



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE  
EMPRESAS**

**Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio de  
entrega de productos terminados de una empresa gráfica en  
Lima 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración de Empresas**

**AUTOR:**

Araujo Peña, Boris Hernan (orcid.org/0009-0005-3157-3674)

**ASESORA:**

Mg. Esteves Cardenas, Veronica Liset (orcid.org/0000-0002-3475-5845)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2024

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis de investigación profesional a nuestro Padre Todo Poderoso, porque sus tiempos son perfectos y con Él todo es posible. Dedico también esta investigación a mis padres, mis hermanos, mi esposa, mis maestros y mis dos grandes amores Alejandro y Alexandra.

### **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis asesores y maestros, por su dedicación y paciencia. A cada uno de mis compañeros de universidad y taller de tesis. A mi hijo Alejandro por ser la fuerza que me motiva a ser mejor cada a día, por su amor y comprensión en todo momento.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ESTEVES CARDENAS VERONICA LISET, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima 2023", cuyo autor es ARAUJO PEÑA BORIS HERNAN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 14 de Febrero del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ESTEVES CARDENAS VERONICA LISET <b>DNI:</b> 71231923 <b>ORCID:</b> 0000-0002-3475-5845	Firmado electrónicamente por: ESTEVES el 25-02- 2024 21:22:44

Código documento Trilce: TRI - 0738188





**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, ARAUJO PEÑA BORIS HERNAN estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He 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 asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
ARAUJO PEÑA BORIS HERNAN <b>DNI:</b> 40369553 <b>ORCID:</b> 0009-0005-3157-3674	Firmado electrónicamente por: BHARAUJO el 19-02- 2024 01:04:05

Código documento Trilce: INV - 1682958

## Índice de Contenidos

CARÁTULA	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRAFICOS Y FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	13
3.3. Escenario de estudio	15
3.4. Participantes	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.6. Procedimiento	17
3.7. Rigor científico	18
3.8. Método de análisis de datos	18
3.9. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS y DISCUSION	21
V. CONCLUSIONES	32
VI. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	35
ANEXOS	41

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo comprender la relación que existe entre gestión logística y la satisfacción del cliente de una empresa gráfica en la ciudad de Lima en el distrito de Breña del año 2023. Para ello fue necesario conocer las razones y las causas por la cual estas dos variables guardan relación entre sí. La metodología utilizada en la investigación fue de enfoque cualitativo, de tipo básico y diseño fenomenológico, para el desarrollo de la investigación se realizaron diversas entrevistas con la intención de recabar información que sea de utilidad, se separó a los entrevistados en tres grupos de trabajo, conformado por trabajadores, clientes y especialistas de diferentes edades. En los resultados encontrados se evidenció que la gestión logística guarda estrecha relación con la satisfacción del cliente, esto es porque los productos que reciben los clientes llegan en buenas condiciones y cumplen con los estándares de calidad. En las conclusiones se determina que si existe una estrecha relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de una empresa.

**Palabras Clave:** Gestión, satisfacción, logística, distribución, responsabilidad.

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to grasp the relationship that exists between logistics management and customer satisfaction of a graphics company in the city of Lima in the district of Breña in the year 2023. For this it was necessary to know the reasons and causes why these two variables are related to each other. The methodology used in the research was a qualitative approach, basic type and phenomenological design, for the development of the research, various interviews were carried out with the intention of collecting useful information, the interviewees were separated into three work groups, made up of workers, clients and specialists of different ages. The results found showed that logistics management is closely related to customer satisfaction, this is because the products that customers receive arrive in good condition and meet quality standards. The conclusions determine that there is a close relationship between logistics management and customer satisfaction of a company.

**Keywords:** Management, satisfaction, logistics, distribution, responsibility.

## I. INTRODUCCIÓN

El mundo experimentó grandes transformaciones, no sólo por los cambios climatológicos, los sucesos bélicos o los recientes estragos de la pandemia, sino también por el crecimiento vertiginoso en el mundo tecnológico, los nuevos modelos de negocio y sistemas organizados de trabajo con acompañamiento tecnológico. Todo ello hace imposible que negocios que no están actualizados con diversas innovaciones puedan competir con empresas que están a la vanguardia de los cambios del mundo moderno. Tal como lo mencionan desde Serbia los investigadores Milenkovic et al. (2020) nos confirman que los cambios profundos y las reformas de desarrollo, hace que se eleven los estándares de calidad en diferentes ámbitos a nivel empresarial, lo cual obliga al empresario a buscar nuevas soluciones ante diversos problemas.

Uno de los cambios profundos fue el incremento continuo en los costos de transporte, provocado por diferentes factores, tales como los conflictos bélicos, manifestaciones, cierres de carreteras, accidentes, paralizaciones, desastres naturales y sobre todo el tráfico impredecible en algunas regiones del mundo. Todo ello ha generado preocupación inminente en el sector empresarial, ya que estos problemas influyeron negativamente en el traslado de materia prima y envío de productos terminados a los clientes en las fechas programadas, tal como manifiestan desde Inglaterra los investigadores Avogadro y Redondi (2023) confirman que las huelgas y diferentes sucesos inesperados afectan constantemente los sistemas de transporte generando perturbaciones de diferente índole en el servicio e impidiendo alcanzar los objetivos planteados.

Otro inconveniente fue el traslado de productos terminados o materia prima la falta de planificación y el uso limitado de recursos tecnológicos en el servicio de transporte, tal y como lo afirman desde Cuba, los investigadores Cedeño y González (2020) quienes manifiestan que en el servicio de transporte se presentan grandes dificultades porque no existe un adecuado uso de recursos en el sistema de gestión logística y transporte, además de que se evidencia una mala coordinación que genera inconformidad en los clientes.

Como se mencionó previamente, se ha visto afectada la calidad de servicio de entrega en varias empresas y esto genera descontento en los clientes de las empresas afectando la satisfacción del cliente, como nos ponen en manifiesto

desde Indonesia Segoro y Limakrisna (2020) quienes consideran que la impresión que se da a los clientes genera un efecto estimulante en ellos y esto determina su lealtad hacia la empresa. Una buena impresión y un buen servicio tendrán efectos positivos, porque esta satisface las expectativas y demandas del consumidor en el tiempo indicado y con el fin solicitado.

En el Perú, con relación a los sucesos mencionados Paricahua (2022) afirma que los empresarios tienen un gran desafío en sus procesos de gestión logística, ya que su deficiencia se ha puesto en evidencia por una gran falta de coordinación que se ve reflejada ante una serie de situaciones y sucesos inesperados que generan pérdidas para la empresa e insatisfacción del cliente. De otra parte, los investigadores Bocanegra y Valladares (2020) manifiestan que muchos de los clientes están en la búsqueda de empresas u organizaciones donde ellos sean tratados con amabilidad, respeto, de manera justa y responsable. Solo así podrán mostrar interés genuino por el producto o servicio que estas empresas ofrecen.

La investigación, se enfocó en una empresa gráfica de la ciudad de Lima, que también se denomina imprenta, donde se realizan trabajos en cartón, cartulina y papel en diferentes variedades. Sin embargo, la empresa ha presentado inconvenientes en el sistema de reparto de productos terminados, lo cual, ha generado problemas administrativos en la organización y sobre todo clientes insatisfechos, lo cual afectó el crecimiento sostenido de la empresa. Por tal motivo, la empresa evaluó la posibilidad de tomar acciones para mejorar su gestión en el sistema de entrega de productos y lograr mayor satisfacción en sus clientes.

Respecto a la justificación teórica, la investigación aportó nuevos métodos de gestión y organización en el servicio de transporte, lo cual permitió que empresas similares puedan aplicar un modelo de gestión que les permita optimizar su servicio de entrega. Además, permitió determinar la relación que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente, lo que facilitó a las empresas a tomar mejores decisiones al ejecutar sus procesos administrativos y percibir un crecimiento exponencial en su cartera de clientes. En cuanto a su relevancia social, esta investigación benefició a todas las empresas interesadas en mejorar su sistema de entrega, reducir costos, evitar la contaminación ambiental por la emisión de gases, promover un menor tráfico de vehículos sin combustible.

Desde una justificación práctica, esta investigación ayudó a resolver algunos

problemas frecuentes de las empresas, como son el incumplimiento en la entrega de productos terminados y el deficiente sistema de atención al cliente al momento de la entrega ya que las malas prácticas merman la buena reputación de la organización y un mal servicio reduce el índice de satisfacción del cliente.

En cuanto a la utilidad metodológica, la investigación contribuyó a la definición de un concepto comparativo de dos categorías fundamentales en las ciencias administrativas las cuales son la gestión logística y la satisfacción del cliente, gracias a dicho procedimiento las empresas tomaran mejores decisiones en su planteamiento logístico al planificar actividades que incrementen el nivel de satisfacción del cliente. A su vez la investigación aportó información que de gran utilidad para las empresas que buscan mejorar su servicio en la entrega de productos terminados.

La investigación planteó el siguiente problema general: ¿Cómo se relaciona la gestión logística y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023? PE1 fue: ¿Cómo se relaciona la Gestión de productos terminados y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023? PE2 fue: ¿Cómo se relaciona la gestión de almacenamiento y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023? PE3 fue: ¿Cómo se relaciona la gestión en la fase de distribución y comercialización y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023?

Así mismo, el estudio tuvo como objetivo general: Comprender como se relaciona la gestión logística y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023. El OE1 fue: Comprender cómo se relaciona la gestión de productos terminados y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023. El OE2 fue: Comprender cómo se relaciona la gestión de almacenamiento y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023. El OE3 fue: Comprender como se relaciona la gestión de distribución y comercialización y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

En el plano internacional, desde Grecia los investigadores Mouschoutzi y Ponis (2022) en su investigación. A comprehensive literature review on spare parts logistics management in the maritime industry. Ubicada en The Asian Journal of Shipping and Logistics, tuvieron como objetivo general realizar una revisión sistemática de la literatura sobre la gestión logística en el sector marítimo, la cadena de suministros y la importancia que estos tienen en el desarrollo conjunto de sus actividades. En cuanto a su metodología, se trató de una investigación con enfoque cualitativo. Como conclusión, los autores demostraron que gran parte de las empresas adoptaron enfoques más sofisticados en la gestión logística y la cadena de suministros ya que todo ello contribuyó de manera significativa en la empresa donde realizaron sus investigaciones. Así mismo, resaltaron que la gestión logística es de suma importancia para la cadena de suministros y también es relevante en el diseño de redes logísticas, así como modelos integrados en el desarrollo de su función y el uso de tecnologías emergentes.

Desde Indonesia los investigadores Segoro y Limakrisna (2020) en su estudio denominado. Model of Customer Satisfaction and Loyalty. Publicado en la revista Utopía y Praxis Latinoamericana tuvieron como objetivo general entender las causas que realmente motivan al cliente para que estos puedan tener lealtad y fidelidad hacia los productos que brinda una empresa, así usar esa información y desarrollar nuevas técnicas de atención al cliente para anticiparse a sus exigencias. En cuanto a su metodología el enfoque de esta investigación fue cuantitativa y los instrumentos utilizados fueron la encuesta descriptiva y de verificación, el cuestionario y como método de análisis de datos se empleó el SEM (Modelado de ecuaciones estructurales). En su conclusión los investigadores determinan que es muy importante la relación con el cliente y estar atento a sus sugerencias y necesidades realizando reuniones conjuntas con el fin de recabar información y conocer sus expectativas con la finalidad de incrementar la percepción de calidad en el servicio o productos que brinda la empresa.

En América latina, desde Cuba, los investigadores Cedeño y González (2020) en su estudio denominado. La gestión del proceso de transporte de carga para las empresas transportistas. Publicado en la revista Ciencias Holguín, tuvieron como objetivo general desarrollar un modelo de control eficiente para implementar

un mejor sistema logístico para poder usar en el sistema de transporte de vehículos de carga por carretera. En cuanto a su metodología el enfoque usado fue cuantitativo y como instrumentos de investigación, los autores aplicaron encuestas, entrevistas, observación directa y consulta de documentos para la recopilación de la información, entre otros. Se llegó la conclusión de que la gestión logística en las empresas de transporte debe ser desarrollada adecuadamente y enfatizaron que hay una imperiosa necesidad de implementar técnicas y métodos eficientes que permitan un desarrollo integral en el sistema de gestión logística.

En el ámbito nacional, Pérez y Wong, (2019) en su investigación. Gestión de inventarios en la empresa Soho Color Salón & Spa en Trujillo. Publicado en Cuadernos Latinoamericanos de Administración, tuvieron como objetivo general proponer una optimización en la gestión de inventarios y de esa manera reducir costos y evidenciar cuanto se podría ahorrar al conocer el stock ideal sin faltantes o sobrantes. En cuanto a su metodología el enfoque utilizado fue cuantitativo, de tipo no experimental, transversal, descriptiva y propositiva, utilizando como instrumento la lista de chequeo y análisis documental. En conclusión, los investigadores determinaron que en la empresa que fue materia de estudio menos del 60% de colaboradores realizó el cumplimiento de su gestión y el control de inventarios, lo que no le permitió tener un adecuado control de existencias. Se observa que para reducir costos y mejorar la gestión es de suma importancia implementar la gestión de inventario ABC, lo que reducirá significativamente la mano de obra generando ganancias en la empresa.

Tinco (2022) en su investigación. Calidad de servicio y satisfacción del cliente en empresas familiares. Caso: Distribuidora de gas Lidia, año 2019-2020. En la revista Gestión en el Tercer Milenio, tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente, así como entender de qué manera estos dos componentes aportan eficientemente en una empresa familiar. En cuanto a su metodología, el enfoque utilizado fue cuantitativo, de diseño no experimental tipo transaccional con alcance correlacional y el instrumento utilizado fue cuestionario. En la conclusión, la investigadora refiere que es de suma importancia la retroalimentación en el personal que está a cargo de la entrega de productos, ya que este tiene contacto con el cliente y una buena relación entre ambos ayudará a mejorar la calidad de servicio. Así mismo se obtuvo un alto

nivel de satisfacción de acuerdo al coeficiente obtenido de Pearson que es de 0.08, lo cual determina que existe una fuerte relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente, ya que propicia el crecimiento en la empresa debido a que esta desarrolla la fiabilidad y capacidad de repuesta, aportando al crecimiento de la empresa.

Los investigadores Bocanegra y Valladares (2020) en su investigación. Gestión de Calidad bajo ISO 9001:2015 para aumentar la satisfacción del Cliente en C.E.L Conache S.A.C,2020. Publicada en Journal of business and entrepreneurial studies tuvieron como objetivo general aplicar un Sistema de Gestión de Calidad utilizando la Norma ISO 9001:2015 para incrementar la Satisfacción del Cliente en el Complejo Ecoturístico Laguna de Conache S.A.C,2020. En cuanto a su metodología se usó el enfoque cualitativo de tipo experimental y como instrumentos de investigación, los autores aplicaron entrevistas, encuestas, observación directa y consulta de documentos para la recopilación de la información. La conclusión a la que llegaron los autores es que la empresa no contaba con algunos capítulos de la norma ISO 9001:2015, lo cual se evidencia en que llegaron a un 31% y posteriormente 79 %. En la etapa final el nivel de satisfacción del cliente quedó en un 81%. Esta se encontraba en un 29% debido a que no contaba con los referidos capítulos de la norma (4,5,6 y 10), con el fin de incrementar el nivel de satisfacción en los clientes.

Respecto al análisis teórico de la categoría gestión logística. Chiavenato (2011) manifiesta que la gestión logística forma parte del proceso estratégico de la organización y esta debe ser adoptada por la alta gerencia para dirigir sus operaciones ya que este es un conjunto de procesos que permite a la organización ser más eficiente en la cadena de suministros. Esta teoría es aplicable en la gestión logística, ya que esta se desarrolla con trabajadores que cumplen diferentes roles, desarrollan diversos procesos dentro de la organización y está estrechamente ligada a una eficiente gestión en el sistema logístico. Como consecuencia se cumplirán las metas establecidas y los tiempos programados en la entrega, generando una mayor satisfacción en el cliente.

Respecto al análisis teórico de la categoría satisfacción del cliente. Talaya et al. (2008) refiere que la primera visión del cliente en relación al producto, es el valor

que tiene el producto para el cliente, la segunda perspectiva nace desde el cálculo del tiempo de vida del producto o servicio, desde ese punto de vista la cartera de cliente es vista como un activo. Esta definición es aplicable en la satisfacción del cliente debido a que es de suma importancia tomar en cuenta el valor que tiene el producto y esto se basa en la utilidad, la comodidad, diseño y eficacia del producto o servicio que obtiene el cliente, así mismo es importante para el cliente que el producto sea de calidad y se mantengan en el tiempo ya que esto que esto determinara la calidad que se muestran como resultado de un eficiente proceso de selección de materia prima, manufacturación, control de calidad, acabado, almacenamiento y sistema de entrega.

Así mismo Mora (2023) en su obra *Gestión logística integral*, define que la logística es una actividad interdisciplinaria que involucra varias areas dentro de la organizacion ya que este es un proceso de planificacion y gestion desde la concepción de una idea que da origen al producto o servicio, hasta que esta llegue a la etapa de su distribución física, esta disciplina también involucra a cinco subsistemas (transporte, almacenaje, manipuleo, carga/descarga y distribución). Esta teoría es aplicable con la gestión logística debido a que involucra diversas áreas en el desarrollo de los productos en la empresa ya que estos sub sistemas trabajan por un solo propósito y hacen una cohesión de procesos para el desarrollo de un producto o servicio que nace desde la idea y termina en manos del cliente final.

Del mismo modo Zeithaml et al. (2009). Manifiesta que la percepción que tiene el cliente hacia un producto o servicio puede ser afectado por la emoción que tiene el cliente en ese momento, ya que estas se basan en experiencias del producto o servicio recibido. Esta teoría es aplicable con la categoría de estudio, debido a que es importante considerar el nivel de emoción que tiene el cliente al momento de realizar la compra y al mismo tiempo es de suma importancia que el producto cumpla con las expectativas del cliente y exista un buen servicio para generar un resultado positivo.

Por otra parte, García (2020) manifiesta que la gestión logística parte desde un punto de vista gerencial, porque busca establecer estratégicamente los métodos

de adquisición, el movimiento, almacenamiento de productos, control y flujo de información asociada, lo que se busca es que la empresa sea rentable en términos de costos y efectividad en sus procesos ya que el desempeño se mide a través del servicio que se brinda al cliente final. Esta teoría es aplicable en la categoría de gestión logística, ya que esta es un eje fundamental en la empresa y se desarrolla con procesos estratégicamente planificados en todas sus etapas y está estrechamente ligada a una eficiente gestión en el sistema logístico. Como consecuencia se cumple las metas establecidas y los tiempos programados en la entrega, generando una mayor satisfacción en el cliente.

Por su parte Kotler y Armstrong (2017) definen que la satisfacción del cliente es la manifestación de las expectativas que se ven reflejadas cuando el valor percibido se manifiesta en una sensación de placer o decepción como resultado por la adquisición de este. Esta definición es aplicable con la categoría de estudio, debido a que es de suma importancia cumplir con las expectativas del cliente para generar el efecto deseado.

Tinco (2022) corrobora lo mencionado por estos autores, debido a que afirma que las necesidades del cliente responden en base al valor percibido de un producto o servicio entregado, dando como resultado que todo ello pueda generar una sensación positiva o negativa dependiendo de la fiabilidad del producto y del conocimiento que tengan los empleados en las funciones encomendadas.

Finalmente, Pérez y Wong (2019) y Manrique et al. (2019) también convergen con las teorías mencionadas, pues el proceso de la gestión logística involucra diferentes áreas y personas con diferentes habilidades y destrezas, así como la planificación para el desarrollo y la distribución de productos a fin de tener una acción determinada ante cada situación con el fin de lograr los objetivos de la organización.

Respecto a la primera subcategoría denominada "Productos terminados". Pérez y Wong (2019) manifiestan que el producto terminado es cuando se encuentra listo para la venta final, en esta etapa ya culminó el proceso de fabricación en su totalidad y se encuentra listo para su entrega. Del mismo modo Fayol (1916) Manifiesta que las funciones empresariales de una organización están estrechamente ligadas a la producción de bienes y servicios ya que esta es una

actividad de gran importancia en la empresa debido a que el producto es la razón de ser de la organización.

Sin embargo Calzado (2020) propone que para determinar la calidad del producto se requiere un control de calidad eficiente de acuerdo a los parámetros establecidos en la organización, usando un mecanismo de control fiable que permita tener los resultados esperados. Del mismo modo Villalba et al. (2021) defienden que el proceso productivo siempre estará delimitado por la parte administrativa de la organización y esta debe ser planificada con el área contable debido a que esta actividad genera un conjunto de procesos que ocasionan costos de producción en sus diferentes áreas, por tal motivo es de suma importancia la planificación de acuerdo a la realidad empresa.

Por otra parte, Morante y Holguín (2021) manifiestan que es muy importante la participación activa de todo el personal que labora en el área de producción con el objetivo de asegurar la calidad del producto y se entregue un producto libre de defectos.

Con relación a la segunda subcategoría, “Almacenamiento” Pérez y Wong (2019) definen que el almacén es un lugar debidamente acondicionado, pero que está sujeto a cambios sustanciales de acuerdo a la cantidad y tipo de material almacenado. Así mismo Manrique et al. (2019) manifiesta que cada organización desarrolla un sistema y un proceso de control donde hay un manejo temporal de productos, tanto en la calidad como en la cantidad con el objetivo de cumplir los estándares establecidos por la organización.

Del mismo modo García (2020) menciona que en el proceso de almacenamiento de materia prima debe de existir diversos métodos y estrategias de verificación y control de calidad en el proceso de recepción de productos posterior a la compra, ya que eso dependerá la calidad del producto que se desarrolle. Por otro lado Pacheco (2019) define que el proceso de almacenamiento abarca desde la recepción, sistema de información, tecnología, almacenamiento, manejo de materiales y despacho ya que este requiere un manejo cuidadoso de las mercancías.

Respecto a la tercera subcategoría denominada “Distribución y comercialización”, Manrique al. (2019) definen que la distribución es una actividad

desarrollada por diferentes personas que tienen una función específica en cada área con la finalidad de lograr que el producto viaje por diferentes canales ya establecidos por la empresa. Por su parte Chiriboga et al. (2023) manifiestan que la distribución es un sistema de intercambio que se desarrolla en base a las necesidades sociales y las necesidades personales del consumidor, por lo tal motivo se promueve diversos métodos y estrategias para llegar de manera eficaz al consumidor.

