2. En la dimensión “*almacenamiento*”, se puede capacitar al personal encargado sobre recepción y almacenaje de productos, sobre registro de inventarios, sobre control de inventarios, y capacitar al personal encargado sobre entrega de bienes internos.
- 3.3. En la dimensión “*distribución*”, se puede capacitar al personal encargado sobre entrega de productos a clientes, capacitar al personal encargado sobre registro y seguimiento de productos a clientes, y capacitar al personal encargado sobre medición de la satisfacción del cliente.

Estrategias 4: Mejorar la distribución de los almacenes. Las acciones a considerarse son: mejorar la distribución de los almacenes (zona de recepción), mejorar la distribución de los almacenes (zona de revisión, zona de almacenaje y mantenimiento), e implementar medidas de seguridad en el almacén (señalización).

Estrategias 5: Realizar seguimiento a los clientes. Las acciones a considerarse son: implementar encuestas para los clientes (conocer requerimientos), y realizar contacto con los clientes luego de recibido los productos.

V. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo principal proponer un sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023. Los objetivos específicos se centraron en describir la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, asimismo describir la calidad de servicio que es ofrecida al cliente y determinar las mejores prácticas en gestión logística que se pueden proponer en el sistema. Los resultados mostraron algunas carencias en la gestión logística en sus dimensiones compras, almacenaje y distribución y un nivel de calidad de servicio al cliente aceptable, pero con tendencia a regular, siendo necesario la formulación de una propuesta de sistema de gestión. Cabe indicar que los resultados encontrados son solo aplicables a la empresa en estudio y no pueden ser generalizados a otras empresas diferentes, no obstante, la metodología de estudio empleada, puede ser replicada para realizar otras investigaciones en el rubro o en otros sectores.

Ahora bien, respecto al primer objetivo específico, sobre el análisis de la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, se encontró que, en relación a la “dimensión compras”, la empresa implementa diversas estrategias para planificar las necesidades de los clientes, como encuestas y uso de plataformas digitales, pero no hace uso de reportes de ventas. También utiliza canales virtuales para gestionar con proveedores y realizar compras, pero no se evalúan a los proveedores (tabla 1). En relación a la “dimensión almacenaje”, el registro de inventarios se realiza en una plantilla de Excel y cuadernos, actualizados mensualmente, aunque se reconoce la necesidad de mejorar el mantenimiento de los bienes en el almacén. Para garantizar la seguridad, se ha instalado una cámara y se asignan códigos a los productos (tabla 2).

En relación a la “dimensión distribución”, la entrega de bienes internos y servicios contratados funciona bien, aunque carece de un sistema formal de registro. La entrega de productos a los clientes se realiza en la tienda o mediante servicios de delivery. El seguimiento de los productos distribuidos no es adecuado, sobre todo luego de la entrega en tienda. Finalmente, se realizan encuestas periódicas para evaluar la satisfacción de los clientes y mejorar su experiencia (tabla 3). Según lo observado, se perciben algunas deficiencias en la función de gestión logística, lo

que se sustentan en lo mencionado en el estudio de He (2022), que en el funcionamiento del proceso logístico de las empresas es frecuente que existan inconvenientes que se deben solucionar. Esto es relevante que se mencione puesto que, conforme a Krupasindhu, Weng & Wong (2020), la función logística constituye una estratégica para que las empresas obtengan la satisfacción del cliente, una ventaja competitiva y rentabilidad, en función a la mejora del proceso. En ese sentido, se puede deducir que existen algunos aspectos que deben mejorarse en las funciones de compras, almacenamiento y distribución, para brindar una mayor satisfacción a los clientes y mejorar la competitividad y rentabilidad de la empresa; estos aspectos a mejorar se pueden relacionar con un mayor y mejor uso de las herramientas digitales, la definición de procedimientos y políticas de trabajo, capacitaciones a los colaboradores y mejorar en áreas de almacén, entre otros.

Respecto al segundo objetivo específico, sobre el análisis la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica, se encontró que la calidad de servicio de la empresa evaluada fue calificada como buena por el 68,3% de clientes, mientras que el 21,7% la calificó como regular. Esto significa que los clientes consideran que el servicio recibido es aceptable, no obstante, según los niveles de calificaciones, existen diversos puntos por mejorar dado el nivel regular (tabla 4). El hallazgo obtenido concuerda con lo planteado por Jarrín y Ormaza (2021) en cuanto a la importancia que las empresas otorgan a la calidad de servicio. Se busca minimizar en la medida de lo posible los errores no solo en la calidad del producto, sino también en su entrega y atención al cliente. Por lo tanto, es fundamental que la calidad de servicio ofrecida por la empresa sea óptima y gestionada de manera efectiva. En ese sentido, la empresa bajo estudio se encuentra realizando un trabajo favorable en la entrega del servicio al cliente, pero aun cuenta con deficiencias que debe mejorar en el corto plazo para que la percepción de los clientes sea positiva al 100%.

La calidad del servicio y la percepción de los clientes se sustenta en el aporte de Silva, et al. (2020), quienes mencionaron que la calidad de la atención o servicio se basa en la comparativa entre lo que espera el cliente del producto o servicio y sus percepciones cuando utiliza o experimenta el mismo. Asimismo, se basa en las afirmaciones de Ibarra, et al. (2019), quienes señalaron que la calidad de servicio hace referencia a la percepción o valoración del cliente respecto a la entrega de un

bien o servicio, muchas veces en al compararlo con los de la competencia, mientras que Font y Blanco (2018) sostuvieron que la empresa debe orientarse a la generación de clientes satisfechos a través de una buena gestión de su propuesta de valor. En ese sentido, es importante que la empresa bajo estudio busque constantemente ofrecer mejores productos a través de un mejor servicio si quiere que la percepción de sus clientes actuales y los clientes potenciales sea totalmente favorable y reducir al mínimo la insatisfacción o disconformidad.

Respecto a las dimensiones de la calidad de servicio, estas presentan también valores favorables en su mayoría. Las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad del servicio, seguridad, y capacidad de respuesta de la empresa fueron calificadas como buenas por el 62,7%, 70%, 68,3% y 61,7% de clientes, respectivamente, mientras que la dimensión empatía del personal fue calificada como regular por el 61,7% de clientes. Esto significa que los clientes perciben como relativamente aceptables elementos como la infraestructura física y el equipamiento de la empresa, fiabilidad y seguridad del servicio recibido, y servicio rápido y oportuno, sin embargo, perciben algunas falencias en la amabilidad y trato del personal durante la atención y servicio a los clientes (tabla 5).

La importancia de estos cinco elementos de la calidad de servicio se sustenta en de la metodología SERVQUAL planteada por Parasuraman, Zeithaml & Berry, citados por Zelada (2022) que comprende los elementos físicos, servicio fiable, seguridad, capacidad de respuesta y empatía, importantes para que la calidad de servicio al cliente sea óptima, procurando que ninguna de estas dimensiones falle. En ese sentido, se puede decir que la empresa debe desarrollar, como una de las medidas importante, no solo las competencias y conocimientos del personal, sino también las habilidades blandas que permitan una mejor atención y trato amable al cliente, como parte de la propuesta de gestión logística. Complementario a eso, es necesaria la mejora de las demás dimensiones como la capacidad de respuesta (rapidez del servicio de atención y entrega), los elementos tangibles (infraestructura y equipamiento de la empresa en las funciones de logística de almacenamiento y distribución), la seguridad en el servicio (conocimientos del personal y seguridad en el almacenamiento y distribución) y la confiabilidad del servicio (entregar el servicio conforme a las necesidades y expectativas de los clientes).

Respecto al tercer objetivo específico, sobre la determinación de mejores prácticas en gestión logística que se pueden proponer en el sistema para mejorar la calidad de servicio de la empresa tecnológica, se determinaron los siguientes puntos:

En la “dimensión compras”, se determinó implementar y mejorar las plantillas Excel, realizar capacitaciones, elaborar formatos y realizar encuestas cortas a clientes para conocer sus requerimientos, así como establecer mecanismos para evaluar a los proveedores y establecer procedimientos de compras orientadas a mejorar la gestión de ese proceso que permita las adquisiciones de productos de calidad y buen costo (tabla 6). La mejora en las prácticas de las funciones de compras se sustenta en el aporte de Yazdani et al., (2021), quienes señalaron que las empresas necesitan aplicar mecanismos de compras acorde a las necesidades operativas, a las posibilidades de proveedores y a la coyuntura del mercado. En ese sentido, las practicas que se pretenden proponer dentro del sistema de gestión logística van a permitir optimizar esta función y permitir las adquisiciones de buenos productos.

En la “dimensión almacenaje”, se determinó también implementar y mejorar las plantillas Excel, realizar capacitaciones, implementar políticas y mejorar distribución almacén, lo que permitirá el adecuado control y disponibilidad de productos para atender la demanda (tabla 6). La mejora en las prácticas de las funciones de almacenaje se sustenta en el aporte de Querin & Göbl (2018) quienes indicaron que una mejor gestión de los inventarios y almacenaje contribuye a satisfacer plenamente lo solicitado por los usuarios y consumidores, es decir, que a medida que se lleven a cabo buenas prácticas de almacenamiento y manejo de inventarios, la empresa se encontrará en la capacidad de satisfacer los requerimientos de los clientes en cuando a las condiciones de productos y disponibilidad.

En la “dimensión almacenaje”, se determinó también implementar y mejorar las plantillas Excel, realizar capacitaciones e implementar políticas, y se agregan mejoras en el seguimiento de productos y clientes, que permitan una mayor satisfacción y experiencia del cliente (tabla 6). La mejora en las prácticas de las funciones de distribución se sustenta en el aporte de Palacios (2021) quien menciona que esta actividad busca el empleo de mecanismos adecuados para trasladar los productos al lugar solicitado, oportunamente y en las condiciones exigidas por los requirentes, de manera eficiente y eficaz.

Respecto al objetivo general, sobre propuesta del sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, se determinó que esta propuesta constará de cinco (5) estrategias centrales y diversas acciones a efectuarse en cada una de ellas. Las acciones básicamente estarán orientadas a mejorar la plantilla de Excel de gestión logística, plantear políticas de trabajo, capacitar al personal encargado, mejorar la distribución de los almacenes y realizar seguimiento a los clientes. Las estrategias comprenderán: (1) el desarrollo y mejoramiento del sistema de gestión logística en la plantilla de Excel, en las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución, (2) el planteamiento de políticas para las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución; (3) la capacitación al personal encargado de las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución, (4) el mejoramiento de la distribución de los almacenes, basada en mejorar la distribución de los almacenes (zona de recepción), mejorar la distribución de los almacenes (zona de revisión, zona de almacenaje y mantenimiento), e implementar medidas de seguridad en el almacén; y (5) la realización de seguimiento a los clientes mediante mecanismos adecuados, basado en el uso de cuestionarios bien diseñados para los clientes (para conocer sus requerimientos), y realizar contacto con los clientes luego de recibido los productos, no solo en la entrega por delivery, sino en el recojo en tienda, a través del manejo de base de datos y uso de redes sociales.

Esta propuesta, así como el plan de intervención, detalles estratégicos, cronogramas, así como la inversión monetaria requerida se detalla en el anexo 12. Desde luego, las inversiones propuestas serán retribuidas a través de los diversos beneficios que implica la implementación de la propuesta. La propuesta de mejora de la gestión logística se sustenta en el aporte de Wanjiku & Mwangangi (2018) quienes señalaron que algunos estudios han corroborado que invertir en la gestión de la cadena logística permite mejorar el proceso de suministro de recursos, además de minimizar costos y reducir el tiempo de atención, lo que contribuirá con la calidad de atención y la satisfacción del usuario o consumidor.

VI. CONCLUSIONES

- 1.** Respecto al objetivo general, la propuesta de sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica se basa en cinco estrategias principales: (1) desarrollo y mejora del sistema de gestión logística en Excel para las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución; (2) establecimiento de políticas para las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución; (3) capacitación del personal encargado de dichas funciones; (4) mejora de la distribución de los almacenes; y (5) seguimiento a los clientes mediante cuestionarios y contacto directo.
- 2.** Respecto al primer objetivo específico, se identificaron algunas deficiencias en la gestión logística de la empresa en las áreas de compras, almacenamiento y distribución. En compras, la empresa no utiliza los reportes de ventas para planificar los requerimientos de los clientes, no tiene un sistema para registrar los requerimientos de los colaboradores y carece de una evaluación formal de proveedores. En almacenamiento, se utiliza una combinación de plantillas en Excel y un cuaderno para el registro de inventarios, el control de inventarios se realiza mensualmente y el proceso de recepción de bienes no está formalizado. En distribución, no hay un sistema para registrar los requerimientos de los colaboradores ni un seguimiento adecuado de los productos entregados a los clientes en tienda.
- 3.** Respecto al segundo objetivo específico, la calidad de servicio de la empresa tecnológica fue calificada como buena por el 68,3% de los clientes, con la mayoría de las dimensiones (elementos tangibles, confiabilidad del servicio, seguridad y capacidad de respuesta de la empresa) con calificaciones positivas. Sin embargo, la dimensión de empatía del personal fue calificada como regular por el 61,7% de los clientes.
- 4.** Respecto al tercer objetivo específico, se determinaron las mejores prácticas en gestión logística que se pueden proponer en el sistema para mejorar la calidad de servicio de la empresa tecnológica, y se estableció para la dimensión compras implementar y mejorar las plantillas Excel, realizar capacitaciones y establecer mecanismos de evaluación de proveedores y procedimientos de compras más formales. En la dimensión almacenamiento se estableció también

implementar y mejorar las plantillas Excel, realizar capacitaciones, establecer políticas y mejorar la distribución de almacén. En la dimensión distribución se determinó implementar y mejorar las plantillas Excel, realizar capacitaciones, establecer políticas y mejorar el seguimiento de productos y clientes para una mayor satisfacción del cliente.

VII. RECOMENDACIONES

1. Al gerente general de la empresa tecnológica evaluada, se recomienda revisar el contenido de la propuesta de sistema de gestión logística presentado en el anexo 12, con el propósito de evaluar los aspectos planteados para las funciones de compras, almacenaje y distribución, y puedan implementarse en las operaciones de la empresa para mejorar la calidad de servicio al cliente.
2. Al gerente general, se recomienda también evaluar periódicamente el desempeño de las funciones de logística y la calidad de servicio a los clientes, con la finalidad de detectar las deficiencias que surjan en el funcionamiento de la empresa y puedan implementarse medidas correctivas al respecto.
3. Al encargado de logística de la empresa, se recomienda participar en actividades que le permitan desarrollar sus competencias relacionadas con las funciones de compras, almacenaje y distribución de productos, además de autoevaluar el desempeño de su área, con la finalidad de identificar puntos de mejora. Es importante, en ese sentido, procurar llevar a cabo de manera adecuada el proceso de compra y almacenaje, que de ello depende una buena distribución de productos y por ende una mayor calidad de servicio. Además, se recomienda coordinar constantemente con la gerencia general para optimizar los mecanismos logísticos, transmitiendo la necesidad de adoptar acciones de mejora como la incorporación del sistema de gestión logística propuesto en esta investigación.
4. Al personal de atención al cliente, se les sugiere participar activamente del proceso de distribución de productos y procurar brindar un adecuado servicio al cliente mediante una entrega y atención oportuna, un servicio confiable y seguro, y un trato amable y agradable; además de eso, es importante que contribuyan y colaboren con algunas actividades relacionadas al manejo de inventarios.
5. A futuros investigadores, se recomienda realizar estudios experimentales en donde busquen implementar propuestas de mejora de la gestión logística y la calidad de servicio al cliente debido a que constituyen áreas en donde la mayoría de empresas, independientemente de su tamaño o sector, presentan deficiencias que deben ser atendidas en el corto plazo.

