



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la Ciudad de Tarapoto periodo 2016”

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

AUTORA:

Marycielo Nickole Flores Paredes

ASESORA:

MBA.Lizeth Erly Mescua Ampuero

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planificación

TARAPOTO – PERÚ

2017

Acta de Aprobación de la Tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar el trabajo de investigación presentada por don (a) Marycielo Nickole Flores Paredes cuyo título es: "Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la empresa Ferrocetro Don Diego Sac de la ciudad de Tarapoto, periodo 2016"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **16, DIECISEIS.**

Tarapoto, 07 de Diciembre de 2017



Lic. Adm. Mg. Karla Patricia Martel Alfaro
CLAD N° 0119

PRESIDENTE


Mg. Roger Burgos Bardales
CLAD: 9264

SECRETARIO



MBA. Tereza Eddy Mesquita Ampuero
LIC. EN ADMINISTRACIÓN



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Dedicatoria

A mis padres, por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me ha infundado siempre; por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis hermanas, por haberme apoyado en todo momento, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien y ser un ejemplo para ellas.

Agradecimiento

A mis padres, por haber sido el soporte para terminar este informe, por su cariño, comprensión y sobre todo por la motivación día a día.

A mis docentes, por su gran apoyo y motivación para la culminación de mi carrera profesional, por su apoyo ofrecido en este trabajo, por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional.

Declaratoria de autenticidad

Yo, **Marycielo Nickole Flores Paredes**, estudiante del Programa de Pre Grado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI 75318675, con la tesis titulada **“Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la Ciudad de Tarapoto periodo 2016”**.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, noviembre de 2017.



Marycielo Nickole Flores Paredes

DNI 75318675

Presentación

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada **“Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la Ciudad de Tarapoto periodo 2016”**, con la finalidad de determinar la incidencia de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016; en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El autor.

Índice

Acta de Aprobación de la Tesis	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	v
Índice	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras.....	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1.Realidad Problemática.....	13
1.2.Trabajos previos	14
1.3.Teorías relacionadas al tema	19
1.4.Formulación del problema	28
1.5.Justificación del estudio	28
1.6.Hipótesis	29
1.7.Objetivos	29
II. MÉTODO	30
2.1.Diseño de investigación.....	30
2.2.Variables, Operacionalización	30
2.3.Población y muestra	32
2.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validación y confiabilidad	32
2.5.Métodos de análisis de datos.....	33
2.6.Aspectos éticos	33
III. RESULTADOS	34
IV. DISCUSION.....	42
V. CONCLUSIONES	44
VI. RECOMENDACIONES.....	45
REFERENCIAS:	46
ANEXOS	51

Matriz de consistencia

Instrumentos de recolección de datos

Validación de instrumentos

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación.

Acta de aprobación de originalidad

Acta de aprobación de tesis

Autorización de publicación de tesis al repositorio

Autorización final de trabajo de investigación

Índice de Tablas

Tabla 1: Planeación de Actividades	34
Tabla 2: Organización	35
Tabla 3: Liderazgo	36
Tabla 4: Gestión Administrativa.....	37
Tabla 5: Percepción del cliente.....	38
Tabla 6: Satisfacción del cliente	39
Tabla 7: Prueba de normalidad.....	40
Tabla 8: Correlación	40

Índice de Figuras

Figura 1: Planeación de Actividades.....	34
Figura 2: Organización	35
Figura 3: Liderazgo	36
Figura 4: Capacidad de distribución	37
Figura 5: Percepción del cliente	38
Figura 6: Satisfacción del cliente.....	39

Resumen

El presente trabajo de investigación titulada “Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la Ciudad de Tarapoto periodo 2016”, tuvo como objetivo general determinar la incidencia de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016. De tal manera que se aplicó una investigación con un diseño no experimental. Además de ello, la investigación presenta un nivel descriptivo, explicativo y correlacional transversal, donde se pretende explicar la incidencia que tiene la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa, para ello la muestra estará conformada por la totalidad de la población. Por ser una cantidad manejable, es decir, por los 15 clientes más frecuentes con que cuenta la empresa Ferrocetro Don Diego SAC, para la dicha recolección de datos. Por consiguiente, se concluyó que, si existe una relación significativa entre la dimensión capacidad de distribución y la satisfacción de los clientes, esto se verifico mediante la prueba de Rho Spearman ya que debido a que el valor sig. (bilateral) obtenido es menor a 0,05 e igual a 0,000.

Palabras clave: Capacidad de distribución y satisfacción del cliente.