Del mismo modo Hurtado et al. (2018) manifiestan que el tiempo de viaje que un vehículo dura en el trayecto de un lugar a otro se ve reflejado en base a los métodos de optimización que maneja la empresa en relación a su sistema de transporte en base la planificación de rutas y rango de velocidad permitida según su ubicación. Por otra parte, Torres et al. (2020) mencionan que el proceso de distribución es un factor indispensable en la empresa, por lo cual se debe apostar por la mejora continua y el uso de herramientas tecnológicas ya que es de vital importancia para optimizar el proceso de distribución.

En línea con la categoría satisfacción del cliente, se tiene a la cuarta subcategoría denominada "Empatía". Tinco (2022) manifiesta que la comunicación con los clientes es de vital importancia, debido a que permite conocer sus inquietudes, sugerencias y necesidades en relación al producto.

Del mismo modo, la comunicación asertiva es relevante, pues la comprensión al usuario es una clara muestra de interés que el cliente percibe con agrado. Por su parte, López y Siquara (2023) definen que la empatía es el deseo y la capacidad que tiene el ser humano para adoptar una postura diferente pese a que sus emociones no están involucradas, pero no está limitado a comprenderlas.

Así mismo, Silva et al. (2021) también coinciden en que la empatía es la capacidad que tiene el ser humano para comprender y ponerse en el lugar del otro, con la finalidad de entender sus necesidades, inquietudes y anhélalos, pero sobre todo es la capacidad y la voluntad que tiene una persona para poder entender al otro individuo y ponerse en su lugar de calidad de acuerdo a lo prometido y esté debidamente terminado.

Por su parte Putra y Rulian (2020) manifiestan que el fidelizar al cliente depende exclusivamente de la capacidad de comunicación y empatía que tienen

los empleados en las relaciones con los clientes, todo ello tiene un gran impacto por la calidad de atención que se brinda al cliente. Sin embargo, Antonio et al. (2019) indican que en ocasiones existe desilusión y discrepancia entre los deseos del cliente y lo que obtiene, debido a que el cliente no siempre recibe lo que quiere y las empresas no consideran en sus estrategias este posible suceso.

La quinta sub categoría denominada “Fiabilidad” es definida por Tinco (2022) como la certeza de que el producto o servicio cumple con los estándares mismo, destaca que un factor indispensable es que el producto se entregue en el lugar indicado y en la fecha acordada. Por otro lado, Mejías et al. (2018) definen a la fiabilidad como el resultado a la realización de un buen servicio que se ofrece desde la primera vez que el cliente toma contacto con la empresa y este involucra factores que van acorde a la comprensión de la necesidad del cliente tomando en cuenta sus requerimientos con mucha seriedad.

Por otra parte, Silva et al. (2021) manifiesta que la fiabilidad está estrechamente ligada a la responsabilidad que los empleados transmiten al tener contacto con los clientes, al entregar un buen producto y realizar un buen servicio todo ello genera un grado de confianza.

Finalmente, con relación a la sexta subcategoría denominada “Responsabilidad”, Tinco (2022) menciona que el cliente tiende a depositar cierto nivel de confianza en la empresa al saber que recibirá un producto de calidad en el lugar y tiempo acordado, ya que el cliente confía en el grado de responsabilidad de las personas que laboran en la empresa, así como la capacidad de resolver algún inconveniente para cumplir lo acordado. Por otra parte, Orozco (2020) manifiesta que las empresas tienen una posición privilegiada en el sentido de la responsabilidad, ya que tienen alcance e influencia para manejar sus objetivos e involucrar de manera estratégica al personal de la organización con el fin de guiarlos a una cultura conducente a la responsabilidad y brindar un servicio de calidad en todo sentido.

De la misma manera Rojas et al.(2020) manifiestan que en la organización la responsabilidad está ligada a la capacidad de gestión del personal, debido a que los empleados harán todo lo necesario para cumplir las expectativas del cliente, pues ellos tienen una serie de expectativas que deben ser cubiertas con responsabilidad.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

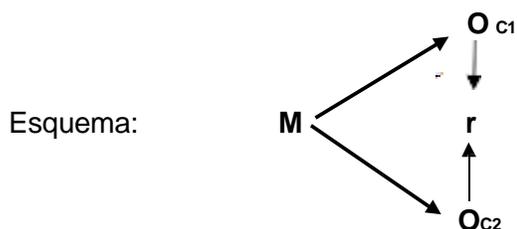
##### 3.1.1 Tipo de investigación

La investigación desarrollada fue de tipo básica según Nicomedes (2018) esta investigación es fundamental porque sirve para el desarrollo de diferentes ciencias y su motivación parte de la curiosidad y el interés genuino por obtener conocimiento en relación a un determinado fenómeno. Esta investigación parte de la curiosidad del investigador y el deseo de conocer las verdaderas inquietudes y expectativas del cliente.

##### 3.1.2 Diseño de investigación

El diseño de la investigación es fenomenológico, según Hernández y Mendoza (2018) este método de estudio permite conocer experiencias comunes que presenta el individuo a partir de un suceso o un patrón establecido de manera variada en diversos ámbitos, lo que permite al investigador hacer minuciosa exploración de emociones, conductas y desarrollar un interés genuino en conocer y analizar las experiencias compartidas de cada individuo.

**Figura 1:** Diseño de investigación



Donde:

M: Muestra

Oc1: Gestión logística

Oc2: Satisfacción del cliente

r: Relación entre categorías

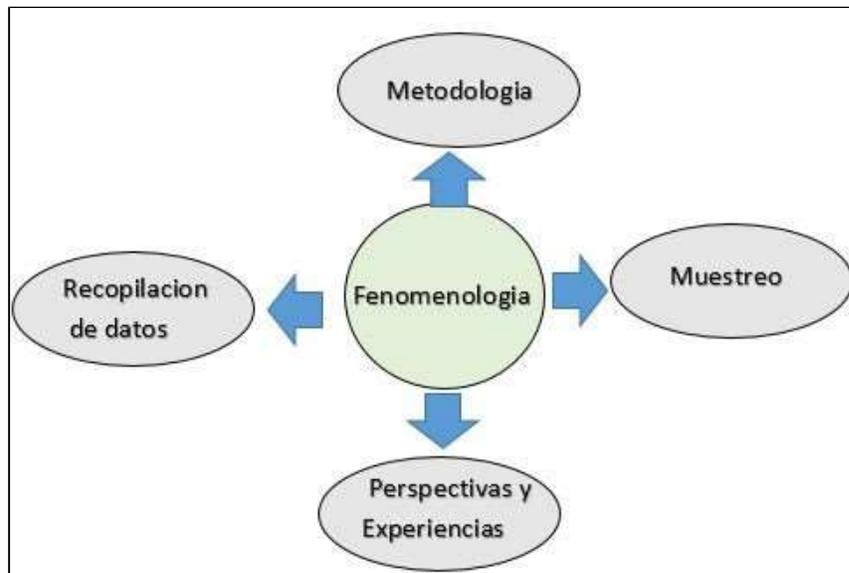
Este método de estudio fenomenológico fue importante en la investigación realizada, debido a que este método permitió recoger experiencias y perspectivas en diferentes ángulos, para ello es importante la interacción con el fenómeno de

estudio de manera abierta y con total naturalidad para conocer de manera sincera, espontánea sus necesidades y expectativas, con el objetivo de captar verdaderas emociones e impresiones, y posteriormente obtener conclusiones

El estudio buscó explorar un fenómeno desde uno o más puntos de vista, tratando de entender a través de diferentes experiencias por medio de instrumentos que permitan conocer dichas perspectivas. Hernández y Mendoza (2018) manifiestan que el diseño cualitativo pretende capturar las narrativas y sus significados debido al análisis de la observación y el comportamiento natural de un fenómeno de estudio a través de diversas narrativas verbales, no verbales y hasta artísticas. También por medio de diversos métodos con el fin explorar emociones y deseos, lo que permite conocer diferentes perspectivas y experiencias personales proporcionando herramientas de ayuda para una mejor organización.

Esto se relaciona con la presente investigación ya que se pretende conocer las experiencias y diferentes perspectivas de los clientes vinculados al servicio de gestión logística de la imprenta.

**Figura 2:** Representación gráfica de diseño de investigación.



### 3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

La primera categoría que se usó en esta investigación fue “Gestión logística”. Esta categoría determina de qué manera influye en la satisfacción del cliente de una empresa gráfica en la ciudad de Lima. Pérez y Wong (2019) y Manrique et al.

(2019) manifiestan, que la gestión logística es un proceso eficiente en la planificación y el desarrollo de productos con el fin de lograr los objetivos planteados en la organización. Para ello es importante tener personas con diferentes habilidades y destrezas en diferentes áreas, lo cual permite tener una acción determinada ante cada situación que se requiera.

La primera subcategoría denominada “Productos terminados”. Es cuando el producto se encuentra listo para la venta final, en esta etapa el producto ya culminó el proceso de fabricación en su totalidad y éste se encuentra listo para su entrega.

La segunda subcategoría, “Almacenamiento” se define que el almacén es un lugar debidamente acondicionado y éste se encuentra debidamente organizado, pero está sujeto a cambios sustanciales de acuerdo a la cantidad y tipo de material almacenado.

La tercera subcategoría denominada “Distribución y comercialización” define que la distribución es una actividad desarrollada por diferentes personas que cumplen diversas funciones de acuerdo a su especialidad y éstas tienen una función específica en cada área con la finalidad de lograr que el producto viaje por diferentes canales ya establecidos por la empresa.

La segunda categoría que se usó en esta investigación fue “Satisfacción del cliente”. Tinco (2022) define que las necesidades del cliente responden en base al valor percibido de un producto o servicio entregado, dando como resultado que todo ello pueda generar una sensación positiva o negativa en el cliente y ésta parte de la fiabilidad del producto y del conocimiento que tengan los empleados en las funciones encomendadas.

La cuarta subcategoría denominada “Empatía”. Es cuando la comunicación con los clientes es de vital importancia, pues la comprensión al usuario es una clara muestra de interés, del mismo modo la comunicación asertiva es crucial ya que esta permite conocer las inquietudes, sugerencias y necesidades que tiene el cliente en relación al producto o servicio que brinda la empresa.

La quinta subcategoría denominada “Fiabilidad” nace a raíz del impacto que genera un producto o servicio en la medida que éste cumpla con los estándares de calidad y sea medible en el tiempo, responda a las necesidades y brinde el servicio o función por el cual fue adquirido.

Finalmente, la sexta subcategoría denominada “Responsabilidad” es cuando el cliente tiende a depositar cierto grado de confianza en la empresa al saber que recibirá un producto de calidad en el lugar y tiempo acordado, ya que el cliente confía en el grado de responsabilidad de las personas que laboran en la empresa, así como la capacidad de resolver algún inconveniente para cumplir lo acordado.

### **3.3. Escenario de estudio**

El lugar de enfoque para el desarrollo de esta investigación fue en la ciudad de Lima distrito de Breña, cierta parte de las entrevistas se realizó en las instalaciones de la empresa y otra parte a través de video llamadas. En cuanto a los patrones de interacción se realizó preguntas abiertas en base a la guía de entrevista semiestructura, con el propósito conocer recolectar información que permita conocer las experiencias, expectativas, necesidades y emociones de cada participante, no hubo orden en la jerarquía laboral ya que no es un factor de suma relevancia.

Se seleccionó a algunos trabajadores y clientes bajos ciertos criterios con mayor disposición para conceder una entrevista, gran parte de ellos trabajan a destajo sin un contrato fijo, así mismo algunos clientes en mínima cantidad se encuentran en diferentes ciudades del país.

### **3.4. Participantes**

En cuanto a los participantes estos fueron divididos en tres grupos:

Trabajadores de la empresa, clientes de la empresa y un especialista por categoría.

#### **- Población**

Para efectos de la investigación, la población estuvo compuesta por 68 clientes es preciso mencionar que estos clientes no son frecuentes, pero sin embargo son parte de la población, también se menciona que esta cifra es información

proporcionada por la empresa que también quienes también manifiestan que son clientes que solicitan servicios tanto como personas naturales o como representantes de diversas empresas.

Arias et al. (2016) define que la población cumple con una serie de criterios predeterminados, que vienen a ser un conjunto de casos que formará el referente para la elección de la muestra, es delimitada y accesible, no se trata exclusivamente de seres humanos, también corresponde a objetos, animales, microorganismos biológicos, familias, expedientes y otros.

#### - **Muestra**

En cuanto a la muestra de estudio, ésta se realizó sin distinción de ningún tipo en cuanto a la condición social, económica o situación conyugal, los únicos factores que se tomaron en cuenta fue que los trabajadores estuvieran en un rango de 20 y 70 años y que tuvieran la disposición para ser entrevistados, aunque parte de ellos trabajan a destajo su aporte es válido.

En cuanto a los clientes se usó ciertos criterios por parte del investigador como son la disposición para salir en cámaras, tiempo de permanencia como clientes, soltura y cierta capacidad básica de comunicación. En lo demás no hubo restricciones de ningún tipo, suficiente con que sean clientes asiduos de la empresa.

Respecto a la selección de los especialistas se tomó en cuenta el grado académico mínimo de licenciatura, trayectoria y experiencia en gestión logística y satisfacción del cliente.

#### - **Muestreo**

Para la investigación se usó el tipo muestreo no probabilístico que consiste en la selección del total de la población basada en un juicio subjetivo, ya que ésta no fue una elección al azar debido que se consideró diversos factores a criterio del investigador, considerando disponibilidad de tiempo, disposición y consentimiento para ser filmados durante la entrevista. El tamaño de la población estuvo conformado por 20 participantes, 9 trabajadores de la empresa, 9 clientes y dos especialistas, uno por cada categoría.

Ciertos autores recomiendan tamaños mínimos de muestras para un estudio

cualitativo, “no hay parámetros definido ni preciso, los estudios cualitativos son artesanales, trajes hechos a la medida de las circunstancias, lo cual proporciona un sentido de comprensión profunda del ambiente y el problema de investigación. En el estudio cualitativo fenomenológico está recomendado un mínimo de 10 participantes. (Hernández y Mendoza 2018, p. 426)

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Para el desarrollo de la investigación se emplearon dos técnicas que permitieron recoger información, opiniones y diversos puntos de vista, el primero es el análisis de documentación cualitativa., A lo que Sánchez et al. (2021) manifiesta que los documentos revelan las perspectivas de comprensión de la realidad y el interés profundo por conocer la verdad a través de diversos acontecimientos rutinarios, así como los problemas y las reacciones más usuales de las personas o algún objeto de estudio.

La segunda técnica utilizada fue la entrevista semiestructurada que según Hernández y Mendoza (2018) nos manifiesta que en la entrevista semiestructurada existe una gran ventaja, una de ellas es que el entrevistador tiene la libertad de realizar preguntas adicionales con el afán de profundizar y recibir mayor información posible por parte del individuo o fenómeno de estudio.

En relación a los instrumentos usados para fines de la recolección de datos el investigador manifiesta que se usó la guía de entrevista semiestructurada, así mismo cabe mencionar que parte del estudio se realizó de manera presencial y la otra parte a través de video llamadas aprovechando los días de descanso del personal y clientes. Para tales efectos se usó diversas herramientas tecnológicas, aplicaciones digitales tales como Google meet y zoom, así como el uso de una computadora, equipo de filmación y grabación para el registro, análisis y posterior almacenamiento.

### **3.6. Procedimiento:**

Antes de realizar la recolección de datos se realizó una verificación exhaustiva de las bases teóricas del estudio encontrada en el avance del marco teórico y posteriormente se procedió a verificar el contenido de preguntas de la guía semiestructurada. Inicialmente se hizo una lista de posibles colaboradores que

podieran aportar al objetivo del estudio. La lista fue estructurada en tres partes, especialistas, personal que labora en la imprenta y clientes de la empresa. Posteriormente se comunicó con los colaboradores y se concretó horarios y lugares respetando la disponibilidad de tiempo y su espacio, seguidamente se realizó el traslado a diferentes puntos de la ciudad para recabar información de manera indistinta aprovechando la ubicación.

Un 30% de las entrevistas se realizó de manera personal y un 70% se realizó a través de video llamadas, todo ello en diferente orden, aprovechando la disponibilidad de cada colaborador, las entrevistas se realizaron en diferentes ambientes. Posteriormente se organizó y se guardó la información recabada de manera ordenada para su posterior análisis y transcripción de cada una de las respuestas.

Después se desarrolló tres matrices de triangulación una para los especialistas, una para personal de la empresa y otra para clientes de la empresa, se precisa que en la matriz de triangulación se transcribe la parte más resaltante de la entrevista, así como las respuestas con mayor coherencia, cada una de ellas en el espacio que corresponde con la finalidad de mantener el orden adecuado al momento de extraer los resultados

### **3.7. Rigor científico**

En las palabras de Hernández et al. (2010) existe criterios paralelos que determinan la fiabilidad, validez y objetividad cuantitativa, durante el proceso de la indagación cualitativa, lo cual fue establecido por los principales autores quienes desarrollaron una serie de criterios aceptados por unos y rechazado por otros. La autenticidad, la fundamentación y la muestra de datos reales fue parte importante para el desarrollo de la investigación, debido a que estas rigen cualquier investigación, es de suma importancia el análisis minucioso de diferentes teorías, así como mantener el enfoque en datos reales siempre manteniendo el curso de la investigación.

### **3.8. Método de análisis de datos**

Borjas (2020) manifiesta que cualquier investigación que cumpla con los métodos establecidos de manera rigurosa, estará llevando la investigación a un alto

nivel de validez y confiabilidad. Para el desarrollo de esta investigación el investigador se apoyó en diversas técnicas y diferentes perspectivas de especialistas e investigadores que antecedieron con estudios similares, a lo que se hizo una exhaustiva verificación y comparación de información y datos, con la finalidad de obtener resultados afines a la investigación gracias al uso de conceptos, teorías, metáforas y analogías de diferentes autores.

Hernández et al. (2010) indica que para reforzar la credibilidad del estudio es recomendable el uso de la triangulación ya que esta nos aporta diferentes visiones interdisciplinarias y es sumamente eficiente como método de análisis cualitativo.

En el desarrollo de la investigación se realizó la matriz de triangulación con el fin de transferir datos de las entrevistas, conforme se fueron realizando y posterior a ello se hizo un análisis metodológico, análisis comparativo, encontrando divergencias, convergencias en las respuestas de los colaboradores y así determinar la interpretación de las respuestas. Para llegar a la conclusión de la investigación, el investigador recurrió a diversas fuentes teóricas, aportes documentales y variados procesos en el desarrollo de comparación de teorías y respuestas de cada colaborador con la finalidad de desarrollar un estudio impecable con resultados fidedignos que se ajusten a la realidad.

### **3.9. Aspectos éticos**

Gonzales (2002) nos refiere que el método de investigación cualitativa no es ajeno a las consideraciones éticas, la cual debe ser analizada y confrontada con varias teorías éticas. El argumento constituido debe ser deliberado en base a condiciones óptimas que se ajusten a la verdad con el afán de profundizar un tema y buscar la mejor solución.

La investigación fue desarrollada en estricto cumplimiento de la ley que rige en el país, así mismo se manifiesta que la información recolectada se ajusta a la verdad, tanto en las bases teóricas y documentales, así como en el aporte de los colaboradores por medio de entrevista grabadas a voluntad propia de cada uno de ellos por medio de grabaciones y video llamadas.

Para el desarrollo de esta entrevista se contó con la autorización del asesor del curso, la autorización del dueño de la empresa y también con el consentimiento

informado de cada uno de los participantes. A los participantes se les explicó que no existe riesgo de divulgación de su imagen y datos personales ya que la filmación queda únicamente como registro en los archivos del investigador para fines de análisis y estudio. Así mismo se le indicó que no existe beneficio económico de ningún tipo, como también están en el libre derecho de preguntar o parar la entrevista cuando estos no se sientan cómodos. A lo que los participantes accedieron, nos compartieron amablemente sus percepciones y experiencias en relación al producto y servicio que brinda la empresa.

#### **IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Posterior a la aplicación de la guía de entrevista semiestructurada, a los clientes, personal de trabajadores y especialistas. Se obtuvieron diferentes resultados en relación al objetivo general de esta investigación, que es comprender cómo se relaciona la gestión logística con la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica, se evidencia satisfacción de los clientes debido que los productos que reciben son de calidad en buenas condiciones y llegan al lugar indicado en la fecha y hora acordada, todo ello gracias al eficiente proceso de gestión logística en la empresa, ya que esta se enfoca en realizar planes e integrar sistemas eficientes para realizar acciones en diferentes áreas, desde la creación del producto hasta la entrega final en el mercado.

En relación al primer objetivo específico que es comprender cómo se relaciona la gestión de productos terminados con la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados. En la investigación se pudo evidenciar que existe satisfacción en los clientes debido a que el producto terminado se desarrolla con altos estándares de calidad, tienen las características y especificaciones de los clientes, son eficientes y cumplen con el objetivo para el cual fueron solicitados.

En relación al segundo objetivo específico que es comprender cómo se relaciona la gestión de almacenamiento con la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados. Se evidencio satisfacción en los clientes debido a que los productos que reciben los clientes llegan en óptimas condiciones debidamente embalados, etiquetados, limpios, en buen estado de conservación, sin margen de error en las cantidades solicitadas, gracias a una buena gestión de procesos y manejo estratégico de productos en el almacén.

En relación al tercer objetivo específico que es comprender cómo se relaciona la fase de distribución y comercialización con la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados. Se encontró clientes satisfechos porque reciben productos en el tiempo indicado, en el lugar acordado en buenas condiciones, con trato amable por parte del personal de la empresa en todo momento. Del mismo modo se encontró clientes satisfechos con los métodos y estrategias de comercialización que utiliza la empresa.

A continuación, compartimos resultados encontrados en relación a cada una de las sub categorías de la investigación, en relación a los “productos terminados”, el grupo de entrevistados conformado por los trabajadores de la empresa coinciden que un producto terminado es cuando ya paso por todo el proceso de producción, se encuentra listo para su entrega al cliente y que el cliente estará siempre satisfecho de ver su producto terminado por primera vez.

Por otra parte, los clientes manifiestan que el producto terminado es cuando ya está finalizado en todos sus procesos de producción y está listo para ser usado. Así mismo, el cliente siente emoción y satisfacción al ver su producto terminado, lo cual implica que ya podrá realizar acciones posteriores sin ningún inconveniente, de la misma forma los entrevistados coinciden que es muy importante la calidad del producto, y el precio de este debe ser razonable en todo momento.