REFERENCIAS

- Aftab, A. & Vita, S. (2019). Impact of Logistics Performance on Trade with Specific Reference to Garment Sector in Cambodia, Bangladesh and India. *Global Business Review*, 22(2), 517–531. <https://doi.org/10.1177/0972150918811700>
- Alemán, L., Padilla, D. y Cuevas, C. (2019). Diagnóstico del proceso logístico para la toma de decisiones en empresas de biotecnología. *Retos de la Dirección*, 13(2), 182-202. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552019000200182
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica: para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas, humanas*. Enfoques Consulting E.I.R.L.
- Arroyo, J. y Benito, R. (2019). *La gestión logística y la calidad de servicio del personal administrativo en la sub gerencia de logística de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, año 2018* [Tesis de grado, Universidad Nacional de Huancavelica]. Repositorio Institucional UNH. <https://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/2683>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (4.º ed.). Pearson Educación.
- Burity, J. (2021). *The Importance of Logistics Efficiency on Customer Satisfaction*. American Military University. https://www.researchgate.net/publication/348564414_The_Importance_of_Logistics_Efficiency_on_Customer_Satisfaction
- Calzado, D. (2020). La gestión logística de almacenes en los operadores logísticos. *Ciencias Holguín*, 26(1), 59-73. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181562407005>
- Carlos, J. (2020). Actividades de apoyo de la gestión logística en las empresas comercializadoras de bebidas. *Revista Enfoques*, 4(16), 239–247. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.96>
- Cerna, D. (2020, 30 de octubre). *La UDEP se alía con el MTC para realizar la Encuesta Nacional de Logística*. Universidad de Piura.

- <https://www.udep.edu.pe/hoy/2020/10/udep-se-alia-con-mtc-para-realizar-encuesta-nacional-de-logistica/>
- Cherchata, A., Popovychenko, I., Andrusiv, U., Gryn, V., Shevchenko, N. & Shkuropatskyi, O. (2022). Innovations in Logistics Management as a Direction for Improving the Logistics Activities of Enterprises. *Management Systems in Production Engineering*, 30(1), 9-17. <https://doi.org/10.2478/mspe-2022-0002>
- Concytec (2018). *Reglamento de Calificación, Clasificación y Registro de los Investigadores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – Reglamento RENACYT*. Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf
- Council of Supply Chain Management Professionals (2021). *Supply Chain Management: Terms and Glossary*. CSCMP.
- Estela, R. (2020). Investigación propositiva. Instituto de educación superior pedagógico público iberoamericano. <https://es.calameo.com/read/006239239f8a941bec906>
- Fernández, L. (2019). *Gestión logística y calidad de los servicios públicos en la Municipalidad Provincial de Huanta – Ayacucho, 2018* [Tesis, Universidad Peruana de Ciencias e Informática]. <http://repositorio.upci.edu.pe/handle/upci/58?show=full>
- Font, M. y Blanco, G. (2018). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *Eca sinergia*, 9(2), 80-90. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i2.1125
- García, E. (2020, 19 de diciembre). *21 estadísticas que demuestran el valor de la experiencia del cliente en 2021*. Portal Erick Alejandro García. <https://erickalejandrogarcia.com/2020/12/19/21-estadisticas-que-demuestran-el-valor-de-la-experiencia-del-cliente-en-2021/>
- Ghalekhondabi, I. & Masel, D. (2018). Storage Allocation in a Warehouse Based on the Forklifts Fleet Availability. *Journal of Algorithms & Computational Technology*, 12(2), 127–135. <https://doi.org/10.1177/1748301818761130>

- Gil, S.; Pardo, E.; Alonso, A. & Duarte, A. (2021). Fixed versus Variable Time Window Warehousing Strategies in Real Time. *Progress in Artificial Intelligence*, 9(1), 315–324. <https://doi.org/10.1007/s13748-020-00215-1>
- Granados, O. (2022, 12 de febrero). *Cómo funciona la logística en el mundo: el motor clave que hace girar la economía*. Portal El País. <https://elpais.com/economia/negocios/2022-02-13/como-funciona-la-logistica-en-el-mundo-el-motor-clave-que-hace-girar-la-economia.html>
- Hajian, M. (2022). The Effect of COVID-19 Pandemic on the Global Supply Chain Operations: A System Dynamics Approach. *Foreign Trade Review*, 57(2), 198–220. <https://doi.org/10.1177/00157325211060932>
- He, D. (2022). Intelligent Selection Algorithm of Optimal Logistics Distribution Path Based on Supply Chain Technology. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.1155/2022/9955726>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.
- Ibarra, L.; Woolfolk, L. y Meza, B. (2019). Evaluación de la calidad en el servicio: una aplicación práctica en un establecimiento de Café. *Revista CEA*, 6(11), 89-108. <https://doi.org/10.22430/24223182.1430>
- Jarrín, M. y Ormazá, J. (2021). Gestión de calidad para el sector de electrodoméstico. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 362-379. <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1296>
- Jiménez, M.; Hernández, J. y Luna, A. (2019). Calidad del servicio como generador de valor en microempresas: Caso La Jiribilla. *ECA Sinergia*, 10(3), 85-94. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1835
- Kar, A. & Ranjan, P. (2020). Logistics Cost Dynamics in International Business: A Causal Approach. *Foreign Trade Review*, 55(4), 478–495. <https://doi.org/10.1177/0015732520947861>
- Khan, M.; Huda, N. & Zaman, U. (2022). Smart Warehouse Management System: Architecture, Real-Time Implementation and Prototype Design. *Machines*, 10, 150. <https://doi.org/10.3390/machines10020150>
- Krupasindhu, S.; Weng, F. & Wong, M. (2020). A Strategic Initiative for Successful Reverse Logistics Management in Retail Industry. *Global Business Review*,

- 19(3), 151–175. <https://doi.org/10.1177/0972150918758096>
- Logistec (2021, 9 de noviembre). *Empresas peruanas apuestan por la gestión logística que reduce los costos de almacén*. Revista Digital Logistec. <https://www.revistalogistec.com/inicio/noticias-industria/3880-empresas-peruanas-apuestan-por-la-gestion-logistica-que-reduce-los-costos-de-almacen>
- Maheshwari, P., Kamble, S., Pundir, A.; Belhadi, A.; Ndubisi, N. & Tiwari, S. (2021). Internet of things for perishable inventory management systems: an application and managerial insights for micro, small and medium enterprises. *Ann Oper Res*, 6(1), 1-29. <https://doi.org/10.1007/s10479-021-04277-9>
- Malindzakova, M. & Zimon, D. (2019). Design Supply Cycle for Inventory Management. *TEM Journal*, 8(3), 894-899. <https://doi.org/10.18421/TEM83-29>
- Martínez, L. y El Kadi, O. (2019). Logística Integral y Calidad Total, Filosofía de Gestión Organizacional orientadas al cliente. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 7(4), 202-232. <https://www.redalyc.org/journal/5768/576869546011/html/>
- Marziali, M.; Rossit, D. & Toncovich, A. (2021). Warehouse Management Problem and a KPI Approach: a Case Study. *Management and Production Engineering Review*; 12(3), 51-62. <https://doi.org/10.24425/mper.2021.138530>
- McMaster, M., Nettleton, C., Tom, C., Xu, B., Cao, C., & Qiao, P. (2020). Risk Management: Rethinking Fashion Supply Chain Management for Multinational Corporations in Light of the COVID-19 Outbreak. *In Journal of Risk and Financial Management*, 13(8), 173. <https://doi.org/10.3390/jrfm13080173>
- Querin, F., & Göbl, M. (2018). An analysis on the impact of Logistics on Customer Service. *Journal of Applied Leadership and Management*, 5(1), 90-103. <https://www.econstor.eu/handle/10419/175337>
- Rojas, Y. (2019). Sistema de gestión logístico para la satisfacción de los clientes de la Ferretería El Tambo EIRL [Tesis de grado, Universidad Continental]. <https://core.ac.uk/download/pdf/304170466.pdf>

- Santisteban, M. y Ventura, P. (2020). *Gestión logística y Calidad de servicio de la Unidad Logística de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, año 2020* [Tesis, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/67104>
- Silva, J., Macías, B. y Tello, E. (2020). 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*, 15(2), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Sinha, D.; Bagodi, V. & Dey, D. (2020). The Supply Chain Disruption Framework Post COVID-19: A System Dynamics Model. *Foreign Trade Review*, 55(4), 511–534. <https://doi.org/10.1177/0015732520947904>
- Smaniotto, C.; Emontspool, J. & Askegaard, S. (2020). Consumption logistics and the ordering of market systems. *Marketing Theory*, 21(1), 93–112. <https://doi.org/10.1177/1470593120948119>
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú (2022, 8 de abril). *Los costos logísticos de las empresas en el país son del 16% en promedio, pero un 21.1% para las microempresas*. Portal ComexPerú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/los-costos-logisticos-de-las-empresas-en-el-pais-son-del-16-en-promedio-pero-un-211-para-las-microempresas>
- Torres, N. y Calsina, W. (2019). Modelo de gestión de la cadena de suministro y la rentabilidad de los principales laboratorios farmacéuticos del Perú. *Industrial Data*, 23(1), 53-72. <https://doi.org/10.15381/idata.v23i1.16265>
- Vara, A. (2015). *7 pasos para elaborar una tesis*. Macro EIRL.
- Vidarte, C. (2019). *Propuesta de un sistema de gestión logística para optimizar el control de los inventarios en una empresa constructora, Corporación Vidarte S.A.C.* [Tesis de grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/663>
- Villarreal, D.; Cevallos, M.; Arias, D. y Moya, K. (2022). Optimización de los procesos de logística, su mejora y satisfacción al cliente. *Revista Conciencia Digital*, 5(1.3), 216-233. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i1.3.2137>
- Wanjiku, D. & Mwangangi, P. (2018). Influence of logistics management on supply chain performance in retail chain stores in Kenya: a case of Nakumatt

- Holdings Limited. *The Strategic Journal of Business & Change Management*, 4(2), 425-444. <https://strategicjournals.com/index.php/journal/article/view/446>
- Yazdani, M., Mohammed, A., Bai, C., & Labib, A. (2021). A novel hesitant-fuzzy-based group decision approach for outsourcing risk. *Expert Systems with Applications*, 184(1), 115517. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.115517>
- Zambrano, N. y Orellana, C. (2018). Factores que influyen en la calidad del servicio de transporte pesado en Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 224-231. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202018000500224
- Zelada, E. (2022). Gestión logística y atención al cliente en una empresa industrial del rubro alimentos, Lima 2021. *Economía & Negocios*, 4(2), 1-23. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1338>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de coherencia.

Título: Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
<p>Pregunta general: ¿Cómo debe ser el sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023?</p> <p>Preguntas específicas: (1) ¿Cómo es la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica? (2) ¿Cómo es la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica? (3) ¿Cuáles son las mejores prácticas en gestión logística que se pueden proponer en el sistema para mejorar la calidad de servicio de la empresa tecnológica?</p>	<p>Objetivo general: Proponer un sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023.</p> <p>Objetivos específicos: (1) Describir la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica. (2) Describir la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica. (3) Determinar las mejores prácticas en gestión logística que se pueden proponer en el sistema para mejorar la calidad de servicio de la empresa tecnológica.</p>	<p>Debido a que este trabajo investigativo es de nivel descriptivo propositivo, no se requirió la formulación de hipótesis, debido a lo mencionado por Hernández y Mendoza (2018), que solo son necesarias las hipótesis en investigaciones descriptivas que tienen como intención predecir cifras, así como en investigaciones de alcance relacional y causal o explicativo.</p>	<p>Tipo: Aplicada. Enfoque: Mixto (Cuan - cual). Nivel: Descriptivo, Propositivo Diseño: No experimental, transversal.</p> <p>Población: Colaboradores – Clientes. Muestra: 5 colaboradores – 60 clientes. Muestreo: No se aplica.</p> <p>Técnica e instrumento: Entrevista (Guía de entrevista) - Encuesta (Cuestionario). Análisis de datos: Análisis interpretativo de entrevistas. Análisis estadístico de cuestionarios mediante tablas y figuras de frecuencias.</p>

Anexo 2 Matriz de operacionalización de variables.

Anexo 2.1. Operacionalización de la variable *Gestión logística*

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas de Instrumentos	Escala de medida
Gestión Logística	La gestión logística es la función encargada de planificar, organizar, ejecutar y vigilar el proceso de tránsito y almacenaje de bienes y servicios, así como el manejo de la información de esos procesos, desde que ingresa a la empresa hasta que es utilizado y/o distribuido al cliente, con el propósito de satisfacer del usuario o cliente (Carlos, 2020).	La gestión logística se medirá a través de la aplicación de cuestionario a colaboradores, siendo esta variable medida a través de tres 3 dimensiones, 15 indicadores y 15 ítems	Abastecimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación de necesidades de los clientes. - Planificación de las necesidades internas. - Gestión con proveedores. - Proceso de compras de bienes. - Proceso de contratación de servicios. 	1-5	Entrevista	Abierta
			Almacenaje	<ul style="list-style-type: none"> - Registro de inventarios. - Control de inventarios. - Recepción de bienes y servicios. - Mantenimiento de bienes. - Seguridad en el almacenaje 	6-10		
			Distribución	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de entrega de bienes internos. - Direccionamiento de servicios. - Gestión de entrega de bienes a clientes. - Control de la distribución de bienes. - Satisfacción con la disposición final. 	11-15		

Anexo 2.2. Operacionalización de la variable Calidad de servicio

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas de Instrumentos	Escala de medida
Calidad de Servicio	La calidad de servicio comprende las acciones llevadas a cabo la organización para administrar e interactuar con sus clientes recurrentes u ocasionales, antes, durante y después de que esté haya adquirido el bien o servicio ofrecido, con el propósito de lograr su plena satisfacción (Zelada, 2022).	La calidad de servicio se medirá a través de la aplicación de cuestionarios a clientes, siendo esta variable medida a través de 5 dimensiones, 16 indicadores y 16 ítems.	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura física. - Equipos y tecnología empleada. - Materiales empleados. - Presentación física del personal 	1-4	Encuesta	Categorica ordinal 1. Mala. 2. Regula 3. Buena.
			Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de confianza. - Interés del personal en ayudar. - Cumplimiento de compromiso 	5-7		
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Seguridad del servicio. - Solución de problemas. - Conocimientos del personal. 	8-10		
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Atención inmediata. - Entrega oportuna del producto. - Respuesta inmediata 	11-13		
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada. - Cortesía del personal. - Comprensión de necesidades. 	14-16		

Anexo 3 *Instrumento de recolección de datos.*

Anexo 3.1. *Guía de entrevista dirigida al gerente y colaboradores*

Estimado/a participante,

Lo primero es agradecer su colaboración en esta entrevista. La finalidad de la misma es utilizarla en una investigación que se está realizando que tiene como título: “Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023”. De este modo, se considera que su opinión puede aportar información muy valiosa para este estudio.

La duración estimada de esta entrevista es de unos 30 a 35 minutos y lo más importante es la sinceridad en las respuestas. Como en todo proceso de investigación, tienes la garantía absoluta de que todas las opiniones expresadas serán **TOTALMENTE CONFIDENCIALES**, y bajo ningún concepto serán utilizadas para otros fines que no sea la propia investigación.