Abstract

The present research work entitled "Capacity of distribution and its incidence in the satisfaction of the clients of the company Ferrocentro Don Diego SAC, of the City of Tarapoto period 2016", had like general objective To determine the incidence of the capacity of distribution in the Satisfaction of the customers of the company Ferrocentro Don Diego SAC, from the city of Tarapoto, 2016. In such a way that a non-experimental research was applied, in addition to this, the research presents a descriptive, explanatory and transversal correlational level where It aims to explain the impact that the distribution capacity has on the satisfaction of the company's customers, for this the sample will be made up of the entire population, as it is a manageable quantity, that is, by the 15 most frequent customers with whom how much the company Ferrocentro Don Diego SAC, for the said data collection. Therefore, it was concluded that if there is a significant relationship between the size distribution capacity and customer satisfaction, this was verified by the Rho Spearman test since the value follows sig. (bilateral) obtained is less than 0.05 and equal to 0.000.

Keywords: Distribution capacity and customer satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Las empresas por su razón de ser, buscan a través de la satisfacción de sus clientes, empoderar y mantenerse a largo plazo en el mercado globalizado, sin embargo, ésta es una tarea importante que recae a la administración de la empresa, a fin de dar cumplimiento al logro de los objetivos y metas que van relacionados con la eficacia, la eficiencia, la economía y la calidad respecto a la ejecución de las funciones dentro de la empresa; para ello se ejecutan ciertas fases como la planificación, la organización de las actividades, entre otros. Por ejemplo, cuando se trata de empresas que distribuye bienes y servicios, es importante que su capacidad de distribución sea eficiente, tal como señala Jiménez (2010) “la capacidad de distribución de las empresas pasa por gestionar de forma eficiente su cadena logística, para tal efecto la empresa tiende disminuir todas aquellas debilidades, suprimiendo los procesos que por lo general no suelen aportar un valor añadido a los procesos de producción o servicios”. Este tipo de acciones hace que el cliente busque preferencias por el valor agregado que la empresa da respecto a ciertos mecanismos que emplea para ofrecer sus productos en el mercado. (p.10)

La empresa siempre busca que su cliente este satisfecho, ello le permite obtener mayores ganancias y la entrada al mercado como una empresa confiable, para ello es importante la planeación de las actividades, contar con políticas de cumplimiento, una buena organización sobre todo es importante el liderazgo de la dirección.

En el Perú el problema no es ajeno, ya que las empresas a diario luchan por mantener a sus clientes, en el año 2015 a través del Diario la Republica Jaime Lezcano integrante de la Comisión de la Defensa del consumidor, daba a conocer que un total de 107 919 quejas y reclamaciones se han presentado ante distintos organismos, donde los servicios Bancarios son las que más quejas recibió. Un claro ejemplo de que las empresas no cuentan con estrategias que les permita mantener satisfecho al cliente, si los tienen no están aplicando de forma correcta, ya que el cliente es el activo principal de la empresa.

Por consiguiente, Ferrocentro Don Diego S.A.C, es una empresa dedicada a la venta de materiales de construcción como artículos de ferretería, entre otros; según una entrevista a sus directivos, mencionaron que suelen tener muchos reclamos en el proceso de distribución, son estos reclamos la materialización de la insatisfacción que tienen los clientes; por ser una empresa con un modelo de negocio sectorizado cuenta con 15 clientes recurrentes y/o principales, llámese a estos los que generan el 80% de los ingresos, son a estos a los que se les distribuye materiales de construcción de acuerdo al pedido que realizan; sin embargo, al tener una rápida conversación con los mencionados clientes, comentan que evidencian una falta de organización por parte de la empresa en el proceso de entrega de sus materiales, dentro de los problemas más usuales está el hecho de que no se vienen cumpliendo con las entregas en las fechas pactadas; y que a su vez esto conlleva a la insatisfacción y perjuicio de los clientes ya que son los afectados directos, así mismo este escenario, también viene generando daños en la empresa por la pérdida de clientes, porque no se cumple con las expectativas solicitadas y se tiende a perder la fidelización de los mismos. Es por esta razón que resulta necesario efectuar un estudio en el que se logre determinar la incidencia de la mala capacidad de distribución de los materiales, en la insatisfacción de los clientes de la empresa Ferrocentro Don Diego S.A.C, de la Ciudad de Tarapoto, periodo 2016.

1.2. Trabajos previos

Internacionales

López, O. (2015). En su tesis titulada: *Canales de distribución y la satisfacción del cliente en la empresa GAMALIEL CIA. LTDA., en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua.* (Tesis de pregrado). Realizado en la Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. Tuvo como objetivo general determinar cuáles son los factores que inciden los inadecuados canales de distribución y la insatisfacción del cliente en la empresa GAMALIEL CIA. LTDA., de la ciudad de Ambato, para optimizar los canales de distribución. Llegando a las siguientes conclusiones:

- El autor determinó una muestra conformada por 200 clientes, para ello aplicó una investigación explicativa, correlacional y descriptiva, también consideró instrumentos de recolección de datos por medio de encuestas.