Del mismo modo los especialistas entrevistados coinciden que el producto es una suma de diferentes procesos tanto en el desarrollo como en el control de calidad y acabados, y este se encuentra listo para ser usado, sin embargo, afirman que no todos los clientes estarán satisfechos inmediatamente al ver sus productos, primero verificarán si el producto cumple o no con las características específicas de acuerdo a su petición y en base a ello sentirán satisfacción o descontento. Así mismo, los especialistas indican que el cliente siempre buscara productos de calidad, para ello hará diferentes sondeos, analizaran propuestas y tomara una decisión.

En relación a la segunda subcategoría denominada “Almacén”, los entrevistados conformado por los trabajadores de la empresa manifiestan que es importante que el almacén este limpio y ordenado ya que esto ayudara a conservar el producto en buen estado y será de fácil manejo así mismo indican que un almacén en óptimas condiciones y con personal comprometido con su labor, genera tranquilidad y confianza en el cliente, siempre en cuando logre ingresar a ver el almacén. Así mismo los trabajadores manifiestan que es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén ya que el personal debe estar capacitado para cumplir con sus funciones específicas, de la misma forma recomiendan el uso de tecnología para optimizar los procesos en el almacén y tener mayor precisión en el control de las existencias.

A su vez los clientes coinciden que el almacén siempre debe mantener en

correcto orden, eso facilitará el trabajo en el recojo de diversos productos y se evitara confusiones en la entrega y por lo tanto los clientes siempre podrán estar satisfechos. De la misma forma manifiestan que es de mucha importancia la implementación de procesos definidos ya que es necesario que el personal sepa lo que debe hacer de manera específica en su área de trabajo dentro de la empresa, esto beneficiara de manera efectiva al momento de la entrega de productos a los clientes.

Por su otra parte los especialistas coinciden que el almacén siempre debe estar ordenado y debe de existir un buen manejo de productos e insumos en todo momento, así mismo enfatizan el uso de herramientas tecnológicas lo cual permitirá tener información y control minucioso de las existencias a tiempo real, también los especialistas coinciden que es importante la buena conservación del almacén y que existan procesos definidos en cada área de la empresa para que cada persona sepa que es lo que tiene que hacer en relación a su área, así mismo manifiestan que el uso de herramientas tecnológicas ayuda a tener un mejor control y monitoreo en el almacén lo cual servirá para tomar mejores decisiones a nivel comercial.

En relación a la tercera subcategoría denominada “Distribución y comercialización”, los trabajadores entrevistados manifiestan que el uso de la tecnología favorece en el sistema de transporte por su gran utilidad en temas de seguridad y monitoreo, así mismo beneficia al cliente porque este sabrá a tiempo real la llegada de su producto y tomará previsiones y acciones en base a ello, así mismo manifiestan que el uso de métodos de comercialización son muy importantes porque esto hace que la empresa genere rotación en sus productos y servicios con lo cual los clientes se beneficiaran de diferentes formas, ya sea por la oportunidad o por el precio.

Por otra parte, los clientes están de acuerdo en el uso de herramientas tecnológicas en el servicio de transporte, debido a que este mecanismo permitirá tener el control y conocimiento de los productos que la empresa está enviando, saber por dónde se encuentran y cuando tiempo está llegando su producto. En cuanto a los métodos y estrategias de comercialización manifiestan que es de suma importancia para el cliente, porque esta permite conocer nuevas tendencias, campañas y ofertas lo cual se convierte en una gran oportunidad para adquirir un buen producto a un buen precio y sacar ventaja de ello. Por otra parte, los

especialistas coinciden que es importante el uso de herramientas tecnológicas en el sistema de transporte ya que esta facilitará el monitoreo de la unidad no solo por un tema de control, también por un tema de seguridad y ahorro de tiempo en el tráfico, por lo cual el cliente se beneficia al saber que su producto llega en buen estado y al tiempo indicado.

Así mismo los especialistas indican que el cliente siempre busca ahorrar en sus compras en todo momento, es por ello que siempre están pendientes de las nuevas ofertas y se benefician de las campañas y lanzamientos por parte de las empresas. El resultado encontrado en esta subcategoría guarda relación con el objetivo planteado en la investigación, ya que un correcto y eficiente manejo en el sistema de transporte y el uso adecuado de la tecnología en sus procesos beneficiara a los clientes llevando sus productos a tiempo y en buen estado de conservación.

En relación a la cuarta subcategoría denominada “Empatía”, los entrevistados conformado por los trabajadores coinciden que es bueno entender al cliente, saber más detalles de lo que realmente necesitan para hacer un buen trabajo y evitar confusiones, esto genera tranquilidad, confianza y satisfacción en el cliente, de la misma forma los trabajadores indican que al ponerse en lugar del cliente genera diferentes emociones positivas en diferentes escalas sobre todo genera la sensación de satisfacción y confianza en todo momento.

Del mismo modo los clientes entrevistados coinciden que el tratar de conocer las necesidades e inquietudes del cliente es la mejor herramienta para seguir trabajando con la empresa, eso les permite comunicarse de manera efectiva y ponerse de acuerdo ante cualquier situación y desarrollar un buen producto, así mismo los clientes manifiestan que esta acción genera que ellos se sientan especiales y tengan una sensación de tranquilidad y satisfacción de saber que están en el lugar indicado y con la empresa que realmente se interesa por el cliente, eso se convierte en satisfacción y genera beneficio para ambas partes.

Por otro lado, los especialistas indican que el cliente es la parte fundamental para la empresa y es muy importante saber de ellos, conocer sus necesidades, sus expectativas, dudas, deseos y anhelos con la finalidad de servirlos, darles un buen servicio y un buen producto ya que ellos al percibir esa actitud de parte de la empresa sentirán satisfacción y confianza en todo momento porque saben que

siempre la empresa los va escuchar. Así mismo coinciden que los clientes se sienten importantes y especiales porque la empresa está haciendo un esfuerzo para lograr entenderlos, saber más de ellos y de esa manera poderlos ayudar en lo que ellos necesiten.

Así mismo los especialistas manifiestan que un trato amable y la intención de conocer sus necesidades es muy importante ya que si algo falla se podrá solucionar inmediatamente de la mejor manera. El resultado encontrado en esta subcategoría tiene relación con el objetivo general planteado en la investigación, ya que un trato amable con cierto grado de consideración, respeto y la intención de conocer más al cliente y saber sus necesidades en todo sentido hará que el cliente se sienta satisfecho en todo momento.

En relación a la quinta subcategoría denominada “Fiabilidad”, conformado por los trabajadores indican que cuando se entrega un buen producto y buen servicio, el cliente se siente muy contento, satisfecho y posiblemente lo recomiende cuando tenga oportunidad, así mismo los entrevistados coinciden que los productos cumplen con los estándares de calidad porque tienen y tienen la intención de mejorar día a día, así mismo manifiesta que si los clientes reciben un producto de calidad podrán venderlos con seguridad o realizar sus actividades con total confianza.

De la misma forma los clientes entrevistados manifiestan que si la empresa entrega un buen producto y un buen servicio es porque realmente tiene la intención de trabajar con el cliente, y eso responde a que hay un equipo humano comprometido en cumplir al cliente de manera efectiva, y el cliente sabe que no tiene que reclamar puntualidad y también sabe que si el producto es bueno lo podrán rotar rápidamente, además coinciden que si la empresa cumple con un buen servicio y un buen producto, generara confianza y satisfacción en el cliente y esta es la base para seguir trabajando y también recomendando los productos y servicios de la empresa.

Por otra parte, los especialistas coinciden que los clientes vienen con altas expectativas y esperan que se les brinde un buen producto y un buen servicio, ya que de eso depende si el cliente sigue trabajando o no con la empresa, porque el cliente es el mejor medidor de la calidad y servicio que ofrece la empresa ya que este estará evaluando permanentemente la calidad del producto y la calidad del

servicio recibido por parte de la empresa, así mismo los especialistas indican que para que el producto sea fiable este debe cumplir con el objetivo y la razón por la que fue adquirido en un inicio, si este producto se mantiene en el tiempo y cumple con las expectativas del cliente se hace fiable y generara beneficio a largo plazo en el cliente, y este será un factor determinante para que la empresa se mantenga en el mercado o simplemente se estanque, porque un cliente satisfecho siempre va seguir trabajando y recomendando el producto y los servicios de la empresa.

El resultado encontrado en esta subcategoría guarda relación con el objetivo general planteado en la investigación, ya que un producto fiable debe ser duradero en el tiempo y cumplir con el propósito y motivo por el cual fue adquirido, solo así será fiable y podrá mantener satisfecho los clientes.

En relación a la sexta subcategoría denominada “Responsabilidad”, el grupo de trabajadores de la empresa indican que es muy importante responder a la confianza depositada por el cliente y dar cumplimiento a lo acordado, tanto con un producto de calidad como un buen servicio de entrega que cumpla con todo lo acordado, así mismo los entrevistados indican que el cumplimiento que tiene la empresa con los clientes es resultado del trabajo de un equipo de personas con diferentes habilidades y destrezas con el objetivo de servir al cliente y cumplir con ellos, ya que esa acción beneficia de manera positiva el negocio de sus clientes y sus empresa.

Del mismo modo los clientes entrevistados afirman que es muy importante que la empresa tenga el respaldo en infraestructura y también en personal lo cual se verá reflejada en su capacidad de respuesta ante cualquier circunstancia todo ello se evidenciara en la calidad del producto y en el estricto cumplimiento de lo acordado, así mismo los clientes confirman que es muy importante la responsabilidad de la empresa ya que si esta falla se rompe la cadena de consumo, porque los clientes no tendrán que enviar a sus clientes y se perjudicaran seriamente por lo que se verían obligados a cambiar de empresa en algunos casos.

Pero en caso la empresa cumpla será beneficioso para seguir trabajando y entregando sus productos a tiempo. Por otra parte, los especialistas afirman que el respaldo de la empresa es el equipo humano y su capacidad para responder ante cualquier circunstancia, solicitud de pedido en mayor o menor escala, esto será

determinante en el cumplimiento de los objetivos del cliente, ya que este será un factor indispensable para ver si el cliente sigue o no trabajando con la empresa. Así mismo los especialistas coinciden que es muy importante la responsabilidad de la empresa, porque si esta falla puede afectar seriamente al cliente debido a que, si no reciben los productos, se romperá la cadena de consumo y ellos también fallaran a su clientes o consumidores, lo cual podría desembocar en diversos problemas para ambas partes.

Pero si el producto llega a tiempo, los clientes podrán atender a sus clientes y asegurar su permanencia en la empresa. El resultado encontrado en esta subcategoría tiene relación con el objetivo general planteado en la investigación, ya que la responsabilidad es un factor fundamental en la empresa, y el estricto cumplimiento con los clientes genera siempre clientes satisfechos y con intención de seguir trabajando con la empresa.

En base a los resultados presentados en relación al objetivo general los investigadores Mouschoutzi y Ponis (2022) llegaron a la conclusión que gran parte de las empresas adoptaron enfoques más sofisticados en relación a la gestión logística sin embargo los investigadores Cedeño y Velázquez (2020) mencionan que es necesario desarrollar un modelo de control eficiente para implementar un mejor sistema logístico de las empresas y esta debe ser desarrollada adecuadamente ya que existe una necesidad imperiosa de técnicas y métodos eficientes que permitan un desarrollo integral.

Sin embargo, Pérez y Wong (2019) manifiestan que para reducir costos y mejorar la gestión es de suma importancia implementar el uso de tecnologías lo que reducirá significativamente la mano de obra generando ganancias en la empresa. Esta idea constituye una extensión propuesta por Mouschoutzi & Ponis (2022) indica que gran parte de las empresas adoptaron diversos servicios tecnológicos para un adecuado proceso de gestión logística, lo cual les permitirá mejorar su proceso y tener información exacta en todo momento.

En tal perspectiva se coincide ampliamente con el objetivo general planteado ya que la correcta ejecución en el sistema de gestión logística de la empresa tendrá repercusiones positivas en la calidad de servicio al cliente.

En base a los resultados presentados en relación al primer objetivo específico los entrevistados coinciden que el producto terminado, es la suma de elementos costo, materia prima y carga fabril y es el resultado de un trabajo especializado minucioso en base a lo establecido, mientras más estándares tenga será de mayor la calidad, cuando este es por orden de servicio entonces el producto ya estará listo de manera personalizada con las características y especificaciones del cliente según los solicite.

Así mismo se Indica que para ello se tiene que hacer un análisis de costo y aprovechar los márgenes de ganancia aprovechando la cantidad de producción se saca un margen ganancia mientras más cantidad se produzca será más rentable para la empresa y se puede determinar un buen precio al cliente, y este es percibido de manera agradable y positiva por el cliente, porque sabe que está pagando un producto de calidad a un precio razonable.

Así mismo Porter (1991) menciona que para generar una experiencia óptima en el cliente es necesario que exista un proceso que haga más valioso el producto y este genere agradable experiencia en el cliente. Esta definición es aplicable en la gestión logística ya que es muy importante el uso de una serie de procesos y trabajo planificado con la finalidad de que los productos o servicios que la empresa comercializa tengan alta calidad y se muestren como resultado de un proceso eficiente tanto en la calidad de materia prima seleccionada, manufacturación, control de calidad, acabado almacenamiento y sistema de entrega.

Así mismo Manrique et al. (2019) mencionan que el producto terminado es el resultado de recursos técnicos, humanos y económicos, y es un eslabón de suma importancia en la cadena de suministros de una organización ya que durante el desarrollo se realiza diversas estrategias y elementos que hacen de esta, un arma poderosamente competitiva en el mercado.

Por su parte Mora (2023) define un producto o servicio como el resultado de un minucioso proceso de planificación y gestión desde la concepción de su idea hasta su proceso de distribución y eso involucra a varios sub sistemas, sin embargo (Tinco, 2022) manifiesta que es de vital importancia la capacitación

constante en el personal de entrega ya que ellos serán los encargados de hacer llegar los productos al cliente final así mismo manifiesta que obtuvo un alto nivel de satisfacción de acuerdo al coeficiente obtenido de Pearson que es de 0.08, lo cual determina que existe una fuerte relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Del mismo modo Mouschoutzi y Ponis (2022) los autores llegaron a la conclusión que gran parte de las empresas adoptaron enfoques sofisticados en la gestión logística y la cadena de suministros ya que todo ello contribuyó de manera efectiva en el desarrollo de nuevos productos y en el sistema de logística, en esta idea Pérez y Wong (2019) manifiesta que el producto terminado se encuentra para la venta final, ya que en esta etapa ya culminó el proceso de fabricación y este se encuentra listo para su entrega.

En base a los resultados presentados en relación al segundo objetivo específico los entrevistados coinciden que el almacén brinda una sensación de respaldo a la empresa, porque existe una cantidad determinada de productos, y también una cierta cantidad de productos terminados que se resume en dinero y es muy importante la rotación de ese producto porque el mantenerlo ahí demanda costo ya sea de instalación, personal o servicios por lo cual en coordinación con el área de comercialización se debe de buscar siempre la rotación.

Así mismo los entrevistados manifiestan que es importante un manejo eficiente de existencias dentro del almacén para tener control cuantitativo a tiempo real, para ello es necesario el uso de herramientas tecnológicas, el beneficio que genera en el cliente es que este tendrá su producto en buen estado de conservación con sus especificaciones, en el lugar y tiempo indicado. Sin embargo, los investigadores Manrique et al. (2019) manifiestan que en lo que concierne al almacén, existen diferentes procesos que desarrollan las empresas siempre salvaguardando los estándares establecidos por la organización, esto con la finalidad de brindar un buen control de almacén ya que existe un manejo temporal de productos en ellos.

Por otro lado Pacheco (2019) define que en el almacén hay un manejo cuidadoso de mercancías desde la recepción, sistema de información, tecnología,

almacenamiento, manejo de materiales, despacho y esto requiere sumo cuidado en toda sus etapas. Así mismo los investigadores Pérez y Wong (2019) definen que el almacén está sujeto a cambios sustanciales de acuerdo a la cantidad y tipo de material almacenado, además que este es un lugar que está debidamente acondicionado de acuerdo los estándares requerimientos de la organización.

Del mismo modo Calzado (2020) afirma que el almacén constituye un espacio donde se realiza diferentes operaciones que comprende un buen número de procesos y actividades propias de la función logística, estas deben realizar control en base a las condiciones del almacenamiento usando metodología de gestión y soporte tecnológico con el fin de elevar el nivel de servicio al cliente y mejorar sus procesos.

En base a los resultados presentados en relación al tercer objetivo específico los entrevistados indican que la fase de distribución y comercialización cumple un papel importante en el proceso de gestión logística porque esta se encarga del traslado de diferentes productos tanto de recojo de insumos como traslado de productos terminados del almacén hacia los clientes, del mismo modo el uso de herramientas tecnológicas en el sistema de transporte facilita el monitoreo de la unidad por un tema de seguridad y también por un tema de control.

Así mismo esto ayuda ahorrar tiempo en el tráfico, y el cliente se beneficia al saber que su producto llegara en buen estado y al tiempo indicado, del mismo modo los entrevistados manifiestan que es importante el uso de métodos y estrategias de comercialización ya que esta permite conocer nuevas tendencias, así como es una gran oportunidad para aprovechar los descuentos y ofertas.

Los investigadores Manrique et al. (2019) mencionan para que el producto viaje por diferentes canales establecidos por la empresa es necesario que cada área involucrada en el proceso realice su función manera eficiente ya que la distribución es una actividad que se desarrolla en base a la coordinación y trabajo en equipo. Sin embargo, Torres et al. (2020) indica que es de vital importancia optimizar el proceso de distribución motivo por el cual se debe de apostar por la mejora continua y el uso de herramientas tecnológicas ya que este es un factor indispensable en las empresas.

Por otro lado, Chiriboga et al. (2023) manifiestan que la distribución es un sistema de intercambio que se desarrolla en base a las necesidades sociales y las

necesidades personales del consumidor, por lo tal motivo se promueve diversos métodos y estrategias para llegar de manera eficaz al consumidor.

El personal de la empresa trabaja concienzudamente para el desarrollo de un buen producto desde su diseño, es consciente que el desarrollo de un buen producto parte desde la selección de la materia prima y el desarrollo eficiente en todos sus procesos siempre salvaguardando la calidad del producto en todo momento, en relación al almacén la empresa tiene personal calificado para el manejo adecuado de productos terminados y materia prima de la empresa, así mismo la empresa cuenta con unidades de transporte aunque estos no están dotados con tecnología para mejorar sus procesos, el personal esta presto para brindar soluciones a los clientes en base a sus requerimientos.

El personal de la empresa conoce muy poco de la empatía ya que esta no es difundida en la empresa y la jefatura de diversas áreas, sin embargo, algunos trabajadores son empáticos de manera instintiva en ciertas ocasiones. En cuanto a la fiabilidad la empresa es altamente fiable porque sus productos son de calidad y se mantienen en el tiempo, son eficientes para el objetivo desarrollado.

La empresa cuenta con el respaldo financiero, infraestructura, maquinaria y personal capacitado, para responder ante cualquier situación o pedido de gran escala. La responsabilidad es un factor clave en la empresa, no se evidencia reclamos ni quejas siempre cumplen con lo acordado en el tiempo indicado con productos alta calidad en todo sentido de acuerdo a las características solicitadas por el cliente, tienen responsabilidad social empresarial en todo sentido, cumplen con las autorizaciones solicitadas y son buenos contribuyentes.

Si haya algo que resaltar, es que la empresa siempre busca satisfacer al cliente en todo momento bajo muchas circunstancias, la empresa entiende que el eje fundamental de un negocio es el cliente, y pone en marcha todos sus mecanismo y estrategias de fidelización y satisfacción al cliente de manera instintiva, ya que no cuentan con un plan de acción definido al respecto.

## V. CONCLUSIONES

Primera: Se llegó a conclusión que si existe relación entre productos terminados y satisfacción del cliente a raíz de que los clientes reciben productos de calidad en condiciones óptimas y buen acabado, cumple con las características y especificaciones que brindan los clientes, son duraderos y eficiente para su propósito en su proceso de producción la empresa utiliza un sistema básico en el desarrollo de sus productos con maquinaria e infraestructura medianamente moderna y con control básico estandarizado desde de hace varios años.

Segunda: Se evidenció que existe relación entre gestión de almacén y satisfacción del cliente, corresponde a que los productos que reciben los clientes llegan en óptimas condiciones sin margen de error en las cantidades solicitadas con un buen servicio de embalaje y debidamente rotulado e impecable gracias al manejo estratégico del personal de almacén, así mismo se menciona que el almacén de la empresa cumple con estándares de calidad y gestión de almacenamiento en la norma ISO 9001 por ser requisito fundamental para seguir trabajando con algunos clientes corporativos.

Tercera: Con la investigación se logró comprender que existe relación entre la fase de distribución/comercialización y la satisfacción del cliente, esta es motivada por la atención que la empresa brinda a sus clientes al momento de entregar sus productos siempre con la cordialidad y amabilidad en el lugar indicado y a la fecha acordada. Del mismo modo se encontró clientes satisfechos por las estrategias y métodos de comercialización que utiliza la empresa. Así mismo se evidencia que las unidades aún no están debidamente implementadas con tecnología y personal capacitado para realizar las funciones de entrega final al cliente.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Primero: Para el desarrollo de un buen producto terminado se recomienda al área de producción, el desarrollo de protocolos que definan los procesos y los estándares de calidad en el desarrollo de los productos, también se recomienda realizar constante capacitación al personal en base a sus funciones.
- Segundo: Para un eficiente manejo en el área de almacén se recomienda, realizar un manual de funciones generales y específicas, capacitar al personal de la empresa, implementar nuevas estrategias, herramientas y equipos tecnológicos que ayuden con la seguridad y conservación de los productos, así como control de existencias en el traslado interno, orden y limpieza en el almacén.
- Tercero: Para un mejor desempeño en el área de distribución de productos terminados se recomienda acondicionar las unidades de transporte de manera eficiente, considerando el tonelaje y la cantidad de productos, implementar sistemas de control monitoreado, realizar planificación de rutas con el uso de la tecnología. Así mismo se recomienda usar vehículos sin combustible para el reparto de cantidades pequeñas y distancias cortas, así como la capacitación constante al personal de entrega en temas de responsabilidad y atención al cliente.