Por tanto, debe dar su consentimiento informado:

En forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo “Describir la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa Import Leoz”. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

FECHA: __ / __ / 2023

DATOS DEL ENTREVISTADO:

NOMBRE COMPLETO	
GRADO ACADÉMICO	() Técnico () Licenciado () Magister () Doctor
CARGO	() Gerente general () Administrador(a) () Encargado de logística () Cajero(a) () Personal de atención al público
AÑOS LABORANDO EN LA EMPRESA	

Preguntas:

Dimensión compras:

1. ¿De qué manera se lleva a cabo...
 - a. ...la planificación de necesidades de los clientes?
 - b. ...la planificación de las necesidades internas para el funcionamiento de las operaciones?
 - c. ...la gestión de proveedores?
 - d. ...el proceso de compras de productos?
 - e. ...el proceso de contratación de servicios?

Dimensión almacenaje:

2. ¿De qué manera se lleva a cabo...
 - a. ...el registro de inventarios?
 - b. ...el control de inventarios?
 - c. ...la recepción de bienes y servicios?
 - d. ...el mantenimiento de bienes en el almacén?
 - e. ...la seguridad en el almacenaje?

Dimensión distribución:

3. ¿De qué manera se lleva a cabo...
 - a. ...la entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores (útiles de oficina, materiales, etc.)?
 - b. ...el direccionamiento de servicios contratados por la empresa para atender sus necesidades (energía eléctrica, internet, etc.)?
 - c. ...la entrega de productos a los clientes?
 - d. ...el seguimiento de los productos distribuidos a los clientes?
 - e. ...la evaluación de la satisfacción de los clientes con la disposición final de los productos?

Gracias por su participación

MODELO DE FICHA DE ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

Código de entrevistado:

Fecha de entrevista:

Dimensión:

Indicador:

Respuestas de informantes:

Análisis del discurso:

Anexo 3.2. Cuestionario dirigido a los clientes - Variable Calidad de Servicio

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo “Describir la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz”. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

A continuación, se presenta 16 preguntas relacionadas a la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica. Cada una de las proposiciones tiene cinco alternativas para responder de acuerdo a su criterio. Lea detenidamente cada pregunta y marque con un aspa (X) solo una alternativa, que mejor crea conveniente, de acuerdo al grado de acuerdo que tenga.

VALORACIÓN:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Indeciso

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

Dimensión 1: Elementos tangibles		1	2	3	4	5
1	La infraestructura física (instalaciones, distribución del local) es la adecuada para el servicio.					
2	El equipamiento y tecnología empleada (computadoras, máquina registradora, etc.) facilitan el servicio.					
3	Los materiales empleados (útiles de oficina, embalajes, etc.) son los adecuados.					
4	La presentación física del personal (vestimenta, uniforme, etc.) es adecuada.					
Dimensión 2: Confiabilidad		1	2	3	4	5
5	Considera que el personal que atiende genera confianza.					
6	Considera que el personal muestra interés en ayudarlo frente a cualquier duda relacionada con el producto o servicio					
7	La empresa cumplió con la entrega del producto tal y como lo prometió.					

Dimensión 3: Seguridad		1	2	3	4	5
8	Considera que el pedido, el pago y la entrega del producto se realizó de forma segura.					
9	Se solucionaron los problemas que pueden haber surgido en el pedido, el pago o la entrega del producto.					
10	El personal demostró conocimientos en todo momento relacionado al producto o el servicio.					
Dimensión 4: Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
11	Considera que el personal atiende de inmediato cuando se le solicita información para realizar su pedido.					
12	Considera que la entrega del producto se realizó en los plazos establecidos en el contrato.					
13	Considera que el área encargada da respuesta inmediata ante sus reclamos.					
Dimensión 5: Empatía		1	2	3	4	5
14	Considera que la atención que brindan a los clientes es personalizada.					
15	Considera que sus compañeros atienden con cortesía en todo momento.					
16	Considera que el personal se mantiene abierto para conocer y comprender las necesidades del cliente.					

Gracias por su participación

Baremos de la variable calidad del servicio y dimensiones

Niveles	Var 2	D1	D2	D3	D4	D5
Mala	16 - 37	04 - 09	03 - 07	03 - 07	03 - 07	03 - 07
Regular	38 - 58	10 - 14	08 - 11	08 - 11	08 - 11	08 - 11
Buena	59 - 80	15 - 20	12 - 15	12 - 15	12 - 15	12 - 15

Anexo 4 Validez de los instrumentos de recolección de datos

Anexo 4.1. Validez de guía de entrevista dirigida al gerente y colaboradores



Anexo 2 Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Gómez Zúñiga Cecilia Paula Luisa		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de Organizaciones		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (X)		
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados		
	Título del estudio realizado.		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

(Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba 1:	Validación de guía de entrevista sobre gestión logística, dirigida al gerente general y colaboradores
Autora:	Ubaldina Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle
Procedencia:	Departamento de Piura, Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	30-35 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	La guía de entrevista se compone de 3 dimensiones (Abastecimiento, almacenamiento y distribución), 15 indicadores y 15 preguntas. Preguntas abiertas con respuestas libres. El objetivo de la guía de entrevista es: Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica.

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Variable 1: Gestión logística	<ul style="list-style-type: none"> Abastecimiento. Almacenaje. Distribución. 	La gestión logística es la función encargada de planificar, organizar, ejecutar y vigilar el proceso de tránsito y almacenaje de bienes y servicios, así como el manejo de la información de esos procesos, desde que ingresa a la empresa hasta que es utilizado y/o distribuido al cliente, con el propósito de satisfacer del usuario o cliente (Carlos, 2020).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el instrumento "Guía de entrevista sobre gestión logística, dirigida al gerente general y colaboradores", elaborado por **Ubaldina Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle**, en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores. Califique cada uno de los ítems según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable 1: Gestión logística

- **Primera dimensión:** Abastecimiento.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, en la dimensión abastecimiento.

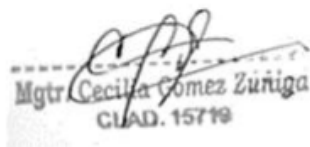
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Planificación de necesidades de los clientes.	¿De qué manera se lleva a cabo la planificación de necesidades de los clientes?	4	4	4	
Planificación de las necesidades internas.	¿De qué manera se lleva a cabo la planificación de las necesidades internas para el funcionamiento de las operaciones?	4	4	4	
Gestión con proveedores.	¿De qué manera se lleva a cabo la gestión de proveedores?	4	4	4	
Proceso de compras de bienes.	¿De qué manera se lleva a cabo el proceso de compras de productos?	4	4	4	
Proceso de contratación de servicios.	¿De qué manera se lleva a cabo el proceso de contratación de servicios?	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Almacenaje.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, en la dimensión almacenaje.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Registro de inventarios.	¿De qué manera se lleva a cabo el registro de inventarios?	4	4	4	
Control de inventarios.	¿De qué manera se lleva a cabo el control de inventarios?	4	4	4	
Recepción de bienes y servicios.	¿De qué manera se lleva a cabo la recepción de bienes y servicios?	4	4	4	
Mantenimiento de bienes.	¿De qué manera se lleva a cabo el mantenimiento de bienes en el almacén?	4	4	4	
Seguridad en el almacenaje	¿De qué manera se lleva a cabo la seguridad en el almacenaje?	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Distribución.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, en la dimensión distribución.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de entrega de bienes internos.	¿De qué manera se lleva a cabo la entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores (útiles de oficina, materiales, etc.)?	4	4	4	
Direccionamiento de servicios.	¿De qué manera se lleva a cabo el direccionamiento de servicios contratados por la empresa para atender sus necesidades (energía eléctrica, internet, etc.)?	4	4	4	
Gestión de entrega de bienes a clientes.	¿De qué manera se lleva a cabo la entrega de productos a los clientes?	4	4	4	
Control de la distribución de bienes.	¿De qué manera se lleva a cabo el seguimiento de los productos distribuidos a los clientes?	4	4	4	
Satisfacción con la disposición final.	¿De qué manera se lleva a cabo la evaluación de la satisfacción de los clientes con la disposición final de los productos?	4	4	4	



Firma del evaluador
Mgtr. Gómez Zúñiga Cecilia Paula Luisa
DNI 03490490

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Variable 1: Gestión logística	<ul style="list-style-type: none"> • Abastecimiento. • Almacenaje. • Distribución. 	La gestión logística es la función encargada de planificar, organizar, ejecutar y vigilar el proceso de tránsito y almacenaje de bienes y servicios, así como el manejo de la información de esos procesos, desde que ingresa a la empresa hasta que es utilizado y/o distribuido al cliente, con el propósito de satisfacer del usuario o cliente (Carlos, 2020).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el instrumento “**Guía de entrevista sobre gestión logística, dirigida al gerente general y colaboradores**”, elaborado por **Ubaldina Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle**, en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores. Califique cada uno de los ítems según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable 1: Gestión logística

- **Primera dimensión:** Abastecimiento.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, en la dimensión abastecimiento.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Planificación de necesidades de los clientes.	¿De qué manera se lleva a cabo la planificación de necesidades de los clientes?	4	4	4	
Planificación de las necesidades internas.	¿De qué manera se lleva a cabo la planificación de las necesidades internas para el funcionamiento de las operaciones?	4	4	4	
Gestión con proveedores.	¿De qué manera se lleva a cabo la gestión de proveedores?	4	4	4	
Proceso de compras de bienes.	¿De qué manera se lleva a cabo el proceso de compras de productos?	4	4	4	
Proceso de contratación de servicios.	¿De qué manera se lleva a cabo el proceso de contratación de servicios?	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Almacenaje.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, en la dimensión almacenaje.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Registro de inventarios.	¿De qué manera se lleva a cabo el registro de inventarios?	4	4	4	
Control de inventarios.	¿De qué manera se lleva a cabo el control de inventarios?	4	4	4	
Recepción de bienes y servicios.	¿De qué manera se lleva a cabo la recepción de bienes y servicios?	4	4	4	
Mantenimiento de bienes.	¿De qué manera se lleva a cabo el mantenimiento de bienes en el almacén?	4	4	4	
Seguridad en el almacenaje	¿De qué manera se lleva a cabo la seguridad en el almacenaje?	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Distribución.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, en la dimensión distribución.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de entrega de bienes internos.	¿De qué manera se lleva a cabo la entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores (útiles de oficina, materiales, etc.)?	4	4	4	
Direccionamiento de servicios.	¿De qué manera se lleva a cabo el direccionamiento de servicios contratados por la empresa para atender sus necesidades (energía eléctrica, internet, etc.)	4	4	4	
Gestión de entrega de bienes a clientes.	¿De qué manera se lleva a cabo la entrega de productos a los clientes?	4	4	4	
Control de la distribución de bienes.	¿De qué manera se lleva a cabo el seguimiento de los productos distribuidos a los clientes?	4	4	4	
Satisfacción con la disposición final.	¿De qué manera se lleva a cabo la evaluación de la satisfacción de los clientes con la disposición final de los productos?	4	4	4	



Firma del evaluador

Dr. Jorge Augusto Daniel Pérez
DNI 17812596

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dra. Jenny Martha Quispe López		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (X)		
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados		
	Título del estudio realizado.		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

(Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba 1:	Validación de guía de entrevista sobre gestión logística, dirigida al gerente general y colaboradores
Autora:	Ubalдина Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle
Procedencia:	Departamento de Piura, Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	30-35 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	La guía de entrevista se compone de 3 dimensiones (Abastecimiento, almacenamiento y distribución), 15 indicadores y 15 preguntas. Preguntas abiertas con respuestas libres. El objetivo de la guía de entrevista es: Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica.

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Variable 1: Gestión logística	<ul style="list-style-type: none"> Abastecimiento. Almacenaje. Distribución. 	La gestión logística es la función encargada de planificar, organizar, ejecutar y vigilar el proceso de tránsito y almacenaje de bienes y servicios, así como el manejo de la información de esos procesos, desde que ingresa a la empresa hasta que es utilizado y/o distribuido al cliente, con el propósito de satisfacer del usuario o cliente (Carlos, 2020).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el instrumento “**Guía de entrevista sobre gestión logística, dirigida al gerente general y colaboradores**”, elaborado por **Ubaldina Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle**, en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores. Califique cada uno de los ítems según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable 1: Gestión logística

- **Primera dimensión:** Abastecimiento.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, en la dimensión abastecimiento.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Planificación de necesidades de los clientes.	¿De qué manera se lleva a cabo la planificación de necesidades de los clientes?	4	4	4	
Planificación de las necesidades internas.	¿De qué manera se lleva a cabo la planificación de las necesidades internas para el funcionamiento de las operaciones?	4	4	4	
Gestión con proveedores.	¿De qué manera se lleva a cabo la gestión de proveedores?	4	4	4	
Proceso de compras de bienes.	¿De qué manera se lleva a cabo el proceso de compras de productos?	4	4	4	
Proceso de contratación de servicios.	¿De qué manera se lleva a cabo el proceso de contratación de servicios?	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Almacenaje.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, en la dimensión almacenaje.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Registro de inventarios.	¿De qué manera se lleva a cabo el registro de inventarios?	4	4	4	
Control de inventarios.	¿De qué manera se lleva a cabo el control de inventarios?	4	4	4	
Recepción de bienes y servicios.	¿De qué manera se lleva a cabo la recepción de bienes y servicios?	4	4	4	
Mantenimiento de bienes.	¿De qué manera se lleva a cabo el mantenimiento de bienes en el almacén?	4	4	4	
Seguridad en el almacenaje	¿De qué manera se lleva a cabo la seguridad en el almacenaje?	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Distribución.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la gestión logística que se lleva a cabo actualmente en la empresa tecnológica, en la dimensión distribución.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de entrega de bienes internos.	¿De qué manera se lleva a cabo la entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores (útiles de oficina, materiales, etc.)?	4	4	4	
Direccionamiento de servicios.	¿De qué manera se lleva a cabo el direccionamiento de servicios contratados por la empresa para atender sus necesidades (energía eléctrica, internet, etc.)?	4	4	4	
Gestión de entrega de bienes a clientes.	¿De qué manera se lleva a cabo la entrega de productos a los clientes?	4	4	4	
Control de la distribución de bienes.	¿De qué manera se lleva a cabo el seguimiento de los productos distribuidos a los clientes?	4	4	4	
Satisfacción con la disposición final.	¿De qué manera se lleva a cabo la evaluación de la satisfacción de los clientes con la disposición final de los productos?	4	4	4	



Firma del evaluador

Dra. Jenny Martha Quispe López
DNI 32924318

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGarland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Validez de contenido de la guía de entrevista por V de Aiken

Criterio: CLARIDAD

Evaluador

Item	E1	E2	E3	E4	E5	V-Aiken	Escala
1	1	1	1			1,00	Fuerte
2	1	1	1			1,00	Fuerte
3	1	1	1			1,00	Fuerte
4	1	1	1			1,00	Fuerte
5	1	1	1			1,00	Fuerte
6	1	1	1			1,00	Fuerte
7	1	1	1			1,00	Fuerte
8	1	1	1			1,00	Fuerte
9	1	1	1			1,00	Fuerte
10	1	1	1			1,00	Fuerte
11	1	1	1			1,00	Fuerte
12	1	1	1			1,00	Fuerte
13	1	1	1			1,00	Fuerte
14	1	1	1			1,00	Fuerte
15	1	1	1			1,00	Fuerte

Criterio: COHERENCIA

Evaluador

Item	E1	E2	E3	E4	E5	V-Aiken	Escala
1	1	1	1			1,00	Fuerte
2	1	1	1			1,00	Fuerte
3	1	1	1			1,00	Fuerte
4	1	1	1			1,00	Fuerte
5	1	1	1			1,00	Fuerte
6	1	1	1			1,00	Fuerte
7	1	1	1			1,00	Fuerte
8	1	1	1			1,00	Fuerte
9	1	1	1			1,00	Fuerte
10	1	1	1			1,00	Fuerte
11	1	1	1			1,00	Fuerte
12	1	1	1			1,00	Fuerte
13	1	1	1			1,00	Fuerte
14	1	1	1			1,00	Fuerte
15	1	1	1			1,00	Fuerte

Criterio: RELEVANCIA

Evaluador

Item	E1	E2	E3	E4	E5	V-Aiken	Escala
1	1	1	1			1,00	Fuerte
2	1	1	1			1,00	Fuerte
3	1	1	1			1,00	Fuerte
4	1	1	1			1,00	Fuerte
5	1	1	1			1,00	Fuerte
6	1	1	1			1,00	Fuerte
7	1	1	1			1,00	Fuerte
8	1	1	1			1,00	Fuerte
9	1	1	1			1,00	Fuerte
10	1	1	1			1,00	Fuerte
11	1	1	1			1,00	Fuerte
12	1	1	1			1,00	Fuerte
13	1	1	1			1,00	Fuerte
14	1	1	1			1,00	Fuerte
15	1	1	1			1,00	Fuerte

Coefficiente V-Aiken por criterio

Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Global	Escala
1	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
2	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
3	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
4	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
5	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
6	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
7	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
8	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
9	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
10	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
11	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
12	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
13	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
14	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
15	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte

Coefficiente V-Aiken por instrumento

V-Aiken	Escala
1,000	Fuerte

Como la V-Aiken es mayor que 0,800, se puede decir que el instrumento posee una fuerte validez de contenido. Al respecto, Hernández y Mendoza (2018) señalan que la validez de un instrumento es el grado con que este mide la variable que pretende evaluar.

Anexo 4.2. Validez de cuestionario dirigido a los clientes



Anexo 2 Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Gómez Zúñiga Cecilia Paula Luisa
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de Organizaciones
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

(Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba 2:	Validación de cuestionario para analizar la calidad de servicio, dirigido a clientes
Autora:	Ubaldina Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle
Procedencia:	Departamento de Piura, Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	10-15 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	El cuestionario se compone de 5 dimensiones (Elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía), 16 indicadores y 16 ítems. Ítems cerrados con escala de Likert: 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Indeciso 4 = De acuerdo

	5 = Totalmente de acuerdo El objetivo del cuestionario es: Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz.
--	--

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Variable 2: Calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos tangibles. • Confiabilidad. • Seguridad. • Capacidad de respuesta. • Empatía. 	La calidad de servicio comprende las acciones llevadas a cabo la organización para administrar e interactuar con sus clientes recurrentes u ocasionales, antes, durante y después de que esté haya adquirido el bien o servicio ofrecido, con el propósito de lograr su plena satisfacción (Zelada, 2022).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el instrumento “Cuestionario para analizar la calidad de servicio, dirigido a clientes”, elaborado por **Ubalina Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle**, en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores. Califique cada uno de los ítems según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable 2: Calidad de servicio

- **Primera dimensión:** Elementos tangibles.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión elementos tangibles.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Infraestructura física.	La infraestructura física (instalaciones, distribución del local) es la adecuada para el servicio.	4	4	4	
Equipos y tecnología empleada.	El equipamiento y tecnología empleada (computadoras, máquina registradora, etc.) facilitan el servicio.	4	4	4	
Materiales empleados.	Los materiales empleados (útiles de oficina, embalajes, etc.) son los adecuados.	4	4	4	
Presentación física del personal	La presentación física del personal (vestimenta, uniforme, etc.) es adecuada.	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Confiabilidad.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión confiabilidad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Generación de confianza.	Considera que el personal que atiende genera confianza.	4	4	4	
Interés del personal en ayudar.	Considera que el personal muestra interés en ayudarlo frente a cualquier duda relacionada con el producto o servicio.	4	4	4	
Cumplimiento de compromiso	La empresa cumplió con la entrega del producto tal y como lo prometió.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Seguridad.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión seguridad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Seguridad del servicio.	Considera que el pedido, el pago y la entrega del producto se realizó de forma segura.	4	4	4	
Solución de problemas.	Se solucionaron los problemas que pueden haber surgido en el pedido, el pago o la entrega del producto.	4	4	4	
Conocimientos del personal.	El personal demostró conocimientos en todo momento relacionado al producto o el servicio.	4	4	4	

- **Cuarta dimensión:** Capacidad de respuesta.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión capacidad de respuesta.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención inmediata.	Considera que el personal atiende de inmediato cuando se le solicita información para realizar su pedido.	4	4	4	
Entrega oportuna del producto.	Considera que la entrega del producto se realizó en los plazos establecidos en el contrato.	4	4	4	
Respuesta inmediata	Considera que el área encargada da respuesta inmediata ante sus reclamos.	4	4	4	

- **Quinta dimensión:** Empatía.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión empatía.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención personalizada.	Considera que la atención que brindan a los clientes es personalizada.	4	4	4	
Cortesía del personal.	Considera que sus compañeros atienden con cortesía en todo momento.	4	4	4	
Comprensión de necesidades.	Considera que el personal se mantiene abierto para conocer y comprender las necesidades del cliente.	4	4	4	



Mgtr. Cecilia Gómez Zúñiga
CUAD. 15719

Firma del evaluador
Mgtr. Gómez Zúñiga Cecilia Paula Luisa
DNI 03490490

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "**Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023**". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dr. Jorge Augusto Daniel Pérez
Grado profesional:	Maestría () Doctor (x)
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (x) Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

(Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba 2:	Validación de cuestionario para analizar la calidad de servicio, dirigido a clientes
Autora:	Ubalдина Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle
Procedencia:	Departamento de Piura, Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	10-15 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	El cuestionario se compone de 5 dimensiones (Elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía), 16 indicadores y 16 ítems. Ítems cerrados con escala de Likert: 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Indeciso 4 = De acuerdo

	5 = Totalmente de acuerdo El objetivo del cuestionario es: Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz.
--	--

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Variable 2: Calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos tangibles. • Confiabilidad. • Seguridad. • Capacidad de respuesta. • Empatía. 	La calidad de servicio comprende las acciones llevadas a cabo la organización para administrar e interactuar con sus clientes recurrentes u ocasionales, antes, durante y después de que esté haya adquirido el bien o servicio ofrecido, con el propósito de lograr su plena satisfacción (Zelada, 2022).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el instrumento "Cuestionario para analizar la calidad de servicio, dirigido a clientes", elaborado por **Ubaldina Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle**, en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores. Califique cada uno de los ítems según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable 2: Calidad de servicio

- **Primera dimensión:** Elementos tangibles.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión elementos tangibles.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Infraestructura física.	La infraestructura física (instalaciones, distribución del local) es la adecuada para el servicio.	4	4	4	
Equipos y tecnología empleada.	El equipamiento y tecnología empleada (computadoras, máquina registradora, etc.) facilitan el servicio.	4	4	4	
Materiales empleados.	Los materiales empleados (útiles de oficina, embalajes, etc.) son los adecuados.	4	4	4	
Presentación física del personal	La presentación física del personal (vestimenta, uniforme, etc.) es adecuada.	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Confiabilidad.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión confiabilidad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Generación de confianza.	Considera que el personal que atiende genera confianza.	4	4	4	
Interés del personal en ayudar.	Considera que el personal muestra interés en ayudarlo frente a cualquier duda relacionada con el producto o servicio.	4	4	4	
Cumplimiento de compromiso	La empresa cumplió con la entrega del producto tal y como lo prometió.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Seguridad.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión seguridad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Seguridad del servicio.	Considera que el pedido, el pago y la entrega del producto se realizó de forma segura.	4	4	4	
Solución de problemas.	Se solucionaron los problemas que pueden haber surgido en el pedido, el pago o la entrega del producto.	4	4	4	
Conocimientos del personal.	El personal demostró conocimientos en todo momento relacionado al producto o el servicio.	4	4	4	

- **Cuarta dimensión:** Capacidad de respuesta.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión capacidad de respuesta.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención inmediata.	Considera que el personal atiende de inmediato cuando se le solicita información para realizar su pedido.	4	4	4	
Entrega oportuna del producto.	Considera que la entrega del producto se realizó en los plazos establecidos en el contrato.	4	4	4	
Respuesta inmediata	Considera que el área encargada da respuesta inmediata ante sus reclamos.	4	4	4	

- **Quinta dimensión:** Empatía.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión empatía.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención personalizada.	Considera que la atención que brindan a los clientes es personalizada.	4	4	4	
Cortesía del personal.	Considera que sus compañeros atienden con cortesía en todo momento.	4	4	4	
Comprensión de necesidades.	Considera que el personal se mantiene abierto para conocer y comprender las necesidades del cliente.	4	4	4	



Firma del evaluador
Dr. Jorge Augusto Daniel Pérez
DNI 17812596

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "**Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023**". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dra. Jenny Martha Quispe López		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (X)		
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

(Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba 2:	Validación de cuestionario para analizar la calidad de servicio, dirigido a clientes
Autora:	Ubalдина Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle
Procedencia:	Departamento de Piura, Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	10-15 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	El cuestionario se compone de 5 dimensiones (Elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía), 16 indicadores y 16 ítems. Ítems cerrados con escala de Likert: 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Indeciso 4 = De acuerdo

	5 = Totalmente de acuerdo El objetivo del cuestionario es: Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz.
--	--

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Variable 2: Calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos tangibles. • Confiabilidad. • Seguridad. • Capacidad de respuesta. • Empatía. 	La calidad de servicio comprende las acciones llevadas a cabo la organización para administrar e interactuar con sus clientes recurrentes u ocasionales, antes, durante y después de que esté haya adquirido el bien o servicio ofrecido, con el propósito de lograr su plena satisfacción (Zelada, 2022).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el instrumento "Cuestionario para analizar la calidad de servicio, dirigido a clientes", elaborado por **Ubalдина Mendoza Reyes y Deysi Magaly Rodríguez Calle**, en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores. Califique cada uno de los ítems según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable 2: Calidad de servicio

- **Primera dimensión:** Elementos tangibles.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión elementos tangibles.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Infraestructura física.	La infraestructura física (instalaciones, distribución del local) es la adecuada para el servicio.	4	4	4	
Equipos y tecnología empleada.	El equipamiento y tecnología empleada (computadoras, máquina registradora, etc.) facilitan el servicio.	4	4	4	
Materiales empleados.	Los materiales empleados (útiles de oficina, embalajes, etc.) son los adecuados.	4	4	4	
Presentación física del personal	La presentación física del personal (vestimenta, uniforme, etc.) es adecuada.	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Confiabilidad.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión confiabilidad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Generación de confianza.	Considera que el personal que atiende genera confianza.	4	4	4	
Interés del personal en ayudar.	Considera que el personal muestra interés en ayudarlo frente a cualquier duda relacionada con el producto o servicio.	4	4	4	
Cumplimiento de compromiso	La empresa cumplió con la entrega del producto tal y como lo prometió.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Seguridad.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión seguridad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Seguridad del servicio.	Considera que el pedido, el pago y la entrega del producto se realizó de forma segura.	4	4	4	
Solución de problemas.	Se solucionaron los problemas que pueden haber surgido en el pedido, el pago o la entrega del producto.	4	4	4	
Conocimientos del personal.	El personal demostró conocimientos en todo momento relacionado al producto o el servicio.	4	4	4	

- **Cuarta dimensión:** Capacidad de respuesta.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión capacidad de respuesta.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención inmediata.	Considera que el personal atiende de inmediato cuando se le solicita información para realizar su pedido.	4	4	4	
Entrega oportuna del producto.	Considera que la entrega del producto se realizó en los plazos establecidos en el contrato.	4	4	4	
Respuesta inmediata	Considera que el área encargada da respuesta inmediata ante sus reclamos.	4	4	4	

- **Quinta dimensión:** Empatía.
- **Objetivos de la dimensión:** Analizar la calidad de servicio que brinda la empresa tecnológica Import Leoz, en la dimensión empatía.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención personalizada.	Considera que la atención que brindan a los clientes es personalizada.	4	4	4	
Cortesía del personal.	Considera que sus compañeros atienden con cortesía en todo momento.	4	4	4	
Comprensión de necesidades.	Considera que el personal se mantiene abierto para conocer y comprender las necesidades del cliente.	4	4	4	



Firma del evaluador

Dra. Jenny Martha Quispe López

DNI 32924318

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Validez de contenido del cuestionario por V de Aiken

Criterio: **CLARIDAD**
Evaluador

Item	E1	E2	E3	E4	E5	V-Aiken	Escala
1	1	1	1			1,00	Fuerte
2	1	1	1			1,00	Fuerte
3	1	1	1			1,00	Fuerte
4	1	1	1			1,00	Fuerte
5	1	1	1			1,00	Fuerte
6	1	1	1			1,00	Fuerte
7	1	1	1			1,00	Fuerte
8	1	1	1			1,00	Fuerte
9	1	1	1			1,00	Fuerte
10	1	1	1			1,00	Fuerte
11	1	1	1			1,00	Fuerte
12	1	1	1			1,00	Fuerte
13	1	1	1			1,00	Fuerte
14	1	1	1			1,00	Fuerte
15	1	1	1			1,00	Fuerte
16	1	1	1			1,00	Fuerte

Criterio: **COHERENCIA**
Evaluador

Item	E1	E2	E3	E4	E5	V-Aiken	Escala
1	1	1	1			1,00	Fuerte
2	1	1	1			1,00	Fuerte
3	1	1	1			1,00	Fuerte
4	1	1	1			1,00	Fuerte
5	1	1	1			1,00	Fuerte
6	1	1	1			1,00	Fuerte
7	1	1	1			1,00	Fuerte
8	1	1	1			1,00	Fuerte
9	1	1	1			1,00	Fuerte
10	1	1	1			1,00	Fuerte
11	1	1	1			1,00	Fuerte
12	1	1	1			1,00	Fuerte
13	1	1	1			1,00	Fuerte
14	1	1	1			1,00	Fuerte
15	1	1	1			1,00	Fuerte
16	1	1	1			1,00	Fuerte

Criterio: **RELEVANCIA**
Evaluador

Item	E1	E2	E3	E4	E5	V-Aiken	Escala
1	1	1	1			1,00	Fuerte
2	1	1	1			1,00	Fuerte
3	1	1	1			1,00	Fuerte
4	1	1	1			1,00	Fuerte
5	1	1	1			1,00	Fuerte
6	1	1	1			1,00	Fuerte
7	1	1	1			1,00	Fuerte
8	1	1	1			1,00	Fuerte
9	1	1	1			1,00	Fuerte
10	1	1	1			1,00	Fuerte
11	1	1	1			1,00	Fuerte
12	1	1	1			1,00	Fuerte
13	1	1	1			1,00	Fuerte
14	1	1	1			1,00	Fuerte
15	1	1	1			1,00	Fuerte
16	1	1	1			1,00	Fuerte

Coefficiente V-Aiken por criterio

Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Global	Escala
1	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
2	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
3	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
4	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
5	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
6	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
7	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
8	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
9	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
10	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
11	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
12	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
13	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
14	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
15	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte
16	1,00	1,00	1,00	1,00	Fuerte

Coefficiente V-Aiken por instrumento

V-Aiken	Escala
1,000	Fuerte

Como la V-Aiken es mayor que 0,800, se puede decir que el instrumento posee una fuerte validez de contenido. Al respecto, Hernández y Mendoza (2018) señalan que la validez de un instrumento es el grado con que este mide la variable que pretende evaluar.