## REFERENCIAS

- Avogadro, N. & Redondi, R. (2023). Diverted and induced demand: Evidence from the London-Paris. *Research in Transportation Economics*, 100,101304.  
<https://doi.org/10.1016/j.retrec.2023.101304>
- Antonio, P., Balestrin, L. & Gattermann, M. (2019). Dysfunctional customer behavior and service employees tactics. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 12(2) 302-316  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273460054007>
- Arias, J., Villasís, Miguel., Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, vol. 63, núm. 2  
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Bocanegra, G. y Valladares, J. (2020). Gestión de Calidad bajo ISO 9001:2015 para aumentar la satisfacción del Cliente en C.E.L Conache S.A.C,2020.  
*Journal of business and entrepreneurial studies*, 4(3)  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573667939006>
- Borjas, J. E. (2020). Validez y confiabilidad en la recolección y análisis de datos bajo un enfoque cualitativo Trascender. *Contabilidad y gestión*, 5(15), 79- 97  
<https://www.redalyc.org/pdf/6679/667971056005.pdf>
- Calzado-Girón, D., Rodríguez-Guerrero, G., Bello-Bory, S. y Brocat-Fernández, L. (2020). La gestión logística de almacenes en el desarrollo de los operadores logísticos. *Ciencias Holguín*, 26(1), 59-73.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181574471005>
- Casanova, C.I., Núñez. R.V., Navarrete, C. M. y Proaño, E. A. (2021). Gestión y costos de producción: *Balances y perspectivas*. *Revista de Ciencias Sociales*, 23(1)  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065533025>

- Cedeño-Millares, R. D & González-Velázquez, L., (2020). La gestión del proceso de transporte de carga para las empresas transportistas. *Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín*, 26(1), 43-58  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181562407004>
- Cid, S., y Urrutia, M. (2022). Desarrollo de la empatía en estudiantes universitarios del área económica. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 13(1).  
<https://doi.org/10.18861/cied.2022.13.1.3112>
- Chiavenato, I. (2011). *Introducción a la teoría general de la administración* MACGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES SA. de CV 8va edición.
- Chiriboga, P., Tapia, H., Romero, M. y Faican, S. (2023). Bermeo Marketing Digital orientado al fortalecimiento de comercialización de productos lácteos. *Polo del conocimiento*, 8(2), 485-502  
<file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-MarketingDigitalOrientadoAlFortalecimientoDeComerc-9152091.pdf>
- Fayol, H. (1961) “*Administration Industrielle et Générale Prévoyance. Organisation. Commandement Coordinación. Controle (Extrail du Bulletin de la Societe de l’Industrie Minerale)*”. Dunod Editeur, Paris.
- García, R. (2020) Gestión logística en las instituciones universitarias públicas de la Costa Oriental del Lago. Enfoques. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 14(4) 2616 – 8219  
<https://revistaenfoques.org/index.php/revistaenfoques/article/view/84/755>
- García, R. (2020). GESTIÓN LOGÍSTICA EN LAS INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS PÚBLICAS DE LA COSTA ORIENTAL DEL LAGO. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 4 (14). 108-122,  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=621968092003>

- González, M. (2002). Aspectos éticos de la investigación cualitativa. *Revista Iberoamericana De Educación*, 29, 85-103.  
<https://doi.org/10.35362/rie290952>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, María. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta edición por: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hunt, S.D. (1977). *The Three Dichotomies Model of Marketing: An Elaboration of Issues*. En C.C. Slater (ed.), *Micromarketing: Distribute Processes from A Societal Perspective*, Business Research Division Colorado: University of Colorado.
- Hurtado, B. A., Robles. J. M., Preciado, J. M. y Bañuelos, N. (2018). Logística de transporte y desarrollo local en organizaciones exportadoras de uva de mesa sonorenses. *Estudios Sociales Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo regional*, 51(28) 2395-9169  
<https://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v28n51/0188-4557-estsoc-28-51-00013.pdf>
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación de México, SA. de CV.
- López, B. & Siquara, G. (2023). Translation and Evidence of Validity of the Basic Empathy Scale. *Revista Psicología: Teoría e Práctica*, 25(2), Art. 2  
<https://doi.org/10.5935/1980-6906/ePTPPA14712.en>

- Mora, Luis., (2023). Logística del transporte y distribución de carga. *Segunda edición. Ecoe Ediciones.*  
[https://books.google.es/books?id=bOG9EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=bOG9EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Milenkov, A., Sokolovi, V., Milovanovi, V. & Mili, M. (2020). Logistics - Its role, significance and approaches. *Vojnotehnicki glasnik/Military Technical Courier*, 68(1), 79-106.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=661770396005>
- Morante, J. & Holguín, A. (2021). Factores internos de competitividad de las pymes del sector transporte y almacenamiento de Manabí: *Ampliación. ECA Sinergia*, 12(2), 96.  
[https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v12i2.3068](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v12i2.3068)
- Mejías, A., Godoy, Elvis. y Piña, R. (2022). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Universidad Centro occidental Lisandro Alvarado*, 21(40)  
<https://www.redalyc.org/journal/880/88055200020/html/>
- Mouschoutzi., M. & Ponis, S. (2022). Grecia a comprehensive literature review on spare parts logistics management in the maritime industry. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 38(2), 71-83.  
<https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2021.12.003>
- Manrique, A., Tevés, A., Taco, A. y Flores, J. (2019). Gestión de cadena de suministro: Una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1136-1146.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062051009>
- Nicomedes, E. N. (2018). Tipos de investigación. *Universidad Santo Domingo de Guzmán.*  
<http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>

- Orozco, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad. *The Anahuac journal*, 20(1), 76-105.  
<https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n1.03>
- Pacheco, D. D. (2019). (BOLIVIA) Gestión de inventario en empresas distribuidoras de materia prima del sector panadero en el estado Zulia. *Revista Enfoques*, 3(11), 188-201.  
<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i11.65>
- Paricahua, L. (2022). Gestión logística y su relación con la rentabilidad de empresas constructoras en la provincia de San Román, *Puno. Quipukamayoc*, 30(62), 67-75.  
<https://doi.org/10.15381/quipu.v30i62.22179>
- Pérez, M. y Wong, H. (2019). Gestión de inventarios en la empresa SOHO color salón & spa. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 14(27).  
<https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v14i27.2457>
- Parasuraman, A., ZEITHAML, V. A. & BERRY, L. L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, 49(4).  
<https://doi.org/10.2307/1251430>
- Porter, M. E. (2002). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Argentina: GRUPO PATRIA CULTURAL.
- Putra, A. & Rama, E. (2020) Customer Satisfaction and Retention and its impact on Tourism in Hotel Industry. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(1) Esp.1  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3774581>
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C. & Hernández, H. G. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas

empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232.  
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>

Sánchez, M. J., Fernández, M. y Díaz, J. C. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Uisrael Revista Científica*, 8(1), 2631 – 2786  
<https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>

Segoro, W. & Limakrisna, N. (2020). Model of Customer Satisfaction and Loyalty. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(1)  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27963086017>

Silva, J. A., Massih, P. A., Valente, D. A., Souza, F. D., Monteiro, D. C. & Rodríguez, R. M. (2022). BRASIL- EMPATIA Enseñar empatía en salud: Una revisión integradora. *Revista Bioética*, 30(4), 715-724.  
<https://doi.org/10.1590/1983-80422022304563es>

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

Talaya, A., García J., Narros, J., Olarte, C., Lara, E. y Saco, M. (2008) Principios de Marketing. ESIC EDITORIAL.

Tinco, L. E. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en empresas familiares. Caso: Distribuidora de gas Lidia, año 2019-2020. *Gestión en el Tercer Milenio*, 25(49), Article 49.  
<https://doi.org/10.15381/gtm.v25i49.23040>

Torres-Rodríguez, R. M., Martínez-Vivar, R. & Sánchez-Rodríguez, A. (2020). Modelo logístico para la gestión de los servicios técnicos en industrias

hoteleras. *Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín*, 26(2)  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181563169003>

Zeithaml, V., Bitner, M. y Gremler, D. (2009). *Mercadotecnia de Servicios*.  
México: Mc Graw Hill

## **ANEXOS**

**ANEXO 1: Tabla de categorización apriorística.**

<b>MATRIZ DE CATEGORIZACION APRIORISTICA</b>							
<b>Título: Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima 2023.</b>							
<b>Ambito temático</b>	<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Categoría</b>	<b>Subcategorías</b>	<b>Fuente</b>	<b>Técnica</b>	<b>Metodología</b>
<b>Logística</b>	¿Cómo se relaciona la gestión logística y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa grafica en Lima, 2023?	Comprender cómo se relaciona la gestión logística y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa grafica en Lima, 2023.	<b>Gestión logística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos terminados</li> <li>• Almacenamiento</li> </ul> Pérez y Wong (2018)	- Gerente.	<b>Entrevista semiestructurada</b>	Tipo de investigación: Básica. Diseño: Fenomenológico de enfoque cualitativo. (Hernández y Mendoza 2018).
	<b>Y</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fase de distribución / Comercialización</li> </ul> Manrique et al. (2019)	Administrador de logística.		
<b>Satisfacción</b>	<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>			- Operarios.	<b>Instrumento</b>	
					- Responsables de reparto.		

<p>¿Cómo se relaciona la Gestión de productos terminados y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa?</p>	<p>Comprender cómo se relaciona la Gestión de productos terminados y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa.</p>				
<p>¿Cómo se relaciona la gestión de almacenamiento y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa?</p>	<p>Comprender cómo se relaciona la gestión de almacenamiento y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa.</p>	<p><b>Satisfacción del cliente</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empatía</li> <li>• Fiabilidad</li> </ul>	<p>- Clientes de la empresa.</p> <p>- Personal de almacén de clientes.</p>	<p><b>Guía de entrevista</b></p>
<p>¿Cómo se relaciona la gestión en la fase de distribución y comercialización y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa?</p>	<p>Comprender cómo se relaciona la gestión en la fase de distribución y comercialización y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> </ul> <p>Tinco (2022)</p>	<p>- Personal usuario de empresas que solicitan los productos.</p>	
				<p>- Especialistas en satisfacción al cliente.</p>	

**ANEXO 2: Instrumento de recolección de datos.**

<b>GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA – RELACIÓN ENTRE GESTIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (TRABAJADORES)</b>		
<b>CATEGORÍAS</b>	<b>SUBCATEGORÍAS</b>	<b>ÍTEM</b>
<b>GESTIÓN LOGÍSTICA</b>	<b>PRODUCTOS TERMINADOS</b>	¿Qué es para usted un producto terminado y como se siente el cliente de la empresa al saber que su producto está terminado?
		¿De qué manera cree usted que un producto terminado a precio razonable es percibido por el cliente de la empresa?
	<b>ALMACEN</b>	¿Por qué es importante un adecuado manejo de productos en el almacén y que sensación genera en el cliente de la empresa?
		¿Cree usted que es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén? y ¿De qué manera beneficia al cliente de la empresa?
	<b>DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	¿Por qué la implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución es importante para la empresa y para el cliente de la empresa?
		¿Cómo se beneficia la empresa y el cliente de la empresa con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<b>EMPATIA</b>	¿Por qué cree que es importante conocer las inquietudes, necesidades y sugerencias de los clientes de la empresa? Y ¿Qué beneficios genera en los clientes de la empresa?
		¿Qué sensación genera en el cliente de la empresa al ponerse en su lugar con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades?
	<b>FIABILIDAD</b>	¿Cómo se siente el cliente de la empresa cuando percibe que se realizó un buen producto y buen servicio de entrega?
		¿Qué percibe en el cliente de la empresa cuando un producto es fiable y cumple con los estándares de calidad
	<b>RESPONSABILIDAD</b>	¿Por qué es importante el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado para usted y para el cliente de la empresa?
		¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿de manera beneficia al cliente de la empresa?
		¿Cuál es su recomendación para un brindar un mejor servicio al cliente?
		(Entrevistador) Percepcion emocional del colaborador

<b>GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA – RELACIÓN ENTRE GESTIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (CLIENTE)</b>		
<b>CATEGORÍAS</b>	<b>SUBCATEGORÍAS</b>	<b>ÍTEM</b>
<b>GESTIÓN LOGÍSTICA</b>	<b>PRODUCTOS TERMINADOS</b>	¿Qué es para usted un producto terminado? y ¿Cómo se siente usted cuando su producto está terminado?
		¿Qué sensación le genera un buen producto a precio razonable?
	<b>ALMACEN</b>	¿Por qué es importante para usted un adecuado manejo de productos en el almacén de la empresa?
		¿Porque cree que es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén? y ¿De qué manera se beneficiaría usted?
	<b>DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	¿porque es importante para usted La implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución de la empresa?
		¿Qué beneficios tendría usted con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<b>EMPATÍA</b>	¿Por qué cree que es importante que se conozcan sus inquietudes, necesidades y sugerencias?
		¿Qué sensación le genera cuando el personal de la empresa se pone en su lugar con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades?
	<b>FIABILIDAD</b>	¿Cómo se siente usted cuando recibe un buen producto y con un buen servicio de entrega?
		¿Qué piensa usted cuando un producto es fiable y cumple con los estándares de calidad?
	<b>RESPONSABILIDAD</b>	¿Por qué es importante para usted el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado?
		¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿de manera se beneficia usted?
		¿Cuál es su recomendación para un personal de empresa?
		(Entrevistador) Percepcion emocional del colaborador

**GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA – RELACIÓN ENTRE  
GESTIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (ESPECIALISTAS)**

CATEGORIAS	SUBCATEGORÍAS	ITEM
<b>GESTIÓN LOGÍSTICA</b>	<b>PRODUCTOS TERMINADOS</b>	¿Qué es para usted un producto terminado y como se siente el cliente de la empresa al saber que su producto está terminado?
		¿De qué manera cree usted que un producto terminado a precio razonable es percibido por el cliente de la empresa?
	<b>ALMACEN</b>	¿Por qué es importante un adecuado manejo de productos en el almacén y que sensación genera en el cliente de la empresa?
		¿Cree usted qué es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén? y ¿De qué manera beneficia al cliente de la empresa?
	<b>DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	¿Por qué la implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución es importante para la empresa y para el cliente de la empresa?
		¿Cómo se beneficia la empresa y el cliente de la empresa con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<b>EMPATÍA</b>	¿Por qué cree que es importante conocer las inquietudes, necesidades y sugerencias de los clientes de la empresa? Y ¿Qué beneficios genera en los clientes de la empresa?
		¿Qué sensación genera en el cliente de la empresa al ponerse en su lugar con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades?
	<b>FIABILIDAD</b>	¿Cómo se siente el cliente de la empresa cuando percibe que se realizó un buen producto y buen servicio de entrega?
		¿Qué percibe en el cliente de la empresa cuando un producto es fiable y cumple con los estándares de calidad
	<b>RESPONSABILIDAD</b>	¿Por qué es importante el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado para usted y para el cliente de la empresa?
		¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿de manera beneficia al cliente de la empresa?
		¿Cuál es su recomendación para un brindar un mejor servicio al cliente?
		(Entrevistador) Percepcion emocional del colaborador

## Ficha Técnica del instrumento

<b>Nombre</b>	Guía de Entrevista Semiestructura de Gestión Logística y Satisfacción al cliente
<b>Finalidad</b>	Determinar que existe relación entre Gestión logística y satisfacción del cliente.
<b>Autor del instrumento</b>	Barahona Castillo, Luis Miguel
<b>Fuente</b>	Link de acceso libre: <a href="https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/90884">https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/90884</a> <a href="https://hdl.handle.net/20.500.12692/90884">https://hdl.handle.net/20.500.12692/90884</a>
<b>Adaptación del instrumento</b>	Boris Hernán, Araujo Peña (2023)
<b>Aplicación</b>	Individual
<b>Ámbito de aplicación</b>	Adultos con edades comprendidas entre los 18 a 90 años.
<b>Técnica</b>	Encuesta
<b>Duración</b>	25 minutos
<b>Ítems</b>	12 preguntas
<b>Sub categorías o indicadores</b>	<p><b>Productos terminados</b>          ítems: 1,2,</p> <p><b>Almacenamiento</b>          ítems: 3,4,</p> <p><b>Fase de distribución / Comercialización</b>          ítems: 5,6,</p> <p><b>Empatía</b>          ítems: 7,8,</p> <p><b>Fiabilidad</b>          ítems: 9,10,</p> <p><b>Responsabilidad</b>          ítems: 11,12,</p>
<b>Calificación</b>	No existe escala de calificación por ser preguntas abiertas.

## **ANEXO 3: Modelo de consentimiento y/o asentamiento informado.**

### **Consentimiento Informado**

Título de la investigación: Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023

Investigador: Araujo Peña, Boris Hernán.

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023”.

Cuyo objetivo es determinar como se relaciona la gestión logística y la satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa grafica en Lima, 2023.

Esta investigación es desarrollada por el estudiante pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus San Juan de Lurigancho, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución. Servicio Gráficos San Pedro y San Pablo EIRL.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Esta información será de utilidad para las empresas que desean mejorar su servicio en la entrega de productos terminados.

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales algunas preguntas sobre la investigación titulada:” Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio de entrega de productos terminados de una empresa gráfica en Lima, 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en el ambiente de las instalaciones de la institución. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.



\* Obligatorio a partir de los 18 años

**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):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**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.



**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador.

Araujo Peña, Boris Hernán. email: [bharaujo@ucvirtual.edu.pe](mailto:bharaujo@ucvirtual.edu.pe)

Docente asesor Verónica Liset Esteves Cárdenas. email: [esteves@ucvirtual.edu.pe](mailto:esteves@ucvirtual.edu.pe)

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: .....  
Fecha y hora: .....

*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 a través de un*

## ANEXO 4: Matriz de evaluación por juicio de expertos

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez:

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía entrevista semiestructurada para determinar la relación que existe entre la Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio autotransporte de productos terminados de una empresa".

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 que hacer en el área administrativa. Agradezco su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Pascual Vega, Erika	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( X )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Promoción y Turismo	
<b>Institución donde labora:</b>	MINCETUR	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( X )	
	Más de 5 años ( )	
<b>Experiencia en Investigación</b>	Desarrollo de tesis de Licenciatura y Maestría.	

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Guía de entrevista semiestructurada <i>para determinar la relación entre gestión logística y satisfacción del cliente.</i>
Autor (a):	<i>Araujo Peña, Boris Hernán (2023)</i>
Procedencia:	<i>Lima</i>
Administración:	<i>Aplicación mediante entrevista</i>
Tiempo de aplicación:	<i>20 minutos</i>
Ámbito de aplicación:	<i>Trabajadores de una empresa gráfica, clientes y expertos</i>
Significación:	<i>El objeto es determinar la relación que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de una empresa en el auto servicio de transporte de productos terminados de la misma.</i>

### FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: 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.

#### Categoría: GESTIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

##### Primera categoría / tres subcategorías

*Objetivos de la dimensión:* Determinar la relación que existe entre productos terminados, almacén, fase de distribución/comercialización y la satisfacción del cliente de la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Productos terminados	¿Qué es para usted un producto terminado y como se siente el cliente de la empresa al saber que su producto está terminado?	3	3	3	-
	¿De qué manera cree usted que un producto terminado a precio razonable es percibido por el cliente de la empresa?	3	4	3	-
Almacén	¿Por qué es importante un adecuado manejo de productos en el almacén y que sensación genera en el cliente de la empresa?	3	3	3	-
	¿Cree usted que es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén? y ¿De qué manera beneficia al cliente de la empresa?	3	3	2	-
Distribución y comercialización	¿Por qué la implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución es importante para la empresa y para el cliente de la empresa?	3	3	3	-
	¿Cómo se beneficia la empresa y el cliente de la empresa con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?	3	4	3	-

##### Segunda categoría / tres subcategorías: Empatía, fiabilidad y responsabilidad

Objetivos de la dimensión: Determinar la relación que existe entre empatía, Fiabilidad, responsabilidad y la satisfacción del cliente de la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Empatía	¿Por qué cree que es importante conocer las inquietudes, necesidades y sugerencias de los clientes de la empresa? Y ¿Qué beneficios genera en los clientes de la empresa?	3	3	3	-
	¿Qué sensación genera en el cliente de la empresa al ponerse en su lugar con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades?	3	3	2	-
Almacén	¿Cómo se siente el cliente de la empresa cuando percibe que se realizó un buen producto y buen servicio de entrega?	3	3	4	-
	¿Qué percibe en el cliente de la empresa cuando un producto es fiable y cumple con los estándares de calidad	3	3	3	-
Responsabilidad	¿Por qué es importante el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado para usted y para el cliente de la empresa?	3	3	3	-
	¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿de manera beneficia al cliente de la empresa?	4	3	3	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia): La guía cumple con los requisitos.

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Pascual Vega, Erika

Licenciado: Administración de Turismo

Especialidad del evaluador: Maestría en Gestión Estratégica Empresarial.

Lima 18 de noviembre del 2023



Firma del evaluador

DNI: 41772181

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez:

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía de entrevista semiestructurada para determinar la relación que existe entre la Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio autotransporte de productos terminados de una empresa".

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 que hacer en el área administrativa. Agradezco su valiosa colaboración.

### Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Angulo Cárdenas, Miguel
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )                      Doctor ( X )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa ( X )                      Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docencia universitaria.
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad Nacional de la Selva.
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( X )
<b>Experiencia en Investigación</b>	Enseñanza en el desarrollo de proyectos de investigación, como parte de la docencia universitaria.

### Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Guía de entrevista semiestructurada para determinar la relación entre gestión logística y satisfacción del cliente.
<b>Autor (a):</b>	Araujo Peña, Boris Hernán (2023)
<b>Procedencia:</b>	Lima
<b>Administración:</b>	Aplicación mediante entrevista
<b>Tiempo de aplicación:</b>	20 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Trabajadores de una empresa gráfica, clientes y expertos
<b>Significación:</b>	El objeto es determinar la relación que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de una empresa en el auto servicio de transporte de productos terminados de la misma.

### FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: 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.

#### Categoría: GESTIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

##### Primera categoría / tres subcategorías

*Objetivos de la dimensión:* Determinar la relación que existe entre productos terminados, almacén, fase de distribución/comercialización y la satisfacción del cliente de la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Productos terminados	¿Qué es para usted un producto terminado y como se siente el cliente de la empresa al saber que su producto está terminado?	3	3	3	
	¿De qué manera cree usted que un producto terminado a precio razonable es percibido por el cliente de la empresa?	3	3	3	-
Almacén	¿Por qué es importante un adecuado manejo de productos en el almacén y que sensación genera en el cliente de la empresa?	3	3	3	-
	¿Cree usted qué es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén? y ¿De qué manera beneficia al cliente de la empresa?	3	2	2	-
Distribución y comercialización	¿Por qué la implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución es importante para la empresa y para el cliente de la empresa?	4	3	3	-
	¿Cómo se beneficia la empresa y el cliente de la empresa con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?	3	4	3	-

**Segunda categoría / tres subcategorías: Empatía, fiabilidad y responsabilidad**

Objetivos de la dimensión: Determinar la relación que existe entre empatía, almacén, responsabilidad y la satisfacción del cliente de la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Empatía	¿Por qué cree que es importante conocer las inquietudes, necesidades y sugerencias de los clientes de la empresa? Y ¿Qué beneficios genera en los clientes de la empresa?	3	3	3	-
	¿Qué sensación genera en el cliente de la empresa al ponerse en su lugar con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades?	3	2	2	-
Almacén	¿Cómo se siente el cliente de la empresa cuando percibe que se realizó un buen producto y buen servicio de entrega?	3	3	3	-
	¿Qué percibe en el cliente de la empresa cuando un producto es fiable y cumple con los estándares de calidad?	3	3	3	-
Responsabilidad	¿Por qué es importante el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado para usted y para el cliente de la empresa?	3	3	4	-
	¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿de qué manera beneficia al cliente de la empresa?	4	3	3	-

Observaciones: Por el carácter de la investigación se sugiere agregar una pregunta de recomendación general, así como un espacio adicional para que el entrevistador mencione puntos resaltantes en relación al comportamiento del colaborador durante la entrevista.

La guía cumple con los requisitos: SI, Posterior a la recomendación.

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Angulo Cárdenas, Miguel

Licenciado: Administración de Empresas.

Especialidad del evaluador: Doctor en Administración.

Tingo María 12 de noviembre del 2023



Firma del evaluador

DNI: 22964188

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez:

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Guía de entrevista semiestructurada para determinar la relación que existe entre la Gestión logística y satisfacción del cliente en el servicio autotransporte de productos terminados de una empresa”.

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 que hacer en el área administrativa. Agradezco su valiosa colaboración.

### Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Justiniano Advincula, Mónica Guísela
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( X )                      Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa ( X )                      Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Escuela profesional de Administración
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad Nacional de la Selva.
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( X )
<b>Experiencia en Investigación</b>	Docencia universitaria, Jefe de prácticas.

### Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	<i>Cuestionario para determinar la relación entre gestión logística y satisfacción del cliente.</i>
<b>Autor (a):</b>	<i>Araujo Peña, Boris Hernán (2023)</i>
<b>Procedencia:</b>	<i>Lima</i>
<b>Administración:</b>	<i>Aplicación mediante entrevista.</i>
<b>Tiempo de aplicación:</b>	<i>20 minutos</i>
<b>Ámbito de aplicación:</b>	<i>Trabajadores de una empresa gráfica, clientes y expertos</i>
<b>Significación:</b>	<i>El objeto es determinar la relación que existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de una empresa en el auto servicio de transporte de productos terminados de la misma.</i>

### FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: 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.

**Categoría: GESTIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.**

**Primera categoría / tres subcategorías**

*Objetivos de la dimensión:* Determinar la relación que existe entre productos terminados, almacén, fase de distribución/comercialización y la satisfacción del cliente de la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Productos terminados	¿Qué es para usted un producto terminado y como se siente el cliente de la empresa al saber que su producto está terminado?	3	3	3	
	¿De qué manera cree usted que un producto terminado a precio razonable es percibido por el cliente de la empresa?	3	3	3	-
Almacén	¿Por qué es importante un adecuado manejo de productos en el almacén y que sensación genera en el cliente de la empresa?	3	4	3	-
	¿Cree usted qué es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén? y ¿De qué manera beneficia al cliente de la empresa?	3	3	3	-
Distribución y comercialización	¿Por qué la implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución es importante para la empresa y para el cliente de la empresa?	3	3	3	-
	¿Cómo se beneficia la empresa y el cliente de la empresa con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?	3	4	3	-

**Segunda categoría / tres subcategorías: Empatía, fiabilidad y responsabilidad**

Objetivos de la dimensión: Determinar la relación que existe entre empatía, fiabilidad, responsabilidad y la satisfacción del cliente de la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Empatía	¿Por qué cree que es importante conocer las inquietudes, necesidades y sugerencias de los clientes de la empresa? Y ¿Qué beneficios genera en los clientes de la empresa?	3	3	3	-
	¿Qué sensación genera en el cliente de la empresa al ponerse en su lugar con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades?	3	3	2	-
Almacén	¿Cómo se siente el cliente de la empresa cuando percibe que se realizó un buen producto y buen servicio de entrega?	3	3	3	-
	¿Qué percibe en el cliente de la empresa cuando un producto es fiable y cumple con los estándares de calidad	3	3	3	-
Responsabilidad	¿Por qué es importante el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado para usted y para el cliente de la empresa?	3	3	3	-
	¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿de manera beneficia al cliente de la empresa?	3	3	3	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia): La guía cumple con los requisitos.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mg. Justiniano Advincula, Mónica Guísela

Licenciada en Administración

Especialidad del evaluador: Maestría en Ciencias Económicas.

Firma del evaluador

DNI: 70260184

Tingo Maria 07 de noviembre del 2023

## ANEXO 5: Resultado de similitud del programa Turnitin.

The screenshot displays the Turnitin similarity report interface. At the top, a red header bar contains the text "Resumen de coincidencias" and a close button (X). Below this, the similarity percentage "13 %" is shown in large red font. A navigation bar below the percentage includes left and right arrows and the text "Se están viendo fuentes estándar". A button labeled "EN Ver fuentes en inglés" is present. The main content area is titled "Coincidencias" and lists 10 sources with their respective similarity percentages and a right arrow for each. A sidebar on the left contains several icons: a stack of books, a speech bubble, a red box with the number "13", a list icon, a funnel icon, a download icon, and an information icon.

Coincidencias		
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4 % >
2	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 % >
3	www.researchgate.net Fuente de Internet	1 % >
4	portal.amelica.org Fuente de Internet	<1 % >
5	issuu.com Fuente de Internet	<1 % >
6	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 % >
7	archive.org Fuente de Internet	<1 % >
8	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 % >
9	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 % >
10	repositorio.uladech.ed... Fuente de Internet	<1 % >



## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

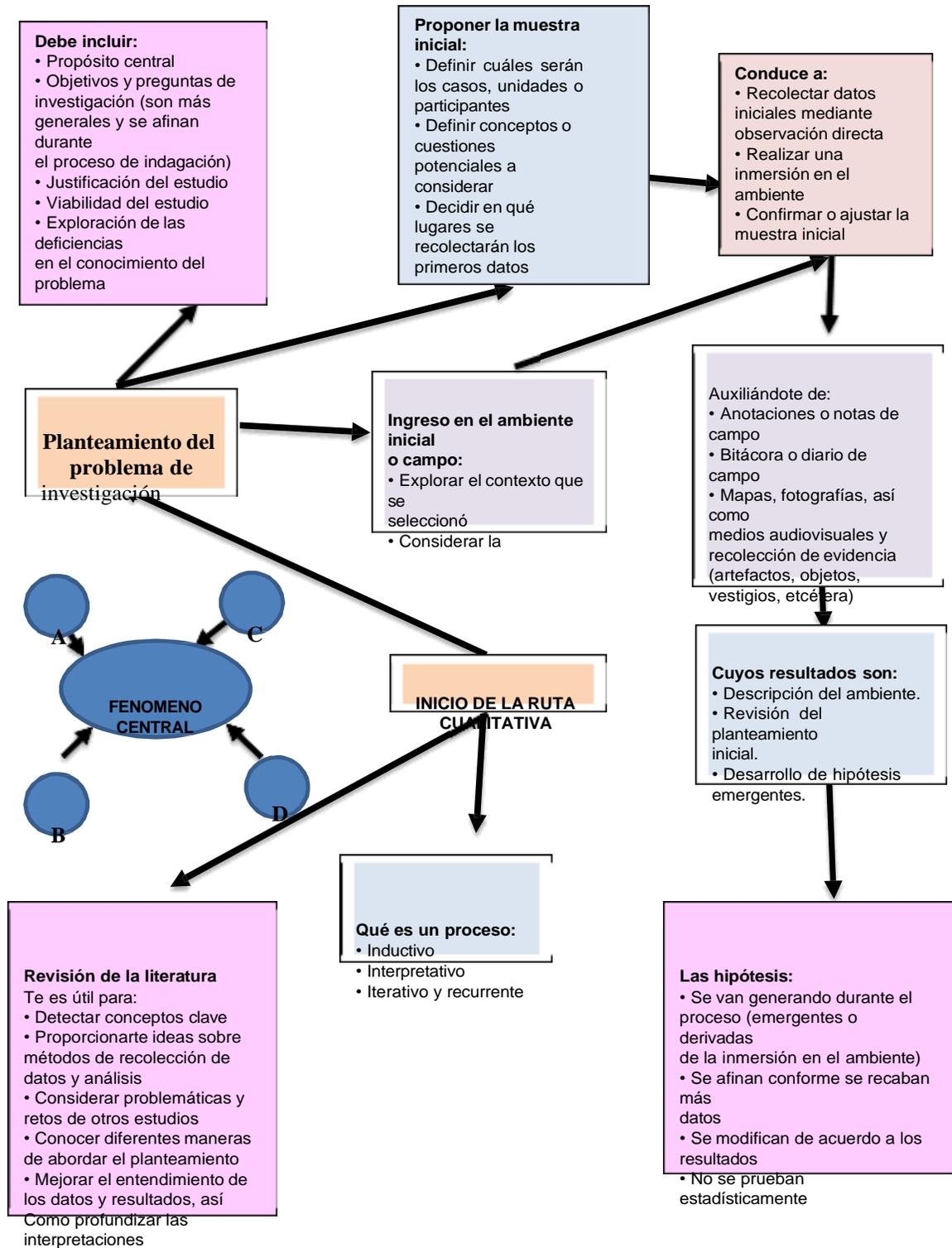
La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: **BORIS HERNAN ARAUJO PEÑA**  
Título del ejercicio: **Turnitin final**  
Título de la entrega: **INFORME TURNITIN - copia.pdf**  
Nombre del archivo: **INFORME\_TURNITIN\_-\_copia.pdf**  
Tamaño del archivo: **355.85K**  
Total páginas: **33**  
Total de palabras: **11,449**  
Total de caracteres: **60,897**  
Fecha de entrega: **23-feb.-2024 06:03 a. m. (UTC-0500)**  
Identificador de la entrega: **2302366279**

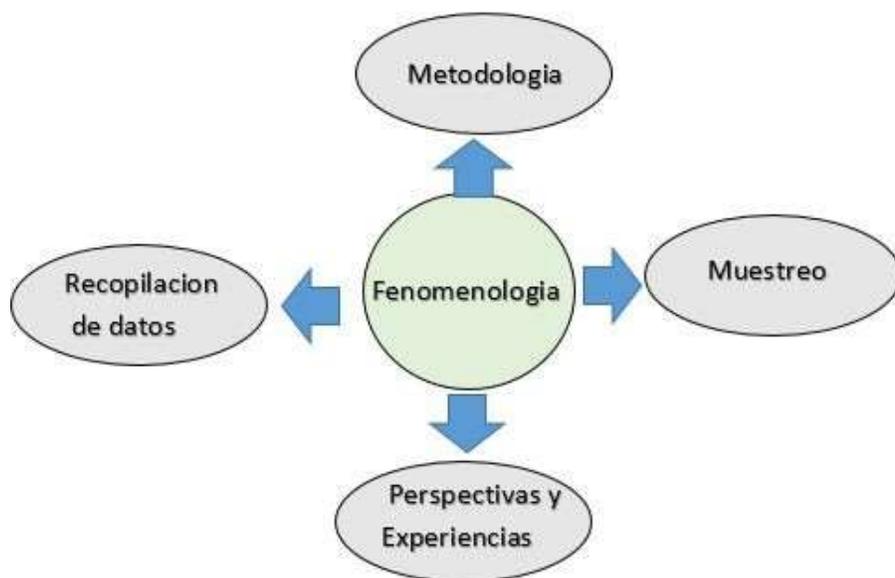


**ANEXO 6: Diseño de investigación cualitativa.**

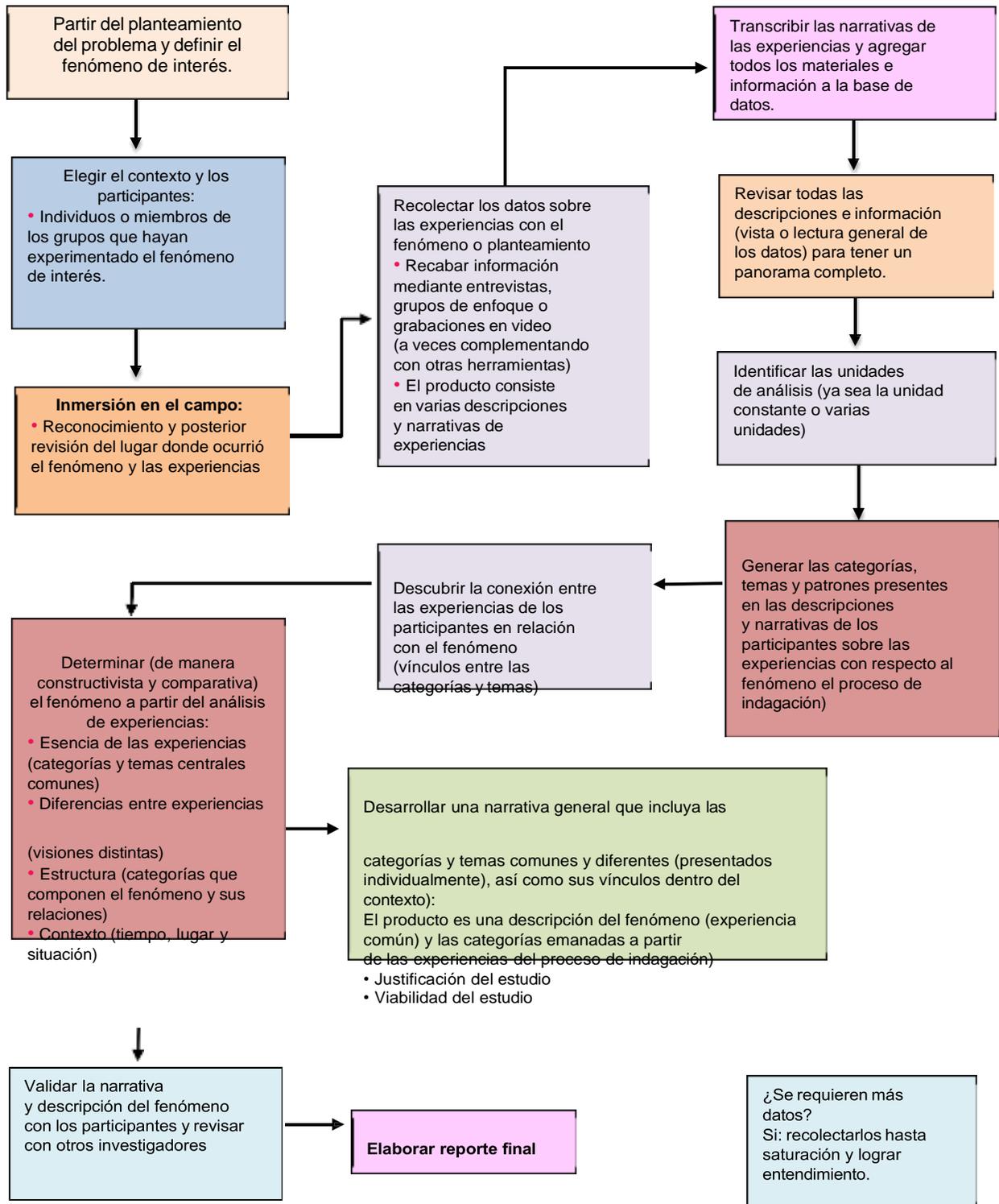
**DISEÑO DE INVESTIGACION CUALITATIVA**



**ANEXO 7: Representación gráfica de diseño de investigación.**



## ANEXO 8: Diseño de investigación en la ruta cualitativa



**ANEXO 9: Imágenes referenciales de ubicación y sistema de transporte.**



**ANEXO 10: Matriz de triangulación cualitativa.**

<b>Matriz de triangulación - TRABAJADORES</b>							
<b>NRO</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>ENTREVISTADO 1</b>	<b>ENTREVISTADO 2</b>	<b>ENTREVISTADO 3</b>	<b>ENTREVISTADO 4</b>	<b>ENTREVISTADO 5</b>	<b>ENTREVISTADO 6</b>
<b>1</b>	<b>¿Qué es para usted un producto terminado y como se siente el cliente de la empresa al saber que su producto está terminado?</b>	Indica que lo primero que se ve en los clientes es la satisfacción de saber que su trabajo está terminado y cumple con los estándares de calidad.	Indica que el cliente percibe la sensación de satisfacción al ver que su producto tiene la calidad y buen acabado de acuerdo al material que solicito.	Indica que lo más importante es cumplir con el producto los plazos y el cliente se siente satisfecho que la empresa está cumpliendo.	Menciona que el cliente se siente contento de saber que el producto que recibí es bueno y porque le están cumpliendo	Indica que un producto terminado ya paso su proceso de producción está listo para su entrega con la finalidad de generar satisfacción en el clientes, una parte los clientes se emocionan de saber que el producto está terminado.	Menciona que el producto terminado es la finalización de acuerdo a la solicitud del cliente, los clientes están satisfechos porque se les entrega en base a sus especificaciones.
<b>2</b>	<b>¿De qué manera cree usted que un producto terminado a precio razonable es percibido por el cliente de la empresa?</b>	Manifiesta que a toda persona le gusta el ahorro, es muy importante que en todo sentido.	Indica que el cliente se muestra agradecido, en cuanto al precio está satisfecho porque está pagando lo que vale.	Indica que el cliente siempre está en busca de calidad y buen precio, el cliente se siente bien cuando hay buen precio también regresa.	Indica que el cliente se siente satisfecho de recibir un buen producto y también un precio razonable al mercado.	Indica que se da casos que los clientes se alegran que el producto tenga un precio razonable, hay posibilidad de venderlo en menos tiempo.	Indica que los precios ya están establecidos si es una compra es grande y cuando es una pedido es pequeño el cliente siente satisfacción.
<b>3</b>	<b>¿Por qué es importante un adecuado manejo de productos en el almacén y que sensación genera en el cliente de la empresa?</b>	Nos menciona que es muy importante porque eso permite tener las cosas en orden y es fácil entregar al cliente cuando venga a recoger su producto.	Indica que el orden es importante porque garantiza un buen trabajo y hay mayor control y comodidad, y el cliente siente confianza en el trabajo de la empresa	Es importante el orden que tener un buen manejo de almacén que permite saber y tener todo en orden	Indica que el almacén siempre debe estar ordenado porque eso permite tener orden cuando lo necesiten.	Menciona que hay productos que no siempre están a la mano, por lo que se mantiene un stock en base a las necesidades de la empresa.	Indica que es importante tener el control necesario y es importante para el monitoreo de existencias dentro del almacén.

4	<b>¿Cree usted que es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén? y ¿De qué manera beneficia al cliente de la empresa?</b>	Indica que es bueno tener control en el almacén y es necesario el uso de herramientas tecnológicas así se sabe la cantidad del producto y como está el stock.	Menciona que cuando las cosas están ordenadas de manera correcta es fácil encontrar los productos solicitados y se siente el compromiso que tiene la empresa, también el uso de herramientas tecnológicas garantiza que el producto está en buenas manos.	Indica que hay un tiempo prudente entre la producción y entrega, es muy importante las herramientas tecnológicas para tener control de las existencias y para una buena comunicación.	Indica que es muy importante el uso de herramientas tecnológicas porque eso permite tener el control total de las existencias y productos de la empresa.	Indica que es necesario un buen sistema de logística y tener previsto los requerimientos e insumos en todo momento y es importante el uso de herramientas tecnológicas.	Indica que es importante tener procesos definidos y se debe llevar un control minucioso de los productos.
5	<b>¿Por qué la implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución es importante para la empresa y para el cliente de la empresa?</b>	Nos indica que es importante el uso de herramientas tecnológicas para saber dónde está el producto y el cliente sabe dónde está su producto y que recibirá a tiempo.	Indica que es muy importante por los tiempos y porque también ayuda a tener mayor control con las fechas de entrega.	Indica que es importante el uso de las herramientas tecnológicas debido que es una manera eficiente de tener control en el sistema de transporte y productos en todo momento.	Indica que es importante el uso de la tecnología, porque facilita manejo en relación al tráfico y también facilita el control y monitoreo de la unidad de transporte	El uso de herramientas tecnológicas es importante para el desarrollo del sistema de transporte para así tener mayor control en el recorrido de la unidad.	Indica que es necesario el uso de aplicaciones tecnológicas para saber dónde está la mercadería de manera exacta.
6	<b>¿Cómo se beneficia la empresa y el cliente de la empresa con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?</b>	Indica que es importante porque esa es una oportunidad de ahorro y también hay más trabajo en la empresa.	Indica que es importante porque eso permite una salida de productos, a través de ofertas y promociones el cliente puede beneficiarse.	Indica que la empresa muestra eficiencia en sus funciones que la confianza para generar dos efectos uno satisfacción y recomendación.	Indica que el uso de métodos de comercialización es muy importante, ya que esto permite a los clientes acceder a los productos de manera más rápida.	Indica que el cliente se beneficia con las campañas y diferentes métodos de comercialización y la empresa genera más movimiento.	Menciona que es necesaria implementar esos métodos con la finalidad de mover el productos y dar facilidad a los clientes.