Anexo 5 Confiabilidad del cuestionario

Anexo 5.1. Resultados del análisis de confiabilidad del cuestionario para medir la variable calidad de servicio

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,980	16

Nivel de confiabilidad excelente

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ítem_1	60,4000	0,741	0,981
ítem_2	60,1333	0,824	0,979
ítem_3	59,9333	0,954	0,978
ítem_4	60,3333	0,808	0,980
ítem_5	59,8667	0,926	0,978
ítem_6	59,8667	0,926	0,978
ítem_7	60,0667	0,927	0,978
ítem_8	59,8667	0,935	0,978
ítem_9	60,2000	0,905	0,978
ítem_10	59,9333	0,917	0,978
ítem_11	59,9333	0,942	0,978
ítem_12	60,1333	0,884	0,979
ítem_13	60,3333	0,803	0,980
ítem_14	60,0000	0,892	0,978
ítem_15	60,0667	0,842	0,979
ítem_16	59,9333	0,791	0,980

Análisis de la confiabilidad: Según Hernández y Mendoza (2018), la confiabilidad de un instrumento se refiere a la capacidad que este tiene para arrojar resultados consistentes si se aplica el mismo más de dos veces a los mismos sujetos. Si el coeficiente se encuentra entre 0,8 y 0,9, entonces se tiene un nivel bueno de confiabilidad del instrumento; en este caso el valor encontrado es **0.980**, por lo que se puede afirmar que el cuestionario cuenta con un **NIVEL EXCELENTE DE CONFIABILIDAD** para medir la **VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**.

**Valoración de la fiabilidad de ítems según el
coeficiente Alfa de Cronbach**

Intervalo al que pertenece el coeficiente Alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0,0 ; 0,5 [Inaceptable
[0,5 ; 0,6 [Pobre
[0,6 ; 0,7 [Débil
[0,7 ; 0,8 [Aceptable
[0,8 ; 0,9 [Bueno
[0,9 ; 1.0]	Excelente

Base de datos de la muestra piloto para la prueba de confiabilidad

n	PREGUNTAS																Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	65
2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	69
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	68
6	2	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	51
7	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	1	54
8	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	66
9	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
13	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	60
14	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	73
15	5	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	56

Anexo 6 Carta de autorización de la empresa

AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo, RAMÍREZ PEÑA BONYER AVECH, identificado con DNI 48163010, en mi calidad de REPRESENTANTE LEGAL del área de GERENCIA, de la empresa IMPORT LEOZ, con R.U.C N° 10481630105, ubicada en la ciudad de PIURA.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A las señoritas RODRIGUEZ CALLE DEYSI MAGALY Identificado(s) con DNI N° 76676739 Y MENDOZA REYES UBALDINA, Identificado(s) con DNI N° 44041708, de la Carrera profesional Administración, para que utilicen la siguiente información de la empresa: Información sobre la cantidad de ventas y clientes que visitan la tienda y aceptación de una encuesta al personal de tienda y clientes. con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación, Tesis para optar el Título Profesional.

() Publique los resultados de la investigación en el repositorio institucional de la UCV.

(x) Mantener en reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

() Mencionar el nombre de la empresa.



Firma y sello del Representante Legal

DNI:48163010

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Estudiante

DNI: 76676739



Firma del Estudiante

DNI: 44041708

Anexo 7 Formato para la obtención del consentimiento informado

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título de la investigación:

Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023.

Investigador principal:

Mendoza Reyes, Ubaldina (orcid.org/0000-0002-5612-7049)

Rodríguez Calle, Deysi Magaly (orcid.org/0000-0002-5603-6753)

Asesor: Dra. Flores Fernández, Mileydi (orcid.org/0000-0002-6257-1795)

Propósito del estudio:

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: **Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023**, cuyo propósito es proponer un sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023. Esta investigación es desarrollada por **estudiantes** de la **Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo**, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Procedimiento:

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas sobre variables específicas de la investigación. No es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código.
2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente 15 minutos.

Información general:

se le brindará a cada persona la información para cumplimiento de los principios de ética, se permitirá cualquier interrupción de parte del entrevistado para esclarecer sus dudas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación, que podrán convertirse en beneficio para la misma, además para sus colaboradores y sus clientes.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Información específica:

Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación, haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor Dra. Flores Fernández, Mileydi (orcid.org/0000-0002-6257-1795), al correo electrónico mifloresf@ucvvirtual.edu.pe, o con el Comité de Ética de (etica-administracion@ucv.edu.pe)

Consentimiento:

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].

Anexo 8 Autorización de la organización para publicar su identidad en los resultados de las investigaciones.

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 002-2022-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 10481630105
IMPORT LEOZ	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos RAMÍREZ PEÑA BONYER AVECH	DNI: 48163010

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [X] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Sistema de gestión logística para mejorar la calidad de servicio en una empresa tecnológica en Piura, 2023.	
Nombre del Programa Académico: Programa de Formación para Adultos (PFA)	
Autor: Nombres y Apellidos Ubalдина Mendoza Reyes (orcid.org/0000-0002-5612-7049) Deysi Magaly Rodríguez Calle (orcid.org/0000-0002-5603-6753)	DNI: 44041708 76676739

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Piura, 9 de noviembre, 2022.

Firma y sello:



RAMÍREZ PEÑA BONYER AVECH

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “f” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.**

Anexo 9 *Participantes de la entrevista*

Anexo 9.1. *Colaboradores de la empresa tecnológica que participaron de la entrevista.*

Código	Apellidos y nombres	Grado Académico	Cargo	Años laborando en la empresa
P001	Ramírez Peña Bonyer Avech	Técnico	Gerente general	2 años
P002	Rodríguez Calle Deysi Magaly	Técnico	Administradora	2 años
P003	Ramírez Peña Fabiana	Técnico	Cajera	2 años
P004	Córdova Huertas David	Ninguno	Encargado de Almacén	1 año
P005	Maldonado Huamán Martha	Ninguno	Personal de atención al público	4 meses

Fuente: Elaborado por las investigadoras (mayo, 2023).

Anexo 10 Análisis de discurso de los entrevistados

Anexo 10.1. Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “compras”, correspondiente al indicador “planificación de necesidades de clientes”.

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 1	Compras		
Indicador 1.1	Planificación de necesidades de los clientes		

Respuestas de los participantes:

P001: Bueno, lo hacemos según lo que nos escriben en nuestra página web, basado en eso podemos traer por ejemplos algunos productos innovadores que satisfacen a nuestros clientes.

P002: Como encargada de administrar la tienda estoy en busca de las mejoras en beneficio de la empresa como la satisfacción de nuestros clientes, por ello nos preocupamos por buscar los mejores productos, en calidad y tecnología, asimismo gracias a las plataformas digitales nos ayudan a estar conéctanos con nuestros consumidores para poder atender las necesidades de nuestros clientes.

P003: Actualmente hemos venido atendiendo las necesidades de los clientes mediante descuentos para nuestros clientes frecuentes, y mejorando la calidad de nuestros productos, trayendo productos innovadores.

P004: En ese aspecto se viene trabajando arduamente para satisfacer las distintas necesidades de los clientes para ello se plantea realizar encuestas para analizar lo que nuestros clientes necesitan, también estamos trabajando en traer productos de alta calidad e innovación.

P005: En mi perspectiva como encargada de ventas trabajamos arduamente para satisfacer las necesidades de los clientes, el recibirlos con amabilidad atendiendo sus pedidos y aclarando sus dudas.

Síntesis:

Las respuestas de los participantes indican específicamente diferentes estrategias utilizadas para planificar las necesidades de los clientes. Estas incluyen información proporcionada en la página web para traer productos innovadores, buscar los mejores productos en calidad y tecnología, utilizar plataformas digitales para mantenerse conectados con los consumidores, realizar encuestas para analizar lo que los clientes necesitan y trabajar en la incorporación de productos según los requerimientos señalados por ellos.

Anexo 10.2. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “compras”, correspondiente al indicador “planificación de necesidades internas”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 1	Compras		
Indicador 1.2	Planificación de las necesidades internas		

Respuestas de los participantes:

P001: Por ahora lo hacemos de boca a boca según lo que necesiten nuestros colaboradores lo compramos.

P002: Actualmente nos encontramos trabajando en mejorar nuestra planificación de las necesidades internas para que haya un buen funcionamiento de las operaciones.

P003: Por ahora lo hacen de boca a boca según lo que necesitemos le comunicamos a la encargada de administrar el local.

P004: Por ahora no contamos con un sistema o plantilla para realizar una correcta planificación de las necesidades internas, solo lo realizamos de boca a boca cuando surge una necesidad.

P005: Por lo que se aún no hay una planilla, pero cuando surge una necesidad los encargados de la tienda están prestos para brindar lo que se requiere.

Síntesis:

La empresa utiliza principalmente la comunicación verbal para la planificación de las necesidades internas de bienes de los colaboradores. Asimismo, se destacó que actualmente no se cuenta con un sistema o plantilla específica para la planificación, simplemente se realiza de boca a boca cuando surge una necesidad, los encargados de la tienda están dispuestos a brindar lo que se requiere.

Anexo 10.3. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “compras”, correspondiente al indicador “gestión de proveedores”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 1	Compras		
Indicador 1.3	Gestión de proveedores		

Respuestas de los participantes:

P001: Con los proveedores nos comunicamos a través de WhatsApp o de su misma página del proveedor, ellos nos envían su catálogo y luego nosotros les enviamos nuestra lista de productos que deseamos y según eso nos envían la guía del pedido, luego de las coordinaciones correspondientes realizamos el pedido, y entre tres días nos llega a nuestra tienda.

P002: La gestión con los proveedores es de manera virtual ya sea por su misma página web o por medio de WhatsApp es que nos comunicamos con ellos para realizar cualquier pedido que tengamos.

P003: Bueno los que se encargan de comunicarse con los proveedores es la administradora, junto con el gerente del local.

P004: La gestión con los proveedores los que se encargan de realizar todas las gestiones son la señorita administradora, junto con el gerente del local.

P005: Bueno no estoy al tanto de ello, pero la gestión con los proveedores los que se encargan de realizar todas las gestiones son la señorita administradora, junto con el gerente del local.

Síntesis:

La gestión con los proveedores se realiza a través de canales virtuales como WhatsApp o las páginas web de los proveedores. El proceso incluye la comunicación para recibir los catálogos, enviar la lista de productos deseados y coordinar el pedido. La administradora y el gerente del local son responsables de establecer la comunicación y realizar todas las gestiones con los proveedores. En resumen, la gestión con los proveedores se lleva a cabo de forma virtual, y la comunicación se establece para intercambiar información, coordinar los pedidos y recibir los bienes solicitados.

Anexo 10.4. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “compras”, correspondiente al indicador “Proceso de compras de productos”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 1	Compras		
Indicador 1.4	Proceso de compras de productos		

Respuestas de los participantes:

P001: Cuando se no es están agotando los productos en tienda y almacén las señoritas de ventas nos dicen sobre la falta de stock y nosotros nos contactamos con los proveedores les pedimos sus catálogos y realizamos el pedido de los productos, hacemos el pago y en un máximo de tres días nos llegan al local.

P002: Este proceso lo realizamos unas 2 a 3 veces por mes dependiendo de cómo van las ventas, actualmente los pedidos los hacemos de lima (importadores de Lima) algunas veces importamos de china o de EE.UU, cuando son cantidades grandes. Este proceso cuando es de lima pedios por medio de su página solicitamos su catálogo y realizamos el pedido correspondiente, la cual nos demora en llegar de 1 a 3 días, cuando es de china si el pedido llega entre 15 a 20 días después de hacer el pago.

P003: Cuando se están acabando los artículos en la tienda y el almacén, las señoritas de ventas y yo les notificamos a los propietarios y ellos gestionan la solicitud de mercancía para que lleguen al punto de venta.

P004: Este proceso también los realiza la administradora junto con el gerente de local, la cual yo les paso la hoja con los productos que están faltando en almacén.

P005: Por lo que entiendo también los realiza la administradora junto con el gerente del local, según la hoja que les hago llegar con los productos que están faltando en tienda.

Síntesis:

El proceso de compras de productos se inicia cuando el personal o los propietarios notifican la falta de stock en la tienda y el almacén. En ese momento, se contactan con los proveedores, solicitando catálogos y realizando el pedido correspondiente. Luego del pago, los productos llegan en un plazo máximo de 3 días de proveedores locales y de 15 a 20 días de proveedores internacionales. El proceso de compras se lleva a cabo aproximadamente de 2 a 3 veces al mes, dependiendo de las ventas. Los pedidos se realizan tanto a proveedores locales

como importadores de Lima, y en algunos casos, se importan productos de China o Estados Unidos cuando se requieren grandes cantidades. La gestión de los pedidos se realiza a través de la página web de los proveedores.

Anexo 10.5. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “compras”, correspondiente al indicador “Proceso de contratación de servicios”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 1	Compras		
Indicador 1.5	Proceso de contratación de servicios		

Respuestas de los participantes:

P001: Bueno por ahora contamos con internet fijo de claro en el local (la cual llamamos a la empresa de claro para adquirir sus servicios de internet).

P002: Los servicios que tenemos por ahora es de internet, energía eléctrica y el pago de alquiler la cual los adquirimos al iniciar la empresa.

P003: También los que se encargan de la contratación de los servicios tanto de luz e internet son el gerente con la administradora.

P004: El gerente y la administradora son responsables de seleccionar los proveedores de luz e internet.

P005: Los que se encargan de este proceso son el gerente con la administradora.

Síntesis:

El proceso de contratación de servicios se lleva a cabo principalmente por el gerente y la administradora. Los servicios contratados incluyen internet fija de Claro, energía eléctrica y el pago de alquiler. Estos servicios fueron adquiridos al iniciar la empresa y se establece comunicación directa con los proveedores correspondientes para contratar los servicios requeridos.

Anexo 10.6. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Registro de inventarios”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 2	Almacenaje		
Indicador 2.1	Registro de inventarios		

Respuestas de los participantes:

P001: La persona que se encarga de la administración de la tienda utiliza una hoja de cálculo en Excel para llevar el registro de lo que entra y sale del almacén.

P002: El registro de inventarios lo realizo yo, mediante una plantilla en Excel, registro lo que ingresa y lo que hay en stock (actualmente no está actualizado el inventario).

P003: La persona responsable del área de administración utiliza una plantilla en Excel para anotar los productos que entran y los que quedan en existencia.

P004: Lo realiza la señorita encargada de la administración del local, mediante una plantilla en Excel, registra lo que ingresa y lo que hay en stock, yo me encargo de registrarlos en un cuaderno lo que hay en almacén y lo que ingresa.

P005: Por lo que tengo entendido el registro de inventarios lo realiza la señorita encargada de la administración del local, mediante una plantilla en Excel, registra lo que ingresa y lo que hay en stock, yo me encargo de registrar en un cuaderno las ventas que realizo durante el día o a veces también lo hace la cajera, cuando hay muchas ventas.

Síntesis:

El registro de inventarios es llevado a cabo por la persona encargada de la gestión de la tienda o la administración del local. Se utiliza una plantilla en Excel para registrar los productos que entran, los que salen y los que quedan en existencia. El encargado de almacén también registra en un cuaderno lo que hay en almacén y lo que ingresa; asimismo, el personal de ventas o en ocasiones la cajera realiza un registro manual de las ventas también en un cuaderno.

Anexo 10.7. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Control de inventarios”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 2	Almacenaje		
Indicador 2.2	Control de inventarios		

Respuestas de los participantes:

P001: Actualmente, hacemos un control de inventarios una vez al mes.

P002: Hacemos un control de inventario mensualmente, para el cual trabajamos en equipo. Se lleva la cuenta de todos los artículos almacenados y todo lo ingresado se actualiza inmediatamente.

P003: Solo llevamos un control de inventarios una vez cada mes.

P004: Solo hacemos control de los inventarios una vez al mes y llevamos registro de los productos en existencia.

P005: El control de inventarios actualmente lo realizamos una vez cada mes solamente y lo hacemos todas nosotras las de ventas junto con la cajera, la administradora realizamos la contabilidad de los productos en stock y lo que ingresa se actualiza.

Síntesis:

El control de inventarios se realiza una vez al mes. Se lleva un registro de los productos en existencia y se actualiza de manera inmediata cada vez que ingresa nuevo inventario. En algunos casos, el control de inventarios implica la participación de diferentes miembros mediante trabajo en equipo, involucrando a las personas encargadas de ventas, la cajera y la administradora.

Anexo 10.8. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Recepción de bienes y servicios”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 2	Almacenaje		
Indicador 2.3	Recepción de bienes y servicios		

Respuestas de los participantes:

P001: Mediante un registro en un cuaderno que se va apuntando los productos que llegan al almacén para que luego la señorita administradora los ingrese a Excel.

P002: El joven encargado del almacén es el responsable de recibir bienes y servicios, y quien me brinda información.

P003: Se registran los productos llegados al almacén en un cuaderno para que luego la administradora los introduzca en Excel.

P004: El almacén mantiene un registro detallado de los productos que llegan, que es anotado en un cuaderno por el personal de almacén para que luego sea ingresado a una hoja de Excel por la señorita administradora.

P005: La recepción de bienes y servicios lo realiza el joven encargado de almacén.

Síntesis:

La recepción de bienes y servicios es responsabilidad del joven encargado del almacén. Se registra en un cuaderno la llegada de los productos al almacén, y luego esta información es ingresada a una hoja de Excel por la señorita administradora. El registro detallado de los productos recibidos es importante para mantener un control preciso de los inventarios.

Anexo 10.9. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Mantenimiento de bienes en el almacén”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 2	Almacenaje		
Indicador 2.4	Mantenimiento de bienes en el almacén		

Respuestas de los participantes:

P001: No hay un buen mantenimiento, pero estamos en ello para mejorar.

P002: Actualmente estamos trabajando en mejorar el mantenimiento de los bienes en almacén.

P003: En estos momentos, el mantenimiento de los productos en el almacén no es óptimo. Hay muchos puntos a mejorar.

P004: En la actualidad estamos intentando optimizar la conservación de los inventarios de almacén.

P005: El mantenimiento no es el mejor, por ello, estamos aplicando una estrategia para asegurar que los artículos en existencia estén bien conservados.

Síntesis:

Actualmente, el mantenimiento de los bienes en el almacén no es óptimo y hay áreas que requieren mejorar. Los entrevistados reconocen esta situación y están trabajando en ello para implementar mejoras y optimizar la conservación de los inventarios.

Anexo 10.10. Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Seguridad en el almacenaje”.

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 2	Almacenaje		
Indicador 2.5	Seguridad en el almacenaje		

Respuestas de los participantes:

P001: Mediante una cámara de seguridad instalada en almacén y también con los nombres de los productos que están en el mismo.

P002: Hay una cámara de seguridad instalada en almacén y también hay algunos códigos de los productos ubicados en cada sección correspondiente para saber lo que hay y lo que falta.

P003: La cámara de seguridad ubicada en el almacén se encarga de garantizar la seguridad de este.

P004: Se instaló una cámara de seguridad en el almacén, y se proveyeron códigos a los productos ubicados en cada sección pertinente.

P005: Una cámara de vigilancia ha sido instalada en el almacén y hay códigos de los productos colocados en cada sector correspondiente para determinar lo que hay y lo que no.

Síntesis:

Para garantizar la seguridad en el almacén, se ha instalado una cámara de seguridad que monitorea el área. Además, se han asignado códigos a los productos ubicados en cada sección correspondiente, lo que permite tener un registro y control de lo que hay y lo que falta en el almacén.

Anexo 10.11. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 3	Distribución		
Indicador 3.1	Entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores		

Respuestas de los participantes:

P001: Actualmente se realiza sin ningún problema la entrega de bienes a los colaboradores según lo que nos dicen sobre lo que falta en el local, no hay una plantilla de requerimientos.

P002: Por ahora no contamos con un sistema donde detallen sus requerimientos, solo se realiza de manera verbal, donde nuestros colaboradores nos comunican lo faltante y nosotros nos encargamos de comprar y entregárselos.

P003: Actualmente lo que hacemos es decirles a los encargados del local lo que hace falta y ellos se encargan de comprar y darnos a nosotras.

P004: Se nos ha delegado la tarea de informar a los administradores del local lo que se requiere, y ellos se encargarán de adquirir y proveer lo necesario.

P005: En relación a los bienes internos que requerimos para trabajar, se les informa al gerente o administradora lo que se necesita y ellos se aseguran de comprar y entregarlo.

Síntesis:

Actualmente, la entrega de bienes internos requeridos por los colaboradores se realiza sin ningún problema, acorde a lo que los colaboradores solicitan de manera verbal según lo que falta en el local; en ese sentido, los encargados se encargan de comprar y entregar los productos solicitados necesarios. No existe una plantilla o sistema formal para detallar la entrega de requerimientos.

Anexo 10.12. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Direccionamiento de servicios contratados por la empresa para atender sus necesidades”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 3	Distribución		
Indicador 3.2	Direccionamiento de servicios contratados por la empresa para atender sus necesidades		

Respuestas de los participantes:

P001: Por ahora excelente no tenemos ningún problema con los servicios de energía eléctrica o internet.

P002: Por el momento, los servicios prestados a la empresa, tales como internet y electricidad, marchan sin inconvenientes.

P003: No se presenta ningún inconveniente con los servicios.

P004: Es vital que la empresa cuente con un buen servicio de acceso a internet para poder llevar a cabo sus actividades.

P005: Por lo que sabemos al momento, no hemos tenido dificultades con los servicios adquiridos por la organización.

Síntesis:

En general, no se presentan problemas o inconvenientes con los servicios contratados por la empresa, como el suministro de energía eléctrica y acceso a internet. Los participantes expresan que los servicios marchan sin dificultades y son vitales para llevar a cabo las actividades de la organización.

Anexo 10.13. Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Entrega de productos a los clientes”.

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 3	Distribución		
Indicador 3.3	Entrega de productos a los clientes		

Respuestas de los participantes:

P001: Mediante el recojo en tienda o también por envíos y delivery a la puerta de sus casas, oficinas.

P002: Las encargadas de la entrega de productos y envíos son las señoritas de ventas, ellas se encargan de que el pedido llegue en buen estado y a tiempo, para no tener ningún reclamo.

P003: Los clientes pueden recoger los productos personalmente en tienda o disfrutar de un servicio de entrega a domicilio/local mediante envíos por delivery.

P004: Los bienes se entregan adecuadamente, recogidos en tienda o haciendo uso de servicio de entrega a domicilio.

P005: Nosotras nos encargamos de atenderlos en tienda y darles los productos que piden o desean adquirir, también realizamos los pedidos para envíos a provincias y también nos encargamos de entrar los productos algún delivery para que los lleve a su destino.

Síntesis:

La entrega de productos a los clientes se realiza de diversas formas. Los clientes pueden optar por recoger los productos personalmente en la tienda, mientras que también se ofrece un servicio de entrega a domicilio o local a través de envíos por delivery. Las señoritas de ventas son responsables de garantizar que los pedidos lleguen en buen estado y a tiempo, evitando posibles reclamos. Además, se menciona que también se realizan pedidos para envíos a provincias y se coordina con servicios de delivery para llevar los productos a su destino.

Anexo 10.14. *Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Seguimiento de los productos distribuidos a los clientes”.*

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 3	Distribución		
Indicador 3.4	Seguimiento de los productos distribuidos a los clientes		

Respuestas de los participantes:

P001: No hay un seguimiento de los productos distribuidos a nuestros clientes, solo los que realizamos envíos que son los que hacemos seguimiento de que el producto llegue en buen estado y en el tiempo oportuno.

P002: Actualmente cuando se realiza un envío o pedido garantizamos que llegue en buen estado y en el tiempo oportuno, pero cuando es recojo en tienda no hay un seguimiento de los productos distribuido a los clientes.

P003: No se realiza un seguimiento de los productos entregados a los clientes.

P004: En la actualidad mantenemos una alta calidad en envíos y en los tiempos prometidos, pero nuestra distribución en tienda no cuenta con un seguimiento conveniente de los productos enviados a los clientes.

P005: Ahorita cuando un envío se manda, nos aseguramos de que reciba el cliente su producto en el mejor estado posible y dentro del periodo acordado, verificando el destino al que iba, pero al recogerlo en la tienda no hay una confirmación de por dónde va el producto desde ahí a manos del comprador.

Síntesis:

Actualmente, no se realiza un seguimiento adecuado de los productos distribuidos a los clientes, a excepción de los envíos por delivery realizados, donde se garantiza la calidad y puntualidad de los mismos. En el caso de los clientes que recogen los productos en la tienda, no se lleva a cabo un seguimiento adecuado de los productos una vez entregados. Aunque se realizan verificaciones y se asegura que los productos sean entregados en buen estado, no se cuenta con un proceso formalizado de seguimiento desde la tienda hasta las manos del comprador.

Anexo 10.15. Análisis de la “gestión logística” de la empresa tecnológica en la dimensión “Almacenaje”, correspondiente al indicador “Evaluación de la satisfacción de los clientes con la disposición final de los productos”.

Código de entrevistado	Todos	Fecha de entrevista	25/05/2023
Dimensión 3	Distribución		
Indicador 3.5	Evaluación de la satisfacción de los clientes con la disposición final de los productos		

Respuestas de los participantes:

P001: Para evaluar la satisfacción de los clientes, llevamos a cabo una encuesta cada cierto tiempo.

P002: La evaluación de la satisfacción de nuestros la medimos mediante pequeñas encuestas enviadas por WhatsApp o la misma página web de importaciones leoz y también realizamos promociones o descuentos de nuestros productos por fechas especiales.

P003: Le preguntamos a nuestros clientes regulares si están felices con los productos y el servicio recibido mediante preguntas cortas.

P004: Realizamos una pequeña encuesta a nuestros clientes habituales.

P005: Nosotras nos encargamos de hacerles llegar una pequeña encuesta a nuestros clientes habituales y les enviamos las promociones o descuentos que lanzamos por fechas especiales mediante redes sociales.

Síntesis:

La evaluación de la satisfacción de los clientes con la disposición final de los productos se realiza a través de diversas estrategias. Se llevan a cabo encuestas periódicas, enviadas por diferentes canales como WhatsApp o la página web de la empresa. Además, se realizan preguntas cortas a los clientes habituales para obtener su opinión sobre los productos y el servicio recibido. De esta manera, se busca recopilar el feedback de los clientes y tomar acciones para mejorar su satisfacción.

Anexo 11 Base de datos de la aplicación de los cuestionarios

Anexo 11.1. Base de datos de la variable calidad de servicio.

N	Ítems / Reactivos / Preguntas																Dimensiones					V2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	D1	D2	D3	D4	D5	
1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	14	12	12	12	15	65
2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	19	12	12	12	14	69
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	15	15	80
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	15	15	80
5	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	15	12	13	13	15	68
6	2	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	11	12	10	10	8	51
7	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	1	13	12	12	9	8	54
8	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	15	14	13	10	14	66
9	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	19	15	15	15	15	79
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	15	15	80
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3	16
13	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	13	12	11	12	12	60
14	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	18	14	14	13	14	73
15	5	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	15	11	11	11	8	56
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	16	12	12	12	11	63
17	4	4	4	3	4	2	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	15	8	7	10	12	52
18	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	17	15	15	15	15	77
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	15	15	80
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
21	4	4	2	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	13	12	13	10	12	60
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3	16
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	15	15	80
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
26	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	8	10	10	7	6	41
27	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	19	14	15	15	15	78
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	20	15	14	15	15	79
29	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	17	12	12	13	15	69

30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3	16
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	9	9	9	9	48
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	15	15	80
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
35	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	1	4	4	4	15	11	12	11	12	61
36	1	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	1	5	4	13	12	14	14	10	63
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
38	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	16	11	13	10	13	63
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	15	15	80
40	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	14	13	13	14	13	67
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	12	9	9	9	9	48
44	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	4	2	3	4	4	13	11	11	8	11	54
45	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	4	13	11	11	9	10	54
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	12	12	64
47	2	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	12	14	15	15	15	71
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	15	15	80
49	4	4	2	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	5	13	10	11	10	13	57
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	20	15	15	13	15	78
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	16	12	12	13	11	64
52	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	12	12	12	12	62
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	15	15	80
54	5	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	15	11	11	11	8	56
55	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	1	3	1	2	1	1	7	6	4	5	4	26
56	3	3	2	2	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	10	4	7	5	8	34
57	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	3	5	2	3	4	5	19	14	13	10	12	68
58	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	1	12	12	11	13	8	56
59	1	3	2	1	1	3	3	1	2	1	4	1	1	3	3	2	7	7	4	6	8	32
60	2	3	2	4	2	4	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	11	9	10	8	9	47



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE INTERVENCIÓN

TÍTULO

Sistema de Gestión Logística para Mejorar la Calidad de Servicio en una Empresa Tecnológica en Piura, 2023.

INTEGRANTES

Mendoza Reyes, Ubaldina

Rodríguez Calle, Deysi Magaly

Piura, junio 2023

Fundamentación

La gestión logística constituye una de las labores de mayor importancia en la organización, porque contribuye a que las operaciones y actividades se realicen sin problemas y se logren los objetivos organizacionales. La logística permite que sea posible la producción y comercialización de productos y servicios para el mercado, asimismo provee de recursos a todas las áreas que funcionan en la organización. Para ello, la gestión logística administra las funciones de compras, almacenamiento y distribución de los bienes y servicios tanto interna como externamente, que van a afectar la calidad de los productos y servicios que se brinden a los clientes.

La empresa bajo estudio, ubicada en el departamento de Piura, está dedicada a la importación y venta de productos tecnológicos, pasando actualmente por problemas relacionados con su gestión logística, puesto que es algo recurrente que los pedidos que se hacen a los proveedores se reciban fuera de la fecha establecida, o que las condiciones de algunos pedidos no sean las adecuadas. Teniendo en cuenta que la gestión logística impacta directamente a la calidad de atención y servicio al cliente, se ha visto necesario el diseño del presente plan de intervención que optimice las funciones de gestión logística para mejorar la calidad del servicio que brinda la empresa.

Visión

Ser una empresa ampliamente reconocida a nivel regional, nacional e internacional, y ser líder en la innovación, desarrollo y creación de valor, en colaboración con nuestros clientes satisfaciendo sus diferentes necesidades. Con la finalidad de ser orientados a la excelencia en servicio del cliente.

Misión

Somos una empresa Piurana, dedicada a la importación de productos de alta calidad e innovación, asimismo nos preocupamos por brindar un excelente servicio, con la finalidad de una mejora continua en todos los aspectos de nuestra empresa.

Descripción del producto o servicio

La gama de productos que la empresa importa y comercializa es la siguiente:

- ✚ Relojes Smartwatch
- ✚ Audífonos Bluetooth.
- ✚ Audífonos Gamers.
- ✚ Teclados Gamers.
- ✚ Parlantes de ultima gama.
- ✚ Mandos gamers.
- ✚ Memorias USB y Micro SD
- ✚ Trípodes y soportes para teléfonos inteligentes.
- ✚ Cargador portátil para teléfonos inteligentes.
- ✚ Diversos accesorios para teléfonos inteligentes y laptops

Se brinda servicio delivery (costo adicional dependiendo de la zona)

Los envíos pueden ser nacionales e internacionales por la agencia que desee el cliente (pagado por el cliente).