7	<b>¿Por qué cree que es importante conocer las inquietudes, necesidades y sugerencias de los clientes de la empresa? Y ¿Qué beneficios genera en los clientes de la empresa?</b>	Indica que es muy importante escuchar al cliente y agarrar confianza y familiaridad con el cliente	Indica que es importante porque el cliente tiene dudas en cuanto al precio y la calidad del producto, la idea es que el cliente este satisfecho por el producto y precio.	Indica que cuando la empresa tiene un nivel de empatía genera confianza así puede regresar y recomendar.	Menciona que es importante saber las necesidades y especificaciones del cliente porque esto permite desarrollar un buen producto.	Menciona que es muy importante conocer a los clientes por un tema de eficacia y empatía, porque no solo se vende como empresa también se vende como persona.	Indica que es una manera de coordinar con el cliente y así cumplir con las exigencias del cliente y evitar malos entendidos.
8	<b>¿Qué sensación genera en el cliente de la empresa al ponerse en su lugar con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades?</b>	Indica que genera satisfacción al saber que la gente de la empresa se preocupa por la necesidad del cliente.	Indica que el cliente se siente satisfecho cuando percibe que en la empresa el personal lo quiere ayudar.	Menciona que es muy importante entender al cliente saber lo que realmente quiere en todo momento.	Indica que una de las características del personal es escuchar al cliente y entender sus necesidades.	Indica que las personas son diferentes y siempre hay personas conformes e inconformes, la idea es entender los motivos.	Indica que es importante escuchar al cliente porque es la base fundamental de este negocio.
9	<b>¿Cómo se siente el cliente de la empresa cuando percibe que se realizó un buen producto y buen servicio de entrega?</b>	Indica que el cliente conoce el producto y sabe del servicio de la empresa entonces el cliente se fideliza con la empresa.	Indica que la puntualidad y compromiso es importante porque eso genera confianza al cliente.	Indica que es de mucha importancia porque si uno falla esto ya no funciona, es necesario un buen producto y servicio de calidad.	Indica que esta es una manera eficiente de fidelizar al cliente, si el cliente recibe algo de calidad entiende que su inversión será duradera a largo plazo	Indica que el cliente está satisfecho si el producto llego a tiempo, pero también hay clientes que no están satisfechos por la calidad de producto.	Indica que el producto se hace por un fin determinado y debe ser entregado al día y la hora indicada.

10	<b>¿Por qué cree que el producto y el servicio es fiable? Y ¿De qué manera beneficia al cliente?</b>	El mayor respaldo es el producto y el servicio que brinda la empresa, esa es la mejor carta de presentación.	Manifiesta que el producto debe ser muy bueno cumplir con lo acordado con el cliente y también en la fecha de entrega que se está quedando.	Indica que es muy importante porque el trabajo es hacer que el cliente este satisfecho, es el pilar fundamental de una empresa, y eso se logra desarrollando un producto de calidad y el personal lo debe saber.	Indica que si el cliente percibe calidad en el producto y servicio, simplemente lo recomienda y regresa siempre.	Indica que se siente orgulloso de la pertenecer a la empresa, porque la empresa cumpliendo al desarrollar productos de calidad.	Indica que el objetivo es hacer un buen producto en todo sentido para tener clientes de manera continua.
11	<b>¿Por qué es importante el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado para usted y para el cliente de la empresa?</b>	Indica que la responsabilidad es un valor fundamental en la empresa porque comprende la necesidad de tener el producto terminado a tiempo exacto.	Manifiestas que la calidad del producto es importante porque uno se compromete y la empresa debe responder a la confianza otorgada para que el cliente siga trabajando con la empresa.	Indica que si el cliente pide un producto porque tiene un propósito, si la empresa falla el cliente tendrá problemas con sus clientes, es necesario tener un margen de tiempo adicional.	Indica que es importante por un tema de fidelización es porque existe confianza en la empresa.	Indica que la empresa tiene sus protocolos y trata de cumplir con los objetivos, y los directivos tratan de sacar adelante a todo el equipo para que el cliente siempre este satisfecho.	Indica que el personal debe estar capacitado para hacer su labor, la idea es trabajar con gente que produce y brinde soluciones a problemas
12	<b>¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿De qué manera beneficia al cliente de la empresa?</b>	Indica que es importante porque de eso depende que el cliente vuelva a confiar o no en la empresa.	Indica que es importante porque eso permite generar confianza del cliente y también del personal que trabaja, porque sabe que pueden cumplir con los objetivos.	Indica que la empresa es un equipo de profesionales preparados en cada área y están listos y dispuestos a sumar habilidades para cumplir con los objetivos planteados.	Indica que si hay fallas en la entrega y los tiempos, perjudicara al cliente y tarde o temprano ya no confiara en la empresa y optara por otras alternativas.	Indica que es un tema de eficiencia al no tener ello impactaría mucho en la empresa porque los clientes pueden ver otras opciones.	Indica que es importante porque genera la satisfacción del cliente, porque esta acción permite seguir trabajando con la empresa, si la empresa falla en la entrega perjudicaría a otras áreas de la empresa del cliente.

13	<b>¿Tiene usted alguna recomendación para los directivos de empresa?</b>	Indica que es necesario la capacitación constante, porque los empleados son las primeras personas que dan imagen al cliente.	Recomienda que es muy importante la responsabilidad de la empresa, para poder crecer y expandirse un factor clave es la confianza del cliente.	Recomienda mantener el buen clima laboral y siga los entrenamientos para mantener unido el equipo de trabajo.	El colaborador recomienda capacitación al personal de la empresa porque los tiempos están cambiando y la empresa debe estar a la vanguardia.	Recomienda que la empresa debe enfocar sus esfuerzos en mantener unido al equipo y entender que siempre habrá errores.	Recomienda trabajar como lo solicita el cliente e incrementar un sistema de monitoreo para mejor control en el transporte.
14	<b>(Entrevistador) Percepcion emocional del colaborador</b>	El colaborador se mostró un poco hermético con las funciones que realiza pero enfatiza que la empresa debe de desarrollar programas de entrenamiento y capacitación constante.	El colaborador se mostró abierto a las preguntas, así mismo enfatiza su visión de crecimiento y expansión.	El colaborador estuvo abierto a las preguntas y respuestas, enfatiza el uso de la tecnología y mejorar la calidad de atención al cliente.	El colaborador se muestra objetivo con sus percepciones y apuesta por la innovación tecnológica.	El colaborador se muestra con apertura a responder preguntas sobre varias áreas de la empresa y enfatiza que siempre habrá errores porque somos humanos y se debe mantener unido el equipo de trabajo.	El colaborador se mostró con apertura a temas de innovación tecnológica y también con hermetismo en relación a detalles de la empresa.

### Matriz de triangulación - TRABAJADORES

ENTREVISTADO 7	ENTREVISTADO 8	ENTREVISTADO 9	ENTREVISTADO 10	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS	INTERPRETACIONES
Indica que un producto terminado es cuando ya está terminado después de un proceso y que el cliente se siente satisfecho por la finalización de su producto.	Indica que es muy importante tener un buen producto el cliente viene con muchas expectativas y ello se siente realizados de saber que han sido entendidos al ver su producto tal como lo pidieron.	Indica que un producto terminado ya está listo para su uso en base a lo solicitado en cuanto al papel y diseño. Al ver su trabajo casi siempre el cliente está conforme	Menciona que los clientes se emocionan y se alegran al ver que su producto está listo y bien presentado tanto en la producción como en el acabado.	El personal de la empresa coincide que el producto terminado es cuando el producto ya está finalizado y listo para su entrega.	Existe divergencias en cuanto a las emociones del cliente al ver su producto ya terminado.	Todos los entrevistados coincide que los productos terminados es cuando ya están listos para su entrega y esto genera diferentes emociones positivas en el cliente.
Indica que cuando el producto está a precio razonable existe satisfacción en el cliente porque se reflejara en la ganancia.	Indica que el cliente siempre va buscar las tres Bs bueno, bonito y barato. Saben que en la empresa pueden encontrar a buen precio sus productos y pueden ganar un poco más.	Indica que es muy importante que el precio este acorde al mercado, el cliente siempre estará satisfecho por el precio.	Indica que los clientes se sienten bien comprando un buen producto y a buen precio.	Los entrevistados coinciden que los clientes siempre estarán en busca de precios razonables acorde al mercado.	Existe divergencia en cuanto al precio en algunos precios debido a que son contratos fijos para un tiempo determinado.	Los entrevistados coinciden que el cliente siempre busca buen precio y estos están sujetos a comparaciones en el mercado y evaluación de la calidad del producto.

Indica que este proceso es importante porque el orden permite tener un mejor control de existencias en todo momento.	Indica que es necesario el orden en el almacén, cuando tenga que despacharse pueda encontrar los productos y salir inmediato de almacén.	Indica que debe de existir un buen control con los insumos para que el producto sea bueno y debe de ser bien almacenado correctamente, tanto los insumos como los productos terminados.	Indica que hay más confianza cuando está limpio y ordenado, es más fácil encontrar el producto solicitado.	Los entrevistados coinciden que es muy importante que el almacén este limpio y ordenado	Existen divergencias en la manera como beneficia al cliente y como se puede mejorar	Todos los entrevistados manifiestan que es importante que el almacén este limpio y ordenado ya que esto ayudara a conservar el producto en buen estado y será de fácil manejo en el proceso posterior. Y en cuanto al cliente esto generara confianza si este logra ver el manejo eficiente del almacén.
Indica que es necesario que el equipo de trabajo sepa exactamente sus funciones, eso permite reaccionar ante cualquier solicitud de manera inmediata.	Es necesario los procesos en el almacén y es importante innovar e implementar diferentes procesos ya que eso permite a los trabajadores y a los jefes tener un control exacto de las existencias.	Indica que es necesario tener la precisión para poder operar en base a su conocimiento y el desarrollo de sus habilidades es necesario que conozca su área.	Indica que es muy importante el uso de los procesos definidos porque así se optimiza el trabajo en la empresa.	Los entrevistados coinciden que es de suma importancia los procesos definidos en el almacén y que los trabajadores sepan sus funciones específicas en su área	los entrevistados difieren en el uso de la tecnología, algunos recomiendan y algunos no mencionan el tema	Todos los entrevistados manifiestan que es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén y que el personal debe estar capacitado para cumplir con sus funciones específicas, así mismo recomiendan el uso de tecnología para optimizar los procesos en el almacén y tener mayor precisión en el control de las existencias.
Indica que es importante usar la tecnología para tener un control minucioso en el sistema de transporte y saber dónde están los vehículos con la mercadería.	Indica que es muy importante la tecnología por temas de seguridad para llegar a tiempo con los productos del cliente, en cuanto a las rutas en mejor no usarlas.	Indica que la tecnología siempre está a la vanguardia y es necesario estar actualizados para tener un mejor control en el área de transporte.	Indica que el uso de herramienta tecnológicas es muy importante porque permite llegar a lugares desconocidos y evitar el tráfico.	Mayor parte de los entrevistados coinciden que es importante que para tener un mayor control y monitoreo de las unidades de transporte.	Los entrevistados difieren en el uso de la tecnología en cuanto al manejo de rutas ya que algunos lo recomiendan y una minoría prefiere no usarla en ese caso.	Se interpreta que el uso de la tecnología favorece en el sistema de transporte por su gran utilidad en temas de seguridad y monitoreo y benéfica al cliente ya que el cliente sabrá a tiempo real la llegada de su producto y tomara previsiones y acciones en base a ello.

Indica que es muy importante para que la empresa mueva sus productos y el cliente se beneficie con ofertas y campañas.	Indica que es muy importante para generar movimiento en la empresa y haya rotación de productos, los clientes siempre aprovechan esas ventajas.	Indica que el desconoce de esa área, pero sabe que es necesario el uso de esas herramientas.	Indica que es muy bueno porque incentiva al consumidor a seguir comprando y permite que el cliente se beneficie con esas tendencias.	los entrevistados coinciden que es una herramienta necesaria para generar movimiento y rotación en la empresa.	Los entrevistados difieren en cuanto a los beneficios que pueda recibir el cliente con el uso de estos métodos y herramientas de comercialización.	Los entrevistados manifiestan que el uso de métodos de comercialización es muy importante, porque esto hace que la empresa genere rotación en sus productos y servicios y los clientes se benefician de diferentes formas ya sea por la oportunidad por el precio.
Indica que es importante ser empático con el cliente, conocer lo que realmente necesita para trabajar en base a ello.	Indica que es un factor importante que el cliente se identifique con la empresa y es bueno saber que ellos pueden contar con la empresa.	Indica que en varios casos el cliente pide lo que necesita y brinda especificaciones, la empresa puede sugerir si es necesario.	Indica que es bueno entender al cliente en varios aspectos porque eso permite saber realmente lo que quieren.	Los entrevistados coinciden que es muy importante saber lo que quiere el cliente en todo momento.	Los entrevistados no difieren saben la importancia de conocer las necesidades e inquietudes del cliente.	Los entrevistados coinciden que es bueno entender al cliente saber más al detalle de lo que necesitan para hacer un buen trabajo y evitar confusiones, esto genera tranquilidad, confianza y satisfacción en el cliente.
Indica que el cliente se siente atendido cuando lo escuchan y le recomiendan algún producto.	Menciona que es muy bueno tener conexión con los clientes escucharlos en todo momento y conocer más a detalle lo que necesitan.	Indica que el cliente habla con sinceridad y a veces se le recomienda en base a sus necesidades y eso genera satisfacción en los clientes.	Indica que el cliente siente que es importante en la empresa y por eso lo escuchan y eso genera confianza.	Los entrevistados coinciden que el cliente se siente satisfecho y tranquilo de saber lo que está ayudando.	Los entrevistados difieren en la emoción que genera en los clientes ya que puede ser alegría, tranquilidad, agradecimiento o confianza.	Se concluye que al ponerse en lugar del cliente se genera diferentes emociones positivas en diferentes escalas sobre todo genera la sensación de satisfacción y confianza en todo momento.
Indica que es importante porque de eso depende tener mayor clientela y es más el cliente recomienda para seguir creciendo.	Indica que se está realizando un buen trabajo y el cliente siempre va estar con la empresa porque está satisfecho.	Indica que el cliente cuando ve que su trabajo realizado se siente satisfecho lo va recomendar siempre cada que pueda porque hay un buen producto y buen precio.	Indica que es importante porque la empresa está llegando a tiempo y el producto es bueno, eso genera en el cliente confianza y ganas de seguir comprando.	Los entrevistados coinciden que cuando se realiza un buen producto y hay un buen servicio de entrega el cliente se siente satisfecho por la labor realizada y posiblemente siga trabajando con la	Una parte manifiesta que el producto también debe mantenerse en el tiempo. No solo un buen producto también es necesario un buen servicio.	Los entrevistados concluyen que cuando se entrega un buen producto y buen servicio el cliente se siente muy contento y satisfecho y posiblemente lo recomiende cuando tenga oportunidad.

como empresa.				empresa y también la pueda recomendar.		
Indica que la responsabilidad en el desarrollo del producto es muy importante, en caso fallara la empresa, esta perjudicaría a varias otras empresas o personas.	Indica que el cliente se alegra mucho al recibir un producto de calidad a la hora exacta y en el lugar indicado.	Indica que el cliente percibe cuando un producto es bueno o malo, no lo dice pero lo sabe y regresa a solicitar más.	Indica que cuando el producto es bueno a la larga se va elevar la cartera de clientes.	Los entrevistados indican que el producto es la carta de presentación y la base fundamental del crecimiento de la empresa.	Los entrevistados difieren en cuanto a los beneficios que tendrá el cliente en cuanto a la calidad del producto y servicio.	Los entrevistados concluyen que los productos cumplen con los estándares de calidad así mismo hay un esfuerzo por mejorar la calidad en el servicio de entrega. Y los clientes se benefician porque podrán venderlos con seguridad o realizar sus actividades con confianza.
Indica el respaldo es la capacidad que tiene empresa para responder a pedidos de los clientes y solucionar problemas relacionado al producto y al servicio.	Indica que muy importante toda área para que el clientes se identifique y conozca las instalaciones así como ver el material humano y maquinaria en la empresa.	Indica que es muy importante la capacitación la coordinación de la empresa para cumplir con las exigencias del cliente. El cliente siempre estará agradecido si la empresa soluciona el problema.	Indica que es importante porque la confianza de los clientes hace que vuelvan a pedir más productos y en algunos casos va poder seguir comprando de la empresa.	Gran parte de los entrevistados coinciden que es importante la confianza en el producto y el servicio que brinda empresa.	Difieren en cuanto en temas adicionales relacionados al producto y al servicio que realiza la empresa.	Se concluye que es muy importante responder a la confianza depositada por el cliente y dar cumplimiento a lo acordado tanto con un producto de calidad, como un buen servicio de entrega que cumpla con todo lo acordado.

Indica que es importante porque es el pilar fundamental para seguir creciendo y sobre todo la responsabilidad con los clientes permite a la empresa mantenerse en el mercado.	Indica que todo esfuerzo que realiza la empresa es muy importante porque todos están enfocados en cumplir al cliente y es importante no fallar en ningún momento.	Indica que es un factor fundamental en la empresa porque dependerá de eso si los clientes se quedan o se van, esto beneficia al cliente porque cumplen con sus objetivos.	Indica que es importante porque eso es el reflejo de un buen trabajo en equipo. Beneficia al cliente de manera positiva porque ellos también podrán cumplir con sus clientes en todo momento.	Los entrevistados coinciden que el cumplimiento de los objetivos propuestos es el reflejo de un trabajo en equipo.	Los entrevistados difieren en cuanto a las consecuencias en caso fallara la empresa con los clientes ya sea en el producto en el servicio de entrega.	Los entrevistados concluyen que el cumplimiento que tiene la empresa con los clientes es producto de un trabajo en equipo de personas con diferentes habilidades y destrezas ya que el objetivo es servir al cliente y cumplir con ellos ya que eso beneficiara de manera positiva en el negocio de sus clientes o en el uso de los productos.
Recomienda mantener la cartera de clientes e incrementar las ventas.	Recomienda que la gerencia se reúna con los trabajadores y sepan realmente lo que necesitan las empresas ya que es una manera de consolidar el equipo.	Recomendación es trabajar con ganas en todo momento con esmero no solo por el dinero. Es recomendable hacer este trabajo con profesionalismo.	Recomienda que la empresa debe realizar constantemente capacitaciones y sobre todo si hay personal nuevo en la empresa.	Los colaboradores recomiendan capacitación constante y el uso de herramientas tecnológicas.	Una minoría de entrevistados hace su enfoque en la motivación.	Los entrevistados recomiendan a los dueños de la empresa que incorporen herramientas tecnológicas en diversas áreas y procesos que tiene la empresa, así como las capacitaciones constantes tanto al personal nuevo como antiguo, con la finalidad de enseñar los procesos que se realizan como también integrar el equipo de trabajo de mejor manera.
El colaborados enfatiza que es muy importante el tema de la responsabilidad, se metros un poco hermético a dar detalle de su área de trabajo.	El colaborador se mostró con apertura a las preguntas y enfatiza la integración y el lado humano de los trabajadores y clientes.	El colaborador se mostró entusiasmado y con bastante apertura a las preguntas así mismo enfatiza el trabajo en equipo y pasión por la labor que uno desempeña.	El colaborador se mostró con apertura así mismo enfatiza el tema de la organización y procesos definidos en cada empleado, así como el uso de la tecnología.	Los entrevistados muestran apertura a las preguntas, a las herramientas tecnológicas y a la integración y el trabajo en equipo.	Una parte de los entrevistados difieren en temas relacionados a la atención y satisfacción al cliente.	Gran parte de los colaboradores se mostraron con apertura a las preguntas, se evidencio el entusiasmo con el uso de herramientas tecnológicas así como temas de integración o trabajo en equipo, gran parte de ellos se siente identificados con la empresa y con el cumplimiento al cliente muy pocos conocen de temas relacionados a la atención del cliente, pero sin embargo

						tienen el entusiasmo en aprender y querer servir de mejor manera al cliente.
--	--	--	--	--	--	--

## Matriz de triangulación - CLIENTES

NRO	PREGUNTAS	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3	ENTREVISTADO 4	ENTREVISTADO 5	ENTREVISTADO 6
<b>1</b>	<b>¿Qué es para usted un producto terminado? y ¿Cómo se siente usted cuando su producto está terminado?</b>	Resalta el compromiso y la confianza y le genera así como el placer de ver su producto y sabe que no se va retrasar sus actividades.	Manifiesta que siente alegría ya que su trabajo y está hecho en la empresa y la empresa está cumpliendo con lo prometido.	Manifiesta que siempre trabajo con productos gráficos porque es necesario para el negocio, así mismo indica que le genera emoción y satisfacción de tener el producto.	Indica que le alegra ver plasmado su logo, su marca, ya plasmada en el producto porque es el producto de su imaginación y ahora está plasmado.	Indica que le genera tranquilidad porque uno ya sabe que están cumpliendo con el servicio que te ofrecieron desde un inicio.	Manifiesta que siente satisfacción de saber que su producto ya está listo y así también podrá brindar sus productos.
<b>2</b>	<b>¿Qué sensación le genera un buen producto a precio razonable?</b>	Manifiesta que si el precio es razonable es mucho mejor, porque toda empresa siempre busca economizar.	Nos indica que uno siempre busca precio en todo como comerciante o empresarios la idea es economizar	Indica que es importante porque siempre se evalúa los costos, pero también la calidad y el acabado.	Indica que siempre debe ser cómodo porque siempre busca precio en todo momento.	Manifiesta que se siente feliz por el producto porque encima que es buen producto también tiene un buen precio.	El colaborador indica que le genera alegría que el precio este acorde y le permita ahorrar.
<b>3</b>	<b>¿Por qué es importante para usted un adecuado manejo de productos en el almacén de la empresa?</b>	Nos indica que es muy importante que tenga un buen manejo es indica que cumplirá las exigencias del cliente.	Nos menciona que es muy bueno saber que el almacén esta ordenado eso ayudara mucho a encontrar sus pedidos.	Nos indica que hay tendencias y novedades , siempre se debe actualizar el buen manejo en el almacén.	Indica que es importante el orden para que el producto no se dañe.	Manifiesta que es importante porque es más fácil para el proveedor atender cuando todo está ordenado.	Indica que es importante porque al momento de recibir un producto es bueno saber que está debidamente ordenado limpio y con todas las medidas de seguridad y limpieza

							y hace más fácil la entrega.
<b>4</b>	<b>¿Porque cree que es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén? y ¿De qué manera se beneficiaría usted?</b>	Nos manifiesta que el uso de herramientas tecnológicas es indispensable para un mejor control y mejor manejo de productos en el almacén.	Indica que es muy importante porque facilita el trabajo y también facilita la entrega de productos.	Indica que hoy todo avanza y es necesario la innovación, la empresa siempre se debe hacer cambios.	Manifiesta que es necesario su aplicación para que todos sepan lo que tienen que hacer en todo momento.	Indica que sería interesante que todos sepan lo que hacen.	Nos indica que es importante la aplicación de estrategias porque permite a los empleados no equivocarse al momento de entregar los productos.
<b>5</b>	<b>¿porque es importante para usted La implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución de la empresa?</b>	Indica que el uso de herramientas tecnológicas es indispensable para tener un mayor control y buscar rutas alternas que beneficia a los clientes por la rapidez y así disponer sus productos de manera eficaz.	Manifiesta que normalmente recoge sus productos directamente de la empresa, solo le envían cuando hay retraso.	La puntualidad es importante si se usa equipos es mejor.	Manifiesta que es importante porque ayuda a la optimización en el proceso de transporte por el tiempo y así evitar el tráfico ya ahorro de tiempo es dinero.	Manifiesta que es importante para los clientes porque ya sabrán cuando y donde están los productos que van a llegar.	Indica que es importante porque ya cuenta con pedido de los cliente y que por lo tanto no debe haber fallas en la entrega.