Ventas por mayor y menor (por mayor a partir de 3 unidades)

La atención es de lunes a sábado de 9am a 8pm

El método de pago puede ser en efectivo, Yape, Plin o transferencia a BCP e interbank.

Características: Social- Geográfica- Histórica

Las características de los clientes y usuarios de los productos son las siguientes:

- ✚ **Sexo:** Ambos géneros.
- ✚ **Edad:** Los clientes son personas naturales mayores de edad, en su mayoría jóvenes, no obstante, los usuarios de los productos pueden ser menores de edad.
- ✚ **Ingresos:** Por lo menos el básico.
- ✚ **Estado civil:** Diverso.

- ✚ **Nivel educación:** Diverso, pero en su mayoría son universitarios.
- ✚ **Ocupaciones:** Diverso.
- ✚ **Beneficios más importantes:** En su mayoría, buscan novedad, y una compra segura y oportuna.
- ✚ **Alcance geográfico:** Los clientes básicamente provienen del mismo Piura, Sullana y Talara en su mayoría, y ocasionalmente de otras partes del Perú como Lima y Cuzco.
- ✚ **Breve reseña histórica:** La empresa tiene 2 años en el mercado realizando importaciones de productos tecnológicos, logrando poco a poco ser reconocida por sus clientes.

Objetivos:

- ✚ **Objetivo General:** Mejorar la calidad de servicio al cliente de una empresa tecnológica en Piura, a través de la implementación de un sistema de gestión logística.

- ✚ **Objetivos específicos:**

- 1.- Diseñar un sistema de gestión logística.
- 2.- Implementar el sistema de gestión logística.
- 3.- Evaluar el funcionamiento del sistema de gestión logística.

Objetivo específico 01: Diseñar un sistema de gestión logística.

MATRIZ DE PLAN DE INTERVENCIÓN

Variable	Indicadores	Ítem	Resultados Esperados	Acciones	Fecha	Responsable
Gestión logística	Gestión de compras	1	Mejorar la planificación de las necesidades de los clientes.	1.1. Implementar reportes de productos vendidos (plantilla de Excel). 1.2. Implementar encuestas para los clientes. 1.3. Plantear políticas para la elaboración de planes de necesidades de clientes. 1.4. Capacitar al personal encargado sobre elaboración de planes de necesidades de clientes.	Fecha Inicio: 26/09/23 Fecha Termino: 14/10/23	- Investigadoras. - Gerente de la empresa.
			Ejecución	1.5. Elaborar planes de necesidades de clientes.	Hasta el 14/11/23	- Encargado de logística.
		2	Mejorar la planificación de las necesidades de los colaboradores.	2.1. Implementar registro de ingresos de requerimientos de colaboradores (plantilla de Excel). 2.2. Plantear políticas para la elaboración de planes de necesidades de colaboradores.	Fecha Inicio: 26/09/23 Fecha Termino: 14/10/23	- Investigadoras. - Gerente de la empresa.

			2.3. Capacitar al personal encargado sobre elaboración de planes de necesidades de colaboradores.		
		Ejecución	2.4. Elaborar planes de necesidades de colaboradores.	Hasta el 14/11/23	- Encargado de logística.
	3	Mejorar la evaluación y selección de proveedores.	3.1. Implementar registro y calificación de proveedor (plantilla de Excel). 3.2. Capacitar al personal encargado sobre evaluación y selección de proveedores.	Fecha Inicio: 26/09/23 Fecha Termino: 14/10/23	- Investigadoras. - Gerente de la empresa. - Encargado de logística.
		Ejecución	3.3. Analizar y seleccionar las opciones de proveedores.	10/10/23	- Gerente de la empresa. - Encargado de logística.
	4	Mejorar el proceso de compra de bienes.	4.1. Elaborar políticas de compras de bienes. 4.2. Implementar hoja de requerimientos y compras (plantilla de Excel). 4.3. Capacitar al personal encargado sobre el proceso de compra de bienes.	Fecha Inicio: 26/09/23 Fecha Termino: 14/10/23	- Investigadoras. - Gerente de la empresa. - Encargado de logística.
		Ejecución	4.4. Efectuar las compras según procedimientos.	Hasta el 14/11/23	- Gerente de la empresa. - Encargado de logística.

		5	Mejorar el proceso de contratación de servicios.	No requiere mejoras		
Gestión de almacenamiento		6	Mejorar la recepción y almacenamiento de los bienes recibidos.	<p>6.1. Elaborar políticas de recepción y almacenamiento.</p> <p>6.2. Mejorar los formatos seguimiento y recepción de productos (plantilla de Excel).</p> <p>6.3. Mejorar la distribución de los almacenes (zona de recepción).</p> <p>6.4. Capacitar al personal encargado sobre recepción y almacenamiento de productos.</p>	<p>Fecha Inicio: 26/09/23</p> <p>Fecha Termino: 14/10/23</p>	<p>- Investigadoras.</p> <p>- Gerente de la empresa.</p>
			Ejecución	6.5. Efectuar la recepción y almacenamiento de productos según procedimientos.	Hasta el 14/11/23	Encargado de logística.
		7	Mejorar el registro de inventarios.	<p>7.1. Elaborar políticas de registro de inventarios.</p> <p>7.2. Mejorar los formatos de registro de inventarios (plantilla de Excel).</p> <p>7.3. Capacitar al personal encargado sobre registro de inventarios.</p>	<p>Fecha Inicio: 26/09/23</p> <p>Fecha Termino: 14/10/23</p>	<p>- Investigadoras.</p> <p>- Gerente de la empresa.</p>
			Ejecución	7.4. Efectuar registro de productos según procedimientos.	Hasta el 14/11/23	Encargado de logística.

		8	Mejorar el control de inventarios.	<p>8.1. Mejorar los formatos de control de inventarios (plantilla de Excel).</p> <p>8.2. Elaborar políticas de control de inventarios.</p> <p>8.3. Capacitar al personal encargado sobre control de inventarios.</p>	<p>Fecha Inicio: 26/09/23</p> <p>Fecha Termino: 14/10/23</p>	<p>- Investigadoras.</p> <p>- Gerente de la empresa.</p>
			Ejecución	8.4. Realizar control de inventarios según procedimientos.	Hasta el 14/11/23	Encargado de logística.
		9	Mejorar el mantenimiento de los bienes recibidos en el almacén.	<p>9.1. Plantear políticas de mantenimientos de los inventarios en el almacén.</p> <p>9.2. Mejorar la distribución de los almacenes (zona de revisión, zona de almacenaje y mantenimiento).</p>	<p>Fecha Inicio: 26/09/23</p> <p>Fecha Termino: 14/10/23</p>	<p>- Investigadoras.</p> <p>- Gerente de la empresa.</p>
			Ejecución	9.3. Efectuar el mantenimiento de inventarios según procedimientos.	Hasta el 14/11/23	Encargado de logística.
		10	Optimizar la seguridad en el almacenaje de los bienes.	10.1. Plantear políticas de seguridad de los inventarios en el almacén.	<p>Fecha Inicio: 26/09/23</p> <p>Fecha</p>	<p>- Investigadoras.</p> <p>- Gerente de la empresa.</p>

				10.2. Implementar medidas de seguridad en el almacén (señalización).	Termino: 28/10/23	
Gestión de distribución	11	Mejorar la gestión de entrega de bienes internos.		11.1. Plantear políticas de entrega de bienes internos. 11.2. Implementar formatos de entrega de bienes internos (plantilla de Excel). 11.3. Capacitar al personal encargado sobre entrega de bienes internos.	Fecha Inicio: 26/09/23 Fecha Termino: 14/10/23	- Investigadoras. - Gerente de la empresa.
		Ejecución		11.4. Realizar la entrega de productos los bienes solicitados por los colaboradores, acorde a los procedimientos establecidos.	Hasta el 14/11/23	Encargado de logística.
	12	Mejorar el direccionamiento de servicios.		No requiere mejoras.		
	13	Mejorar la gestión de entrega de bienes a clientes.		13.1. Plantear políticas de entrega de productos a clientes. 13.2. Implementar formatos de entrega de productos a clientes (plantilla de Excel). 13.3. Capacitar al personal encargado sobre entrega de productos a clientes.	Fecha Inicio: 26/09/23 Fecha Termino: 14/10/23	- Investigadoras. - Gerente de la empresa.

			Ejecución	13.4. Efectuar el servicio de entrega de productos a los clientes según procedimientos.	Hasta el 14/11/23	Encargado de logística.
		14	Mejorar el registro y seguimiento de la distribución de bienes.	14.1. Implementar formatos de registro y seguimiento de productos a clientes (plantilla de Excel). 14.2. Realizar contacto con los clientes luego de recibido los productos. 14.3. Capacitar al personal encargado sobre registro y seguimiento de productos a clientes.	Fecha Inicio: 26/09/23 Fecha Termino: 14/10/23	- Investigadoras. - Gerente de la empresa.
			Ejecución	14.4. Realizar el registro y seguimiento de los productos que salen de almacén hacia su destino.	Hasta el 14/11/23	Encargado de logística.
		15	Medir la satisfacción del cliente con la disposición final.	15.1. Implementar formato de encuestas para clientes (plantilla de Excel). 15.2. Capacitar al personal encargado sobre medición de la satisfacción del cliente.	Fecha Inicio: 26/09/23 Fecha Termino: 14/10/23	- Investigadoras. - Gerente de la empresa.
			Ejecución	15.3. Efectuar y analizar encuestas de satisfacción de clientes.	Hasta el 14/11/23	Encargado de logística.

Dimensión almacenamiento:

Acción 6.2. Mejorar los formatos seguimiento y recepción de productos (plantilla de Excel).

SEGUIMIENTO Y RECEPCIÓN DE COMPRAS							
COD.	FECHA COMPRA	REFERENCIA/ NOMBRE DE PRODUCTOS	CANTIDAD COMPRADA	MONTO COMPRA	C/P	RECEPCIÓN CONFORME	OBSERVACIONES

Acción 7.2. Mejorar los formatos de registro de inventarios (plantilla de Excel).

CONTROL DE INVENTARIOS											
Método:		REFERENCIA/ NOMBRE DE PRODUCTOS	COMPRAS (ENTRADAS)			VENTAS (SALIDAS)			INVENTARIO FINAL		
COD	FECHA		CANTIDAD	C.U.	C.TOTAL	CANTIDAD	C.U.	C.TOTAL	CANTIDAD	C.U.	C.TOTAL

Acción 8.1. Mejorar los formatos de control de inventarios (plantilla de Excel).

CONTROL DE INVENTARIOS				
COD	NOMBRE PRODUCTO			
C.UNIT	UNID. ACTUALES			
P. VENT	VALOR COSTO ACTUAL			
%MARG	VALOR PRECIO ACTUAL			
FECHA	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS (ENTRADAS)	VENTAS (SALIDAS)	INVENTARIO FINAL

Dimensión distribución:

Acción 11.2. Implementar formatos de entrega de bienes internos (plantilla de Excel).

FORMATO DE REQUERIMIENTOS INTERNOS									
SOLICITUD					DESPACHO				
N°	FECHA	SOLICITANTE	BIENES	CANTIDAD SOLICITADA	MONTO COMPRA	FECHA ENTREGA	CANTIDAD ATENDIDA	MONTO ATENDIDO	C/P
TOTAL									

Acción 13.2. Implementar formatos de entrega de productos a clientes (plantilla de Excel).

FORMATO DE ENTREGA DE PRODUCTOS A CLIENTES									
VENTAS					DESPACHO				
COD	FECHA	REFERENCIA/ NOMBRE DE PRODUCTOS	CANTIDAD VENDIDA	MONTO	CLIENTE	FECHA ENTREGA	CANTIDAD ENTREGADA	MONTO DESPACHO	C/P
TOTAL									

Acción 14.1. Implementar formatos de registro y seguimiento de productos a clientes (plantilla de Excel).

Acción 15.1. Implementar formato de encuestas para clientes (plantilla de Excel).

REGISTRO DE CLIENTES										
DATOS GENERALES			DATOS DE CONTACTO		CALIFICACIÓN					
COD	DNI	NOMBRES Y APELLIDOS	E-MAIL	CELULAR / WHATSAPP	Criterios: CAL=Calidad de productos. PRE=Precio. PUN= Puntualidad y cumplimiento. TRA= Trato al cliente. FAC= Facilidades de pagos.					
					Puntuación: De 0 a 4 puntos, en donde: 0=Pésimo y 4=Excelente. Mayor puntaje = Mejor calificación					
					CAL	PRE	PUN	TRA	FAC	TOTAL

ESTRATEGIAS 2: Plantear políticas para las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución.

ACCIONES:

Dimensión abastecimiento o compras:

Acción 1.3. Plantear políticas para la elaboración de planes de necesidades de clientes.

- Para la planificación de las necesidades y requerimientos de los clientes, se deben revisar los reportes de productos vendidos de los tres últimos meses y del mismo mes del año pasado. Debe de hacerse con una frecuencia de por lo menos una vez al mes o cada vez que se tiene pensado realizar compras.
- Es importante, de preferencia, considerar los productos que tienen los más altos porcentajes de preferencia o demanda según los reportes de ventas.
- Es necesario que se realice enuestas con una o dos preguntas rápidas, que puede llevarse a cabo de manera presencial luego que el cliente realizó su compra, o de manera virtual mediante WhatsApp y/o Google forms. En necesario

realizarlo con una frecuencia de por lo menos una vez al mes, durante varios días.

Acción 2.2. Plantear políticas para la elaboración de planes de necesidades de colaboradores.

- Todos los requerimientos del personal deben ser registrados el mismo día que fueron solicitados.
- Si se cuenta con los bienes solicitados en almacén, se hace la entrega inmediatas, de lo contrario, se debe notificar al colaborador el tiempo estimado de entrega.
- En el registro de los requerimientos deben detallarse la fecha del pedido, nombre del (de los) producto(s), cantidad(es) requerida(s) y monto.
- Asimismo, debe evaluarse al proveedor antes de realizar el pedido.

Acción 4.1. Elaborar políticas de compras de bienes.

- Para realizar las compras de productos para las ventas como para requerimientos de los colaboradores, debe primero evaluarse a los proveedores, según calificación asignada en la Acción 3.1.
- Debe tomarse en cuenta lo establecido en los planes de necesidades tanto de cliente como de colaboradores, a menos que se trate de compras inopinadas o de productos nuevos.
- Coordinar adecuadamente los términos y condiciones, incluyendo el precio, las condiciones de entrega y los términos de pago.
- Pactar las fechas de entrega de productos de manera clara.
- Asimismo, los pedidos deben realizarse con días de anticipación considerando el tiempo máximo que puede demorar el proveedor.
- Todo registro de compra en el sistema debe realizarse el mismo día, o máximo al día siguiente.

Dimensión almacenamiento:

Acción 6.1. Elaborar políticas de recepción y almacenamiento.

- Hasta la fecha de envío de los productos, el encargado de logística debe hacer seguimiento de los pedidos realizados, y verificar si el producto a llegado o está en camino.
- Apenas los productos lleguen a la empresa, deben ser colocados en el ambiente de revisión y registro.
- Todo producto que ha llegado debe ser etiquetado y registrado.
- Luego de etiquetado y registrado, el producto puede colocarse en el almacén de inventarios.

Acción 7.1. Elaborar políticas de registro de inventarios.

- El registro de los inventarios debe realizarse en el sistema, el mismo día de la llegada del producto.
- El registro debe realizarlo siempre el encargado de logística.

Acción 8.2. Elaborar políticas de control de inventarios.