6	<p><b>¿Qué beneficios tendría usted con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?</b></p>	<p>Indica que todos buscan mejorar sus ganancias, y rebajar costos de producción así generar más ganancias como empresa.</p>	<p>Nos indica que los productos se harían más rápidos y con mejor calidad y llegarían en menor tiempo.</p>	<p>Nos indica que la tecnología está avanzando y es necesario la innovación en los negocios.</p>	<p>Indica que la estrategia comercial genera mayor consumo de productos y genera que se consuma más productos y siempre se busca aprovechar las ofertas o facilidades.</p>	<p>Indica que siempre es bueno para aprovechar y ahorrar si hay ofertas.</p>	<p>Menciona que es bueno aprovechar y sacar mayor resultado de las estrategias y campañas que se presenten son para ahorrar se debe aprovechar.</p>
7	<p><b>¿Por qué cree que es importante que se conozcan sus inquietudes, necesidades y sugerencias?</b></p>	<p>Nos indica que es muy importante porque a través del personal recibiremos nuestros productos y ese es el valor agregado de la empresa.</p>	<p>Manifiesta que siempre como cliente le gusta por la atención que le dan, por la amabilidad uno siempre regresa.</p>	<p>Indica que es un trabajo en equipo si me atienden bien el cliente también les responde con amabilidad.</p>	<p>Indica que es necesario para llegar a un acuerdo de la manera más satisfactoria entre ambas partes.</p>	<p>Indica que le genera tranquilidad el saber que se interesan por ella.</p>	<p>Indica que un trato amable te hace sentir bien y da ganas de seguir comprando ahí.</p>
8	<p><b>¿Qué sensación le genera cuando el personal de la empresa se pone en su lugar con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades?</b></p>	<p>Manifiesta que los empleados tienen la intención que entender lo que quieren es tratar de entender mejor sus requerimientos.</p>	<p>Nos indica que se siente especial porque están intentado entenderlo</p>	<p>Manifiesta que es necesario que atiendan bien porque eso permite evaluar para quedarse con la empresa.</p>	<p>Manifiesta que es importante porque así también generan confianza en los clientes y saben a qué siempre quieren trabajar con el cliente.</p>	<p>Manifiesta que es bueno que escuchen al cliente porque de esa manera entienden lo que pide el cliente.</p>	<p>Manifiesta que es muy importante saber que le están ayudando y también están tratando de entender lo que uno quiere.</p>

9	<p><b>¿Cómo se siente usted cuando recibe un buen producto y con un buen servicio de entrega?</b></p>	<p>Manifiesta que el producto está bien desde el tema de la producción los acabados así como tema de precio, servicio de entrega y cumplen lo que promete.</p>	<p>Indica que se siente alegre porque se están cumpliendo y no tiene que estar reclamando a la empresa cuando no cumplen.</p>	<p>Indica que satisfacción y tranquilidad porque sabe que ya llego y va poder usarlo y tampoco fallara a sus clientes.</p>	<p>Indica que se siente muy bien porque sabe que la empresa está trabajando bien, y también sabe que se a vender rápido.</p>	<p>Manifiesta que genera tranquilidad porque tiene estrés en el trabajo y es bueno saber que la empresa cumple con su parte.</p>	<p>Indica que para que el productos se venda tiene que ser bueno y si es hay buen servicio de entrega es mejor.</p>
10	<p><b>¿Qué piensa usted cuando un producto es fiable y cumple con los estándares de calidad?</b></p>	<p>Nos indica que es necesario que un producto sea fiable para poder seguir trabajando con ellos.</p>	<p>Indica que recibe tranquilidad porque que la empresa está trabajando bien y puedo seguir confinado.</p>	<p>Indica que da ganas de seguir trabajando siempre con la empresa pero depende como lo sigan tratando.</p>	<p>Indica que da ganas de seguir comprado más y también recomendar a personas que hacen trabajos similares.</p>	<p>Indica que siempre debe ser así porque hay varias empresas que hacen lo mismo y se puede cambiar si hay oportunidad.</p>	<p>Indica que si el producto es fiable podrá venderse fácilmente porque se sabe que es bueno en todo sentido.</p>
11	<p><b>¿Por qué es importante para usted el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado?</b></p>	<p>Afirma que es súper importante porque existe eventualidades en todo sentido y es necesarios saber responder con la capacidad de logística de la empresa.</p>	<p>Manifestó que es importante que la empresa este respaldada con algo que le garantice.</p>	<p>Responde que la confianza siempre debe existir en ambas partes.</p>	<p>Manifiesta que para entregar su dinero debe saber dónde y a quien. Y también quiere saber que la empresa va cumplir con lo prometido</p>	<p>Manifiesta que es muy importante siempre como en todo negocio.</p>	<p>Indica porque como persona y negociante tiene un cronograma establecido de acuerdo a ello ya tiene planificado sus ventas y es necesario que la empresa cumpla con las fechas planificadas para poder abastecer en las fechas pactadas. Si la empresa no cumple</p>

							fallara a los clientes.
<b>12</b>	<b>¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿de manera se beneficia usted?</b>	El entrevistado manifiesta a esta pregunta que la responsabilidad de la empresa por cumplir sus objetivos se resume única y exclusivamente en satisfacción.	Manifiesta que es muy importante para quedar bien con los clientes y se vayan satisfechos.	Indica para tener siempre la confianza es necesario saber con quién estamos trabajando.	Indica que si le cumplen no fallará a los clientes y seguirá trabajando con la empresa.	Indica que le genera tranquilidad de saber que el producto llegara a sus manos de manera puntual.	Manifiesta que es importante saber si va a cumplir porque si no me van a cumplir es mejor no perder el tiempo y buscar otra empresa que si cumpla con lo prometido.
<b>13</b>	<b>¿Tiene usted alguna recomendación a para empresa?</b>	Recomienda que es necesario trabajar con los feedback positivos o negativos es necesarios la utilización de pequeñas encuestas y conocer en detalles las inquietudes de los clientes y ponerlas en práctica.	Recomienda que hagan un buen trabajo y cumplan con lo establecido con las cosas que prometen.	Recomienda estar en contacto con los clientes y escuchar al cliente en todo momento, trabajar en equipo y sumarse las nuevas tendencias.	Recomienda que necesario capacitar a las personas de la empresa pero también hacer un buen producto porque de nada sirve que traten bien y no hagan un buen producto.	Recomienda que sigan capacitando a los trabajadores y que se sigan esforzándose día a día.	El colaborador recomienda que hagan capacitaciones constantes a las personas del área de entregas.

14	<b>(Entrevistador) Percepcion emocional del colaborador</b>	El entrevistado se mostró abierto a las preguntas y se percibió con emoción positiva cuando se le manifestó sobre el precio razonable y el uso de tecnologías en los procesos logísticos.	El colaborador se mostró hermético y cortante en todo momento, mostrando entusiasmo cuando se mencionó el tema de la responsabilidad.	El colaborador mostró apertura a las nuevas tendencias le entusiasma la idea de lo cambios y las innovaciones.	El colaborador inicialmente se mostros con baja apertura a la entrevista, pero poco a poco se fue abriendo y se mostró emoción positiva con relación al precio y las estrategias de comercialización.	El colaborador se mostró hermético a las respuestas, pero también se percibe que está dispuesto hacer cambios de empresa si no ve resultados.	El colaborador se mostró con cierto gado de entusiasmo durante la entrevista. Así mismo se mostró tajante en relación al tema de la responsabilidad de la empresa.
----	---	---	---	--	---	---	--

## Matriz de triangulación - CLIENTES

ENTREVISTADO 7	ENTREVISTADO 8	ENTREVISTADO 9	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS	INTERPRETACIONES
Manifiesta que siente satisfacción que hayan hecho el producto que se pidió, es un enorme placer saber que están cumpliendo con lo prometido.	Indica que usan productos para curso que dicta la empresa y es importante que ya este plasmado y la idea concebida en el producto.	Indica que los artículo que llegan deben de llegar en óptimas condiciones debidamente organizados y rotulados eso simplifica el orden en el almacén.	Los entrevistados Coinciden que producto terminado es cuando ya está listo a la entrega.	Los entrevistados difieren en las especificaciones del producto terminado	Los entrevistados coinciden que el producto terminando ya está listo para ser entregado así mismo el cliente siente emoción y satisfacción al ver su producto terminado, lo cual implica que ya podrá realizar acciones posteriores sin problema alguno.
El colaborador indica que es bueno saber que un producto es accesible al presupuesto y mejor si el producto es bueno, la satisfacción es doble.	Indica que el precio es muy importante el precio porque en eso se basa todo negocio que este bien acabado y que el precio se ajuste al mercado.	Indica que el área de compras es el ente encargado en las compras y se base a comparaciones y se determina la mejor opción debido a que se evalúa la calidad y la oferta más razonable.	Los entrevistados están de acuerdo que todos buscan economizar siempre.	Los entrevistados difieren en las emociones que genera en el cliente.	Todos los entrevistados coinciden que los clientes siempre buscaran un buen producto a un buen precio. Y un buen producto que cumpla estos requisitos siempre será bien recibido y generara diversas emociones positivas.
Indica porque de esa forma se podrá entregar de manera eficiente productos de manera adecuada y sin equivocaciones.	Manifiesta que es importante manejar el stock necesario para que se mantenga en buen estado en las cantidades necesarias y separados en orden.	Indica que se debe pregonar el orden y la limpieza, porque eso permite un orden y mejora el desempeño. Así mismo facilita el inventario y la capacidad de respuesta.	los entrevistados coinciden que el en el almacén debe de existir orden y limpieza siempre	Los entrevistados difieren en las formas de almacenamiento que deben de realizarse en de la empresa.	los entrevistados coinciden que se debe de enfatizar el orden y la limpieza eso facilitara el trabajo de los clientes cuando estos tengan que recoger sus productos. directamente en la empresa.

<p>Indica que es necesario porque es una forma más eficiente de trabajar y tener los productos en el almacén.</p>	<p>Indica que con estrategia pueden tener control a tiempo real en relación a la cantidad que se maneja.</p>	<p>Indica que estamos en un mundo globalizado y el uso de herramientas tecnológicas y estrategias es necesario en cada empresa.</p>	<p>Los entrevistados coinciden que es de suma importancia la aplicación de procesos definidos en el almacén.</p>	<p>Difieren en los beneficios que puede obtener el clientes.</p>	<p>Los entrevistados manifiestan que es de mucha importancia la implementación de procesos definidos ya que es necesario que el personal sepa lo que debe hacer específicamente en cada área de la empresa, esto beneficiara de manera efectiva al momento de la entrega de productos a los clientes, así mismo recomiendan el uso de tecnología en el almacén.</p>
<p>Menciona que es necesario porque todo está cambiando y eso ayudara a tener mejor control y mayor manejo lo cual se favorecerá al cliente.</p>	<p>Indica que las herramientas nos permite saber dónde está el vehículo, el tiempo estimado que llegara el pedido, permite tener en forma oportuna y así poder delegar acciones posteriores.</p>	<p>Indica que el uso de la tecnología como los celulares, GPS, permite tener mejor control saber cómo están los productos.</p>	<p>Los entrevistados coinciden que es muy importante el uso de la tecnología en el sistema de transporte</p>	<p>Los entrevistados difieren en que tipo de herramientas tecnológicas se debe usar.</p>	<p>Los entrevistados están de acuerdo en que el uso de herramientas tecnológicas es muy importante debido a que esta permite tener el control en la unidad de transporte, saber dónde se dirige y como está la mercadería. Esto beneficia de manera eficiente al cliente porque se sabrá en tiempo exacta que hora que llegara su mercadería y podrá tomar acciones al respecto.</p>
<p>Menciona que me generaría ahorro con las ofertas y las también tranquilidad con las formas de pago que brinda la empresa con el afán de beneficiar al</p>	<p>Indica que es mejor para poder aprovechar las oportunidades que se presentan.</p>	<p>Indica que es importante el uso de herramientas de comercialización ya que esta permite tener alcance de la información de los productos y nuevas tendencias.</p>	<p>Los entrevistados coinciden que estos métodos son beneficiosos por los descuentos y ofertas.</p>	<p>Los entrevistados difieren en el tipo de estrategia que usa la empresa.</p>	<p>Los entrevistados manifiestan que es importante esta herramienta de comercialización ya que esta permite conocer nuevas tendencias así como es una gran oportunidad para aprovechar los descuentos y</p>

clientes.					ofertas.
Manifiesta que es importante porque de esa forma conocen y saben lo que realmente quiere el cliente	Indica que se siente cómodo con el trato amable porque recibe el apoyo y sugerencias en base a sus ideas lo cual es muy necesario.	Indica que lidia con varios proveedores con diferentes personalidades y siempre hay conflictos. Resalta la puntualidad, transparencia y vocación de servicio para poder solucionar si hay inconvenientes.	Lo entrevistado coinciden que es la mejor manera de saber que realmente se interesan en el cliente.	Los entrevistados difieren en los resultados que pueda generar en el cliente.	Los entrevistados coinciden que el tratar de conocer las necesidades e inquietudes del cliente es la mejor herramienta para seguir trabajando con la empresa, eso les permite comunicarse de manera efectiva y poner de acuerdo ante cualquier situación y desarrollar un buen producto.
Menciona que ponerse en el lugar del cliente no es fácil y no todos lo hacen pero es alguien intenta hacerlo es satisfactorio.	Indica que la comunicación es importante para generar nuevas estrategias y nuevas tendencias en el trabajo.	Indica que lidia con varios proveedores con diferentes personalidades y siempre hay conflictos. Resalta la puntualidad, transparencia y vocación de servicio para poder solucionar si hay inconvenientes.	Los entrevistados coinciden que se sienten especiales porque la empresa se está esforzando por conocerlos y entender sus necesidades y deseos.	Los entrevistados no difieren pero si genera emociones distintas en una acción como esta.	Los entrevistados manifiestan que esta acción genere en ellos se sientan especiales y tengan una sensación de tranquilidad y satisfacción de saber que están en el lugar indicado y que la empresa realmente quiere entender lo que el cliente quiere, eso beneficia al cliente porque se siente especial.

<p>Indica que si la empresa lo hace es porque se siente comprometida y quiere crecer como empresa, y el cliente siente satisfacción.</p>	<p>Manifiesta que se siente satisfecho no solo por el producto sino también por la entrega y el trato amable de las personas a cargo, caso contrario sería mejor buscar otras opciones.</p>	<p>Menciona que es fundamental la calidad y la conservación del producto porque estos productos serán enviados a otras sedes y también pasaran por control de calidad al momento de llegar al usuario final.</p>	<p>Los entrevistados coinciden que si la empresa cumple se puede confiar en ella, porque realmente quiere trabajar y quedar bien con el cliente.</p>	<p>Los entrevistados no difieren en ningún aspecto todos manifiestan su satisfacción desde diferentes ángulos</p>	<p>Los entrevistados manifiestan que si la empresa entrega un buen producto y un buen servicio es porque realmente tiene la intención de trabajar con el cliente, y eso responde que hay todo un equipo humano comprometido detrás del producto. Esto beneficia al cliente de manera efectiva porque el cliente sabe que ya no tiene que estar reclamando la puntualidad y sabe que si el producto es bueno lo podrá rotar rápidamente.</p>
<p>Indica que siente satisfacción de saber que el producto es bueno y cumple con la calidad es bueno saber que cumple con los estándares de calidad</p>	<p>Indica que es importante porque ese es el mayor beneficio para el cliente, un producto de calidad que sea confiable también para poder venderlo.</p>	<p>Indica que es importante debido a que la calidad del producto debe ser impecable desde su proceso hasta su acabado y eso será verificado por los usuarios finales de la empresa.</p>	<p>Los entrevistados coinciden que es fundamental que la empresa cumpla con los estándares de calidad para seguir trabajando.</p>	<p>Los entrevistados no difieren en este tema debido a que todos esperan un buen producto que cumpla los estándares de calidad.</p>	<p>Los entrevistados afirman que si la empresa cumple con un buen servicio y un buen producto genera confianza y satisfacción en el cliente y sabe que puede seguir trabajando y también recomendar los productos y servicios de la empresa</p>
<p>Menciona que es importante saber que la empresa está ahí para responder y que no fallara cuando el cliente lo necesite.</p>	<p>Indica que es muy importante la responsabilidad sobre todo con la con la fecha de entrega.</p>	<p>Menciona que es fundamental la calidad y conservación del producto porque estos productos serán enviados a otras sedes y también pasaran por control de calidad al momento de llegar al</p>	<p>Los entrevistados coinciden que la empresa tenga el respaldo en infraestructura y en personal capacitado para cumplir con lo acordado.</p>	<p>Los entrevistados no difieren pero si resaltan el tema de la puntualidad y cumplimiento de lo acordado</p>	<p>Los entrevistados afirman que es muy importante que la empresa tenga el respaldo en infraestructura y también en personal los cuales reflejara en su capacidad de respuesta ante cualquier circunstancia así mismo se evidenciara en la calidad del producto y en el</p>

		usuario final.			estricto cumplimiento de lo acordado.
Menciona que si la empresa incumple va a quedar mal con otras personas porque le va a fallar, si no hay cumplimiento no hay nada, ya que este es el pilar de la empresa.	Indica también el precio es importante y que cumpla la fecha pactada porque después ya no sirve en algunos casos.	Indica que es parte de la cadena y tiene otras sedes en espera del producto y si la empresa falla en la entrega de productos la cadena de servicios se rompe porque no se puede enviar los productos a las otras sedes.	Los entrevistados indican que la responsabilidad es muy importante para seguir trabajando.	Algunos entrevistados también indican que los precios del producto también juegan un papel importante.	Los entrevistados confirman que es muy importante la responsabilidad de la empresa ya que si esta no existe se rompe la cadena de consumo, porque no tendrán que enviar a sus clientes y se perjudicarán seriamente y se verán obligados a cambiar de empresa en algunos casos. En caso la empresa cumpla será beneficioso para seguir trabajando con ella.
Recomienda el uso de la tecnología es necesario y también la capacitación constante.	Por ahora que sigan como están, hasta el momento tenemos una buena atención, solo deben tomar en consideración las necesidades y mejoras en la implementación de nuevos productos.	Recomienda que la empresa ya está encaminada simplemente fluyen los procesos que desarrollan y sienten comodidad de trabajar con la empresa.	Los entrevistados coinciden que siempre se deben de estar en capacitación constante con el personal de la empresa.	Los entrevistados no difieren en ningún punto de las recomendaciones.	Los entrevistados recomiendan siempre estar a la vanguardia de los avances tecnológicos y la capacitación constante, realizar pequeñas encuestas o feedback que permitan conocer las necesidades del cliente y mejorar la línea de trabajo con un producto siempre este impecable.