- El control de los inventarios debe realizarse permanentemente, cada vez que sea necesario.
- Para el control de inventarios, se debe corroborar los productos que hay en almacén con los reportes de movimientos de los inventarios según el sistema.

Acción 9.1. Plantear políticas de mantenimientos de los inventarios en el almacén.

- El almacén debe tener una zona de revisión de productos, una zona de almacenaje (productos para la venta), y una zona de productos obsoletos o deteriorados, que deben estar señalizadas adecuadamente
- La zona de almacenaje de productos para la venta debe estar correctamente distribuida y señalizada según tipo o categoría de productos.

Acción 10.1. Plantear políticas de seguridad de los inventarios en el almacén.

- Las instalaciones de la empresa, tanto la zona almacenes como la zona de atención al público, deben contar con todas las medidas de seguridad (control de accesos, iluminación adecuada, mantenimiento, extintores, etc.).

Dimensión distribución:

Acción 11.1. Plantear políticas de entrega de bienes internos.

- La entrega de bienes internos debe ser efectuada al solicitante.
- La entrega de bienes debe ser registrada, incluyendo la firma del recipiente.

Acción 13.1. Plantear políticas de entrega de productos a clientes.

- Para la entrega de productos, debe tenerse el sistema actualizado de inventario para garantizar que los productos estén disponibles.
- Si en caso el producto no está disponible en la tienda en el momento de la compra, se debe notificar al cliente el tiempo estimado de entrega y la disponibilidad si en caso realiza el pedido.
- Para productos de alto valor con entrega a domicilio, se puede requerir que la entrega se haga en persona y se firme una aceptación de entrega para asegurarse de que el producto llegue a manos del cliente.
- Los productos deben ser enviados adecuadamente empaquetados para evitar daños durante el transporte.
- La política de devolución de la tienda debe ser clara y fácil de entender, que permita a los clientes devolver los productos si no cumplen con sus expectativas.

ESTRATEGIAS 3: Capacitar al personal encargado de las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución.

Acción 1.4. Capacitar al personal encargado sobre elaboración de planes de necesidades de clientes.

Tema 1: Gestión de requerimientos y necesidades de los clientes.

1. Generar planes de requerimientos de clientes.
2. Elaboración y análisis de reportes de ventas.
3. Aplicación de análisis de encuestas a clientes.
4. Registros en sistema Excel.

Tiempo estimado: 40 minutos.

Acción 2.3. Capacitar al personal encargado sobre elaboración de planes de necesidades de colaboradores.

Tema 2: Gestión de requerimientos y necesidades de colaboradores.

1. Generar planes de requerimientos de colaboradores.
2. Registros en sistema Excel.

Tiempo estimado: 30 minutos.

Acción 3.2. Capacitar al personal encargado sobre evaluación y selección de proveedores.

Tema 3: Gestión de proveedores.

1. Búsqueda y evaluación de proveedores.
2. Registros en sistema Excel.

Tiempo estimado: 30 minutos.

Acción 4.3. Capacitar al personal encargado sobre el proceso de compra de bienes.

Tema 4: Gestión del proceso de compras.

1. Solicitud y evaluación de cotizaciones.
2. Selección de proveedores.
3. Negociación de términos y condiciones.
4. Cierre de acuerdos.
5. Uso del sistema Excel.

Tiempo estimado: 40 minutos.

Acción 6.4. Capacitar al personal encargado sobre recepción y almacenamiento de productos.

Tema 5: Gestión de la recepción y almacenamiento de productos.

1. Seguimiento de pedidos.
2. Recepción y verificación de mercadería.
3. Etiquetado y registro de productos.
4. Almacenamiento de productos.
5. Uso del sistema Excel.

Tiempo estimado: 30 minutos.

Acción 7.3. Capacitar al personal encargado sobre registro de inventarios.

Tema 6: Registro de inventarios.

1. Proceso de registros de inventarios
2. Uso del sistema en Excel.

Tiempo estimado: 30 minutos.

Acción 8.3. Capacitar al personal encargado sobre control de inventarios.

Tema 7: Control de inventarios.

1. Proceso de control de inventarios.
2. Mantenimiento de inventario en almacén.
3. Elaboración de inventario físico.
4. Uso del sistema en Excel.

Tiempo estimado: 40 minutos.

Acción 11.3. Capacitar al personal encargado sobre entrega de bienes internos.

Tema 8: Gestión de la entrega de bienes internos.

1. Proceso de entrega de bienes requeridos por los colaboradores.
2. Registro de la entrega de bienes requeridos.
3. Uso del sistema en Excel.

Tiempo estimado: 20 minutos.

Acción 13.3. Capacitar al personal encargado sobre entrega de productos a clientes.

Tema 9: Gestión de despacho a clientes.

1. Proceso de despacho en tienda.
2. Proceso de despacho a domicilio.
3. Uso del sistema en Excel.

Tiempo estimado: 40 minutos.

Acción 14.3. Capacitar al personal encargado sobre registro y seguimiento de productos a clientes.

Tema 10: Registro y seguimiento de productos entregados.

1. Seguimiento de productos entregados.
2. Políticas de devoluciones.
3. Uso del sistema en Excel.

Tiempo estimado: 30 minutos.

Acción 15.2. Capacitar al personal encargado sobre medición de la satisfacción del cliente.

Tema 11: Medición de la satisfacción del cliente.

1. Aplicación de cuestionarios.
2. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados.
3. Uso del sistema en Excel.

Tiempo estimado: 40 minutos.

ESTRATEGIAS 4: Mejorar la distribución de los almacenes.

ACCIONES:

Acción 6.3. Mejorar la distribución de los almacenes (zona de recepción).

1. En un segmento del almacén debe indicarse con un letrero “Zona de recepción”.
2. Habilitar una mesa para llevar el control de la recepción.

Acción 9.2. Mejorar la distribución de los almacenes (zona de revisión, zona de almacenaje y mantenimiento).

1. En la zona de revisión debe indicarse con un letrero “Zona de revisión”.
2. En la zona de almacenaje debe indicarse con un letrero “Zona de almacenaje”.
3. En la zona de almacenaje debe dividirse los estantes por segmentos según la categoría de productos, indicándose con letreros.

Acción 10.2. Implementar medidas de seguridad en el almacén (señalización).

1. Verificar y acondicionar buena ventilación e iluminación.
2. Verificar e implementar señalización y fácil acceso a los extintores.
3. Verificar e implementar salidas de emergencia señalizadas y libres de obstáculos.

4. Verificar e implementar pasillos lo suficientemente amplios para facilitar el transporte y manejo de las mercancías.

ESTRATEGIAS 5: Realizar seguimiento a los clientes.

ACCIONES:

Acción 1.2. Implementar encuestas para los clientes (conocer requerimientos).

Modelo de cuestionario para conocer requerimientos de los clientes

1. ¿Hay algo en particular que le gustaría ver mejorado en nuestra empresa o nuestros productos?
 - a) Mejoras en la calidad de los productos
 - b) Mayor variedad de productos
 - c) Mejoras en el servicio al cliente
 - d) Precios más competitivos
 - e) Otro (especificar) _____
 - f) No, estoy satisfecho con la empresa y sus productos
2. ¿Hay algún producto en particular que le gustaría que nuestra empresa ofreciera en el futuro?

3. ¿Hay alguna otra observación que le gustaría compartir acerca de su experiencia con nuestra empresa y nuestros productos?
 - a) Me gustaría ver más promociones y descuentos
 - b) Me gustaría que tuviera una página web para ver el catálogo y hacer compras online
 - c) Me gustaría que la entrega de los productos fuera más rápida
 - d) Otro (especificar) _____
 - e) Estoy satisfecho con mi experiencia con su empresa y sus productos

Gracias por su participación.

Acción 14.2. Realizar contacto con los clientes luego de recibido los productos.

Asunto: Seguimiento a la entrega de su producto

Estimado/a [Nombre del cliente],

En [Nombre de la empresa], queremos asegurarnos de que haya recibido su producto y de que esté satisfecho/a con su compra. Por ello, nos ponemos en contacto con usted para realizar un seguimiento a la entrega y para conocer su opinión acerca del producto y del servicio recibido.

A continuación, le presentamos unas breves preguntas para conocer su experiencia con nuestro producto y nuestro servicio. Le agradecemos que nos proporcione su opinión sincera, ya que nos ayudará a mejorar y a ofrecerle una mejor atención en el futuro.

1. ¿Ha recibido su producto en buen estado y en el plazo acordado?
 - a) Sí
 - b) No (en caso de respuesta negativa, solicitar información adicional)
2. ¿Está satisfecho/a con el producto que ha recibido?
 - a) Sí
 - b) No (en caso de respuesta negativa, solicitar información adicional)
3. ¿Cómo describiría su experiencia de compra con nuestra empresa?
 - a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
4. ¿Cómo describiría la atención al cliente que ha recibido por parte de nuestra empresa?
 - a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular

- d) Mala
- 5. ¿Recomendaría nuestros productos y servicios a otras personas?
 - a) Sí
 - b) No

Agradecemos de antemano su respuesta y quedamos a su disposición para cualquier consulta o comentario que tenga sobre nuestros productos y servicios.

Atentamente,

[Nombre de la empresa]

Modelo de cuestionario para evaluar la satisfacción del cliente

1. ¿Cómo se enteró de nuestra empresa y nuestros productos?
 - a) Por recomendación de un conocido
 - b) A través de redes sociales
 - c) A través de publicidad en línea
 - d) Por medio de un buscador en línea
 2. ¿Qué productos ha adquirido de nuestra empresa?
-
3. ¿Cómo describiría la calidad de los productos que ha adquirido de nuestra empresa?
 - a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
 4. ¿Cómo describiría su experiencia de compra con nuestra empresa?
 - a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala

5. ¿Cómo describiría la atención al cliente que ha recibido por parte de nuestra empresa?
 - a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
6. ¿Ha tenido alguna incidencia o problema con los productos que ha adquirido de nuestra empresa? ¿Como fue tratado y resuelto por nuestra empresa?
 - a) Sí, y fue tratado y resuelto de manera satisfactoria
 - b) Sí, pero no fue tratado y resuelto de manera satisfactoria
 - c) No, nunca he tenido un problema con los productos adquiridos
7. ¿Recomendaría nuestros productos y servicios a otras personas? ¿Por qué?
 - a) Sí, porque son de buena calidad
 - b) Sí, porque el servicio al cliente es excelente
 - c) No, porque los precios son demasiado altos
 - d) No, porque la calidad de los productos no es buena

Gracias por su participación.

Objetivo específico 02: Implementar el sistema de gestión logística.

RECURSOS:

- 01 laptop Core-i3 RAM de 4 GB (características mínimas).
- 01 memoria USB de 16 GB (mínimo).
- 01 impresora Multifuncional con sistema de inyectores de tinta (Opcional).
- 04 botellas de tinta para impresora (negra, rojo, azul y amarillo)
- ½ millar de papel bond A4 75 gr.
- 02 meses de servicio de internet (50Mbps mínimo requerido).

PRESUPUESTO:

- 01 laptop	=	2300 soles (Pago Unico)
- 01 memoria USB	=	34,90 soles (Pago único)
- 01 impresora	=	659 soles (Pago único)
- 04 botellas de tinta	=	165 soles (Mensual) x 02 meses = 330 soles
- ½ millar papel bond	=	16,50 soles (Mensual) x 02 meses = 33 soles
- 02 meses de internet	=	70 soles (Mensual) x 02 meses = 140 soles
Total	=	3496,90 soles (02 meses de implementación).

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN:

Estrategias/ Acciones	Septiembre					Octubre		
	1-7	8-14	17-21	22-28	29-30	1-4	5-11	12-18
ESTRATEGIA 1: Desarrollo y mejoramiento del sistema de gestión logística en la plantilla de Excel, en las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución.								
Acción 1.1. Implementar reportes de productos vendidos.	X							
Acción 2.1. Implementar registro de ingresos de requerimientos de colaboradores.	X							
Acción 3.1. Implementar registro y calificación de proveedor.	X							
Acción 4.2. Implementar hoja de requerimientos y compras.	X							
Acción 6.2. Mejorar los formatos seguimiento y recepción de productos.	X							
Acción 7.2. Mejorar los formatos de registro de inventarios.	X							
Acción 8.1. Mejorar los formatos de control de inventarios.	X							
Acción 11.2. Implementar formatos de entrega de bienes internos.	X							
Acción 13.2. Implementar formatos de entrega de productos a clientes.	X							
Acción 14.1. Implementar formatos de registro y seguimiento de productos a clientes.	X							
Acción 15.1. Implementar formato de encuestas para clientes.	X							
IMPLEMENTACIÓN Y USO DEL SISTEMA EXCEL		X	X	X	X	X	X	X
ESTRATEGIA 2: Plantear políticas para las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución.								
Acción 1.3. Plantear políticas elaboración de planes de necesidades de clientes.	X							
Acción 2.2. Plantear políticas elaboración de planes de necesidades internas.	X							
Acción 4.1. Elaborar políticas de compras de bienes.	X							
Acción 6.1. Elaborar políticas de recepción y almacenamiento.	X							
Acción 7.1. Elaborar políticas de registro de inventarios.	X							
Acción 8.2. Elaborar políticas de control de inventarios.	X							
Acción 9.1. Plantear políticas de mantenimientos de los inventarios en el almacén.	X							
Acción 10.1. Plantear políticas de seguridad de los inventarios en el almacén.	X							
Acción 11.1. Plantear políticas de entrega de bienes internos.	X							
Acción 13.1. Plantear políticas de entrega de productos a clientes.	X							
IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS		X	X	X	X	X	X	X
ESTRATEGIA 3: Capacitar al personal encargado de las funciones de abastecimiento, almacenamiento y distribución.								
Acción 1.4. Capacitar al personal encargado sobre elaboración de planes de necesidades de clientes.		X						
Acción 2.3. Capacitar al personal encargado sobre elaboración de planes de necesidades de colaboradores.		X						

Resumen:

Abastecimiento	Implementación
Planificación de necesidades de los clientes.	<ul style="list-style-type: none">- Excel (reportes de productos vendidos).- Capacitación.- Encuesta.- Apuntes.
Planificación de las necesidades internas.	<ul style="list-style-type: none">- Excel (Registro de ingreso de requerimientos).- Capacitación.
Gestión con proveedores.	<ul style="list-style-type: none">- Excel (Registro y calificación de proveedor).- Capacitación.
Proceso de compras de bienes.	<ul style="list-style-type: none">- Procedimiento de compra.- Excel (Hoja requerimientos y compras).- Capacitación.
Proceso de contratación de servicios.	<ul style="list-style-type: none">- No hay problemas.
Almacenaje	Implementación
Recepción de bienes y servicios.	<ul style="list-style-type: none">- Procedimiento recepción, registro y almacenamiento.- Distribución almacén.- Capacitación.
Registro de inventarios.	<ul style="list-style-type: none">- Procedimiento recepción, registro y almacenamiento.- Políticas.- Distribución almacén.- Capacitación.
Control de inventarios.	<ul style="list-style-type: none">- Excel (mejora).- Políticas.- Capacitación.
Mantenimiento de bienes.	<ul style="list-style-type: none">- Políticas.
Seguridad en el almacenaje	<ul style="list-style-type: none">- Políticas.
Distribución	Implementación
Gestión de entrega de bienes internos.	<ul style="list-style-type: none">- Excel (mejora).
Direccionamiento de servicios.	<ul style="list-style-type: none">- No hay problema.
Gestión de entrega de bienes a clientes.	<ul style="list-style-type: none">- Excel (mejora).
Control de la distribución de bienes.	<ul style="list-style-type: none">- Políticas.- Capacitación.
Satisfacción con la disposición final.	<ul style="list-style-type: none">- Encuesta.