<p>El colaborador se mostró con apertura a las preguntas y mostro interés en el uso de las tecnologías.</p>	<p>El colaborador se mostró con apertura a las preguntas y respuestas en todo momento sin embargo enfatizo el tema de la responsabilidad de la empresa y está dispuesta a cambiarla si no le cumplen con los tiempos pactados.</p>	<p>El colaborador e mantuvo tajante y directo en todo momento y conoce bastante sobre el tema, especialmente en almacén, enfatiza el tema de cuidado de productos en su proceso y entrega final.</p>	<p>Los entrevistado coinciden que el producto siempre debe ser de calidad y la entrega responsable.</p>	<p>Los entrevistados difieren en pequeña parte, las decisiones que puedan tomar en relación a la demora o falta de responsabilidad de la empresa</p>	<p>Los entrevistados se mostraron con apertura a las preguntas enfatizan el uso de las tecnologías y una buena parte se muestran tajantes y directos en cuanto a sus percepciones en temas de responsabilidad dando a entender pueden cambiar de empresa si no hay estricto cumplimiento de lo acordado.</p>
---	--	--	---	--	--

## Matriz de triangulación - ESPECIALISTA

NRO	PREGUNTAS	(Especialista en atención al cliente y marketing empresarial)	PREGUNTAS	(Especialista en Gestión logística y marketing)	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS	INTERPRETACIONES
1	<b>¿Qué es para usted un producto terminado? y ¿Cómo se siente usted cuando su producto está terminado?</b>	<p>Indica que el producto terminado es un bien que ya paso por un proceso de producción, el cliente lo recibe de diferentes formas, dependiendo a la entrega cambia la emoción del cliente ya que esta puede ser positiva o negativa, la reacción será diferente en base al producto recibido, esta genera diferentes emociones o se obtendrá diferentes respuestas. Si el producto recibido cumple con los estándares de calidad establecidos y las características técnicas solicitadas generaran una buena reacción por parte del cliente, caso</p>	<b>¿Qué es para usted un producto terminado y como se siente el cliente de la empresa al saber que su producto está terminado?</b>	<p>Indica que producto terminado es la suma de elementos costo, materia prima y carga fabril y es el resultado de un trabajo especializado minucioso en base a lo establecido mientras más estándares tenga será de mayor la calidad, cuando este es por orden de servicio el personalizado entonces el producto ya está listo de manera personalizada con las características y especificaciones del cliente. El cliente sentirá satisfacción de ver su producto en las condiciones solicitadas.</p>	<p>Los especialistas coinciden que un producto terminado es la suma de procesos y se encuentra listo para su entrega.</p>	<p>Los especialistas difieren en el tipo de emoción que sienten los clientes ya que uno de ellos manifiesta que el cliente se sentirá satisfecho y el otro manifiesta que el tipo de emoción será una vez que se haya evaluado el producto y sus características.</p>	<p>Los especialistas concluyen que el producto es una suma de diferentes procesos y que no todos los clientes estarán satisfechos inmediatamente al ver sus productos, primero verificaran si el producto cumple con las características específicas de acuerdo a su petición y en base a ello desarrollaran un sentimiento de satisfacción o descontento.</p>

		contrario, posiblemente el cliente reclame y no acepte el producto y eso generara descontento y perdida en la empresa.					
2	¿Qué sensación le genera un buen producto a precio razonable?	Menciona que en nuestro país gran parte de los clientes se van por el precio, la gente siempre buscara algo que le sea rentable que se ajuste a su bolsillo pero siempre tomando en cuenta la calidad del producto y servicio, el cliente hace diferentes comparaciones de costo en el mercado, investiga precios y verifica características del producto y compara propuestas económicas, si el cliente encuentra algo igual a menor precio, es posible	¿De qué manera cree usted que un producto terminado a precio razonable es percibido por el cliente de la empresa?	Indica que para ello se tiene que hacer un análisis de costo y aprovechar los márgenes de ganancia aprovechando la cantidad producción se saca un margen ganancia mientras más cantidad se produzca será más rentable para la empresa y se puede determinar un buen precio al cliente, y este es percibido de manera agradable y positiva por el cliente, porque sabe que está pagando un producto de calidad a un precio razonable.	Los especialistas coinciden que el cliente siempre buscara productos de calidad al menor precio posible.	Los especialistas no difieren en relación al tema pero si aportan desde ambas perspectivas.	Los especialistas siempre buscaran productos a menor precio pero que sean productos de calidad, siempre harán sondeos en el mercado y la empresa trataran de ajustar sus costos de producción con la finalidad de sacar un margen adicional y competir con el cliente. Eso es percibido de manera positiva por el cliente.

		que incline su decisión por ese lado.					
3	<p><b>¿Por qué es importante un adecuado manejo de productos en el almacén de la empresa?</b></p>	<p>Indica que el orden y un manejo adecuado de productos en el almacén es importante principalmente para la misma empresa, esta genera beneficio para la misma porque le permite ahorrar tiempo en actividades, por tal motivo es necesario tener un mayor control de existencias y stock a tiempo real, así mismo servirá como base para conservar los productos en buen estado, agilizar sus procesos de recepción, de entrega, envío y facilitara la labor de otras áreas y tendrá</p>	<p><b>¿Por qué es importante un adecuado manejo de productos en el almacén y que sensación genera en el cliente de la empresa?</b></p>	<p>Indica que permite una sensación de respaldo a la empresa, porque existe una cantidad terminada de productos en el Stock disponible para entrega y eso se resume en dinero, pero por otra parte es muy importante la rotación de ese producto porque el mantenerlo ahí tiene un costo ya sea de instalación, personal o servicios por lo cual en coordinación con el área de comercialización se debe de buscar siempre la rotación. Así mismo es importante un manejo eficiente</p>	<p>Los especialistas coinciden que el almacén siempre debe estar ordenado y debe haber un buen manejo de productos e insumos.</p>	<p>Los especialistas no difieren en relación al tema pero si aportan de diferentes perspectivas apuntando mismo objetivo, que es la mejora continua.</p>	<p>Los especialistas coinciden que el almacén siempre debe estar ordenado y debe haber un buen manejo de productos e insumos en todo momento, así mismo enfatizan el uso de herramientas tecnológicas lo cual permitirá tener información y control minucioso de existencias a tiempo real.</p>

		datos exactos del stock y existencias en caso solicite la gerencia la empresa.		existencias dentro del almacén para tener control cuantitativo a tiempo real, para ello es necesario el uso de herramientas tecnológicas, El beneficio que genera en el cliente es que este tendrá su producto en buen estado de conservación con sus especificaciones, en el lugar y tiempo indicado.			
4	<p><b>¿Porque cree que es importante la aplicación de procesos definidos en el almacén? y ¿De qué manera se beneficiaría usted?</b></p>	Indica que es sumamente importante que las empresas tenga sus procesos correctamente definidos lo cual hace que los procesos y la labores del personal que participa estén claramente establecidos en base a los requerimiento de la organización y exista personal especializado de acuerdo a cada área especifica tomando en cuenta sus	<p><b>¿Cree usted qué es importante la aplicación de herramientas tecnológicas? y ¿De qué manera beneficia al cliente de la empresa?</b></p>	Indica que la tecnología ayuda en muchos factores, así como regular la temperatura, reguladores, sensores alarmas, cámaras y demás herramientas en base a diferentes necesidades en el almacén, así como el uso de pequeñas maquinarias dentro del almacén con la finalidad de conservar la carga y darle mayor rotación. es bueno seleccionar el stock a través de	Los especialistas coinciden que es importante la buena conservación del almacén y que existan proceso definidos en cada área de la empresa.	Los especializas no difieren ya que cada uno tiene un formato diferente en las preguntas que se les realizo.	Los especialistas coinciden que es importante la buena conservación del almacén y que existan proceso definidos en cada área de la empresa para que cada persona sepa que es lo que tiene que hacer en su área, así mismo manifiestan que el uso de herramientas tecnológicas ayuda a tener un mejor control y monitoreo de las existencias del almacén lo cual servirá para tomar mejores decisiones a nivel comercial.

		preparación, sus habilidades y destrezas en el desarrollo de esa función, lo cual permitirá una manipulación adecuada de productos o insumos de la empresa, esto beneficiara al cliente de manera positiva porque sus productos llegaran en las cantidades exactas, en buen estado de conservación, debidamente rotulados y empaquetados.		diversas tecnológicas y tomar buenas decisiones comerciales y tener un buen control de existencias a tiempo real.			
5	<b>¿por que es importante para usted La implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución de la empresa?</b>	Indica que es muy importante el control en el sistema de transporte o traslado en todo momento, por un tema de seguridad y por un tema de coordinación hace mucho que las unidades estén debidamente monitoreadas controladas, así se puede tener información exacta a tiempo real, donde e encuentras y en	<b>¿Por qué la implementación de herramientas tecnológicas en el sistema de distribución es importante para la empresa y para el cliente de la empresa?</b>	Indica que es de suma importancia porque garantiza al cliente que el producto llegue en buenas condiciones en el tiempo adecuado lo cual genera fidelización, así mismo permite tener el control de las unidades de transporte, hacer un patrón de ruta con anticipación e informa al cliente que día y que hora llega	Los especialistas coinciden que es importante el uso de herramientas tecnológicas en el sistema de transporte.	Los especialistas no difieren en ningún punto en este tema pero si tienen diferentes perspectivas.	Los especialistas coinciden que es importante el uso de herramientas tecnológicas en el sistema de transporte ya que esta facilitara el monitoreo de la unidad por un tema de seguridad y también por un tema de control. Así mismo esto ayuda a ahorrar tiempo en el tráfico, y el cliente se beneficia al saber que su producto llegara en buen estado y al tiempo indicado.

		cuanto tiempo llegar a su destino. así mismo es importante evaluar el uso de vehículos sin combustible dependiendo del tramo, ya que existe tramos cortos que fácilmente puede ser cubierto por un servicio a pie o en bicicleta o similares, tomando en cuenta la cantidad del producto. Esto sería beneficioso para al cliente y también al medio ambiente.		su producto y considerando la carga y la descarga con sumo cuidado en todo momento hacer un trabajo especializado no solo en la carga también en el proceso de descarga.			
6	<b>¿Qué beneficios tendría usted con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?</b>	Menciona que si necesario el uso de estas herramientas y métodos de comercialización ya que el cliente siempre busca ahorrar dinero porque hay gente que está a la expectativa de cualquier lanzamiento u oferta de algún producto y aprovechar es oportunidad para poder comprar algo	<b>¿Cómo se beneficia la empresa y el cliente de la empresa con el desarrollo de diversos métodos y estrategias de comercialización?</b>	Indica que el cliente siempre buscara ganar más, y para ello debe de ahorrar más, buscar buen precio en todo momento y las estrategias y métodos de comercialización de la empresa ayudan de cierta manera porque entre sus estrategias pueden estar las ofertas de ahorro de liquidación, entonces ahí es una	Los especialistas coinciden que el cliente siempre busca ahorrar en sus compras.	Los especialistas no difieren pero si muestran ópticas distintas en relación a las estrategias y métodos de comercialización.	Los especialistas coinciden que el cliente siempre busca ahorrar en sus compras en todo momento, es por ello que están pendientes de las nuevas ofertas y se benefician de las campañas que lanzan las empresas para aprovechar esa oportunidad y sacar ventaja en el mercado posteriormente

		que usualmente no lo hace cuando está en temporada normal y también es sumamente beneficioso para la empresa porque eso le permite rotar su producción y generar movimiento en su organización, siempre en cuando respete sus márgenes de ganancia y no trabaje en pierde.		buena oportunidad para conseguir el producto deseado a un buen precio.			
7	<b>¿Por qué cree que es importante que se conozcan sus inquietudes, necesidades y sugerencias?</b>	Indica que es la columna vertebral de la organización es el cliente, porque empresa sin clientes no es nada, los clientes son la razón por la que existen las empresas sin ellos es como un barco a la deriva por lo que es necesario la atención al cliente, una empresa está obligada de empatizar con su clientes a saber más de ellos a conocer sus expectativas y necesidades si la empresa realmente	<b>¿Por qué cree que es importante conocer las inquietudes, necesidades y sugerencias de los clientes de la empresa? Y ¿Qué beneficios genera en los clientes de la empresa?</b>	El especialista enfatiza que la opinión del cliente siempre será importante no importa el estado de ánimo en el que se encuentra, porque esa opinión podrá ayudarnos a entender si es un error humano o tecnológico, si es por tecnología la empresa está cayendo en la era arcaica es por ello que se debe mejorar, hay deferente factores que se pueden mejorar no	Los especialistas indican que el cliente es la parte fundamental para una empresa, y es muy importante conocer sus inquietudes y necesidades.	Los especialistas no difieren pero si muestran ópticas distintas en relación a las inquietudes y necesidades de los clientes.	Los especialistas indican que el cliente es la parte fundamental para la empresa y es muy importante saber de ellos, conocer sus necesidades, sus expectativas, dudas y anhelos. con la finalidad de servirlos, darles un buen servicio y un buen producto, ellos al percibir esa actitud de parte de la empresa sentirán satisfacción y confianza en todo momento porque saben que siempre la empresa los va escuchar.

		quiere mantenerse en el mercado es necesario que se esfuerce, lo cual el cliente percibe con agrado, siente satisfacción y confianza en todo momento.		solo en infraestructura sino también a nivel personal y es bueno tomar en cuenta las sugerencias y explicar por qué algunas acciones de nuestro trabajo ya que estas son por el bien de ambas.			
8	<b>¿Qué sensación genera en el cliente cuando el personal de la empresa se pone en su lugar con el fin de conocer y satisfacer las necesidades del cliente?</b>	Menciona que el cliente se siente valorado y especial, siente que la empresa lo entiende y soluciona sus inconvenientes, dudas y reclamos de manera inmediata, la llave para consolidarse en el mercado es la atención al cliente si hay un trato amable y responsable hacia el cliente todo se puede solucionar de manera efectiva y se puede mejorar las áreas que la empresa está fallando.	<b>¿Qué sensación genera en el cliente de la empresa al ponerse en su lugar con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades?</b>	Indica que el cliente se siente importante lo que genera tranquilidad de saber que la empresa con la que está trabajando se interesa por él y por su negocio y es por ello intentan conocer más sus necesidades. sin embargo la empresa realiza esta acción porque entiende que el cliente es el pilar de su negocio, porque si la empresa no entiende a sus clientes y no sabe que quieren realmente la simplemente se estancara o dejara el mercado.	Los especialistas coinciden que los clientes se sienten importantes y especiales porque se les está tomando en cuenta.	Los especialistas no difieren pero si muestran ópticas distintas en relación a la empatan que muestra el personal e la empresa.	Los especialistas coinciden que los clientes se sienten importantes y especiales porque la empresa está haciendo un esfuerzo para lograr entenderlos, saber más de ellos y esa manera poder ayudarlos en lo que ellos necesiten. Así mismo los especialistas manifiestan que un trato amable y la intención de conocer sus necesidades es muy importante ya que si algo falla se podrá solucionar de la mejor forma.

<p>9</p>	<p><b>¿Cómo se siente usted cuando recibe un buen producto y con un buen servicio de entrega?</b></p>	<p>Menciona que el cliente espera que el producto llegue en buenas condiciones, con la calidad y las especificaciones solicitadas, esta debe ser medible en el tiempo lo que significa que el producto debe de funcionar o realizar la labor para el cual fue comprado y esto es medible de acuerdo a la categoría de los productos, posterior a ello es importante el proceso de entrega porque en esta se encuentra la puntualidad y la calidad del servicio de entrega y las condiciones como llega el producto.</p>	<p><b>¿Cómo se siente el cliente de la empresa cuando percibe que se realizó un buen producto y buen servicio de entrega?</b></p>	<p>Indica que todo cliente siempre viene con la expectativa alta con la intención de obtener un buen producto, por ello se esfuerza en busca propuestas de diferentes empresas así mismo verificar la calidad del producto ya elaborados en otra empresa y luego de un análisis minucioso decide deposita su confianza en una empresa. Por lo cual exige que la empresa cumpla con lo prometido en cuanto a la calidad y el servicio porque el cliente ya se generó una expectativa y ya conoce de otras empresas, por lo cual en todo momento estará evaluando, el desempeño del personal que lo atiende y la calidad del producto de la empresa. Si la empresa cumple con esos requisitos el cliente se sentirá</p>	<p>Los especialistas coinciden que los clientes vienen con altas expectativas y esperan que se les brinde un buen producto y un buen servicio a las vez</p>	<p>Los especialistas no difieren pero si muestran ópticas distintas en relación a sus expectativas.</p>	<p>Los especialistas coinciden que los clientes vienen con altas expectativas y esperan que se les brinde un buen producto y un buen servicio ya que de eso dependerá si el cliente sigue trabajando o no con la empresa, el cliente es el mejor medidor de la calidad y el servicio que ofrece la empresa ya que este estará evaluando constantemente la calidad del producto y la calidad del servicio recibido por la empresa.</p>
----------	---	---	---	---	---	---	---

				satisfecho y siempre seguirá trabajando con la empresa.			
10	<p><b>¿Qué piensa usted cuando un producto es fiable y cumple con los estándares de calidad?</b></p>	<p>Indica que es muy importante que el producto sea fiable y cumpla con los estándares de calidad porque de eso dependerá su permanencia en el mercado ya que el cliente es el mejor medidor la mejor propaganda para el empresario. Si el producto no cumple con lo que promete y no funciona o no es fiable, los mismos clientes se encargaran en sacarlo del mercado de manera gratuita no tendrá, peor enemigo comercial que un cliente</p>	<p><b>¿Por qué cree que el producto y el servicio es fiable? Y ¿De qué manera beneficia al cliente?</b></p>	<p>Indica que el producto es la carta de presentación de la empresa y esta debe ser de alta calidad y cumplir para lo que fue diseñado, para ello se requiere el uso de materiales de buena calidad en base a la solicitud del cliente y el uso adecuado de maquinaria que permita hacer un buen trabajo y darle un buen acabado, el cliente siempre estará satisfecho mientras la empresa cumpla con lo prometido tanto en el producto como en el precio.</p>	<p>Los especialistas coinciden que el producto de la empresa es la carta de presentación de la empresa y que este debe ser altamente fiable</p>	<p>Los especialistas no difieren en relación a la fiabilidad del producto pero si muestran ópticas diferentes.</p>	<p>Los especialistas indican que el producto es la carta de presentación de la empresa y un buen producto que cumpla con la calidad solicitada será fiable y generara beneficio a largo plazo en el cliente y este será un factor determinante para que la empresa se mantenga en el mercado o simplemente se estanque porque un cliente satisfechos siempre va seguir trabajando y recomendando el producto y los servicios de la empresa.</p>

		insatisfecho. En cambio si el producto es fiable es todo lo contrario, la empresa tendrá propaganda andante gratuita y de por vida, porque ese cliente no solo recomendará el producto sino también hablara bien de la empresa.					
11	<b>¿Por qué es importante para usted el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado?</b>	Menciona que la responsabilidad es súper importante porque si esta falla no solo generara malos comentarios genera una caída en la venta de los clientes la empresa que compra, así mismo se creará una mala reputación que será difícil borrar en el tiempo ya que esta no está cumpliendo con lo ofrecido. Es por ello que el respaldo de la empresa debe estar anclado a la capacidad que tiene la empresa para responder ante cualquier demanda de producción ya sea	<b>¿Por qué es importante el respaldo de la empresa y el estricto cumplimiento de lo acordado para la empresa y para el cliente de la empresa?</b>	Indica que el respaldo de la empresa está en la infraestructura en la capacidad económica y también en el equipo de trabajo que la empresa tiene. Estos factores son el respaldo de la empresa lo que permite responder ante cualquier situación o pedido en pequeña o gran escala, con el propósito de cumplir con los clientes en las fechas acordadas y siempre salvaguardando la calidad del producto y servicio.	Los especialistas coinciden que el respaldo es el equipo humano y su capacidad para responder ante cualquier circunstancia o solicitud de pedido.	Los especialistas no difieren en ningún punto pero si aportan ópticas diferentes en relación al tema del respaldo y la responsabilidad.	Los especialistas coinciden que el respaldo es el equipo humano y su capacidad para responder ante cualquier circunstancia o solicitud de pedido en mayor o menor escala y esto determinara el cumplimiento de sus objetivos para con los clientes, ya que de eso depende si el cliente sigue o no con la empresa. El cliente se beneficia de ese respaldo y recibe sus productos con responsabilidad y cumple con sus clientes.

		cantidades pequeñas o grandes, estos se apoyan en sus empleados con diferentes capacidades y habilidades lo cual genera un alto grado de responsabilidad y cumplimiento con los clientes para poder entregar sus producto en el tiempo indicado.					
12	<b>¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿de manera se beneficia usted?</b>	Única que la responsabilidad es muy importante porque el empresario entiende que si falla en ese sentido romperá la cadena de consumo y afectara a muchas personas o empresas que están solicitando el producto. Es porque ello que el valor fundamental en una empresa debe ser la responsabilidad y cumplir a toda costa con los clientes en el tiempo prometido y siempre salvaguardando la calidad del producto.	<b>¿Por qué es importante la responsabilidad de una empresa para cumplir con sus objetivos? y ¿De qué manera beneficia al cliente de la empresa?</b>	Manifiesta que es importante hacer las cosas con responsabilidad cuando no está presente este valor se pierde la oportunidad de venta y de multiplicación de clientes, las referencias son un marketing muy potente y es más fácil fidelizar en base a referencias de los clientes la empresa no debe hacer un esfuerzo para que el cliente se vaya contento, si el cliente se va insatisfecho se pierde la oportunidad de seguir creciendo,	Los especialistas coinciden que es muy importante la responsabilidad de la empresa porque si esta falla puede afectar seriamente al cliente.	Los especialistas no difieren y ambos aportan de ópticas diferentes en relación a la responsabilidad con el cliente.	Los especialistas coinciden que es muy importante la responsabilidad de la empresa porque si esta falla puede afectar seriamente al cliente debido que no recibieron los productos, por lo cual ellos también fallaran a su clientes y consumidores y se romperá la cadena de consumo y podría desembocar en problemas para ambas partes. pero si el producto llega a tiempo el cliente podrá atender a sus clientes y asegurar su permanencia en la empresa.

		Esto beneficia al cliente y hace que sigan trabajando con la empresa y también puedan crecer como empresa o negocio junto a sus clientes.		en caso incumpla con los clientes hay una pérdida de imagen e incluso puede generar la desaparición de la empresa por la falta de responsabilidad.			
13	<b>¿Tiene usted alguna recomendación a para empresa?</b>	Recomienda tomar en serio a los clientes, responder a sus reclamos inmediatamente y enfatizar el uso de las redes sociales para asegurar una buena imagen en el mercado.	<b>¿Tiene usted alguna recomendación para los directivos de empresa?</b>	Recomienda que el mundo grafico debe ser más original e innovador así mismo indica que el sistema de entrega debe ser mejorado y cambiar la imagen del repartidor por una persona más amable y presto a servir, también recomienda el uso de herramientas tecnológicas en diferentes áreas de la empresa.	Los especialistas coinciden que se debe incorporar en el uso de herramientas tecnológicas en diversos procesos que realiza la empresa.	Los especialistas no difieren en sus recomendaciones, pero si tienen diferentes consejos para mejorar los procesos de la empresa.	Los especialistas coinciden que se debe incorporar el uso de herramientas tecnológicas en diversos procesos que realiza la empresa, así mismo recomiendan tener mayor presencia en las redes y responder inmediatamente a los reclamos, así mismo recomiendan que el personal de entrega de productos debe estar más capacitado.

14	<p><b>(Entrevistador)</b>  <b>Percepcion emocional del colaborador</b></p>	<p>El especialista se mostró con apertura y buen ánimo durante la entrevista explico a detalle cada una de las preguntas en su mayoría sus respuestas fueron con ejemplos claros de mucha ayuda y han sido sintetizados cuidadosamente. Así mismo el especialista brinda una óptica global y pone énfasis en el uso del internet ya que es un mercado sin fronteras y una manera de estar en contacto directo con la millones de personas.</p>	<p><b>Percepcion emocional del colaborador</b></p>	<p>El especialista se mostró con gran apertura a preguntas y respuestas en todo momento, presento argumentos y ejemplos los cuales fueron sintetizados cuidadosamente, enfatiza el tema de la gestión logística y la importancia del uso de herramientas tecnologías en diversas áreas.</p>	<p>Los especialistas se mostraron con apertura a las preguntas, con buen ánimo e intención para brindar sus conocimiento.</p>	<p>Los especialistas no difieren, manejan diferentes ópticas pero ambos encausan sus conocimientos al mismo objetivo que es satisfacer al cliente.</p>	<p>Los especialistas se mostraron con apertura a las preguntas, con buen ánimo e intención para brindar sus conocimientos en todo momento, los especialistas resaltan el valor humano y la importancia de trabajar en equipo y comprometerse con la empresa para cumplir con los objetivos trazados. Así mismo resalta la importancia de servir al cliente y ser responsable con ellos y sobre todo enfatizan la importancia del uso de herramientas tecnológicas.</p>
----	--	--	--	---	---	--	--