- Las estrategias de distribución que posee la empresa actualmente no son adecuadas, ya que desde su constitución como empresa. Además, la satisfacción del cliente se encuentra en un nivel medio de acuerdo a las encuestas realizadas. (p.67)

Chiluisa, J. (2015). En su tesis titulada *La Calidad de Servicios y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la Ciudad de Latacunga, Ambato. Ecuador.* (Tesis de Pregrado). La investigación tuvo como principal objetivo, identificar como la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes de la empresa Yambo Tours C.A. Para ello tomo como muestra a 115 clientes. Donde la metodología de la investigación fue de tipo descriptiva, exploratorio y correlacional. Llegó a las siguientes conclusiones:

- La atención es primordial dentro de la empresa y que esta influye en gran medida en la satisfacción de los mismos, ya el cliente percibe como un aspecto importante de la empresa. Las empresas deben mostrar interés por el cliente y lograr atender de manera oportuna y amable, se podría decir que esa es la imagen de toda empresa.
- La empresa en estudio está descuidando este elemento fundamental ya que los clientes se quejan del servicio que reciben, consideran que los colaboradores no les apoyan al momento de presentar un problema, no atiende sus inquietudes y se hace de la vista gorda al momento de presentarse algún inconveniente relacionado con el servicio o el producto. (p.62)

Mazón, S. (2014). En su tesis titulada: *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro.* (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato. Ambato. Ecuador. La investigación tuvo como el principal objetivo de identificar cuáles son los factores determinantes de la gestión administrativa que se encuentran influyendo en la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro. Tomo como muestra a un total de 205 clientes, las cuales representan a los clientes más frecuentes con que cuenta la empresa. La investigación fue de un tipo descriptivo exploratoria. Llegando a las conclusiones siguientes:

- La empresa presenta mayores dificultades en las diferentes actividades que desarrolla, de tal forma hay un porcentaje considerable de clientes que se muestran insatisfechos por el servicio prestado.
- Las mayores dificultades están en los tiempos de atención, cumplimiento de pedidos, las cuales muchas veces no son cumplidas en los tiempos estipulados, generando malestar en los clientes. (p.81)

Alvares, G. (2012). En su tesis titulada: *Satisfacción de los Clientes y Usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados Gubernamentales*. (Tesis de postgrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas – Venezuela; tuvo como objetivo general determinar el grado de satisfacción de los clientes, con respecto a la calidad del servicio ofrecido, en una red de supermercados del Gobierno, la investigación descriptiva correlacional, no experimental tomó en como población a los beneficiarios de la Red (PDVAL), por lo tanto, la investigación consideró y tomó en cuenta como instrumento de recolección de datos la observación directa y una entrevista. Llegó a las siguientes conclusiones:

- La investigación dispone de manera actual 142 establecimientos en distribución directa según supermercados del Gobierno, por lo tanto, solo 10 de ellos se encuentran en la Capital contando con un promedio de clientes que asciende a 1.817.154, en tal sentido para la muestra se tomó solo a 839 clientes que figuran un porcentaje de 22,23% que acuden de manera constante a la región.
- Por otro lado, el instrumento aplicable CALSUPER está condicionada por 4 dimensiones que fue medido a una escala del 1 al 5, en razón a estos datos se percibieron resultados estadísticos el cual estuvieron representados por 1,27 en razón a los clientes generando una expectativa en un 25.4% en la mejora de la satisfacción total. (p.44)

Montesdeoca, M. (2011). En su tesis titulada: *Análisis al proceso de distribución comercial de importadora Alvarado y su influencia en la satisfacción del cliente en el segundo semestre del 2010*. (Tesis de pregrado). Realizado en la Universidad técnica de Ambato. Ecuador. La presente investigación tuvo como objetivo general analizar el proceso de distribución comercial que requiere el área de bodega mediante un minucioso control de las actividades que se realizan, el mismo que

permite mejorar el proceso para una atención ágil en Importadora Alvarado. Tomó una muestra de 148 clientes. La investigación exploratoria tomó en consideración instrumentos de recolección de datos por medio de una encuesta. Llegó a las siguientes conclusiones:

- El tiempo de transporte es esencial y los clientes recomiendan que se debe mejorar, ya que es una razón de decepción en ellos y esto impacta los acuerdos y objetivos de la organización.
- Asimismo, se puede observar que no existe un control suficiente del proceso de divulgación de la empresa, ya que los clientes están en la angustiosa necesidad de llamar a la organización unas cuantas veces con un objetivo final específico para que sus peticiones se transmitan rápidamente, lo que refleja un Descoordinación en la gama del centro de distribución. (p.93)

Nacionales

Álvarez, R. y Rioja C. (2016). En su tesis titulada: *Optimización del proceso de distribución de la facturación y la satisfacción al cliente de la empresa américa móvil Perú S.A. 2016.* (Tesis de pregrado). Realizado en la Universidad Privada del Norte. Lima – Perú. Tuvo como objetivo general mejorar el grado de satisfacción del cliente a nivel nacional, optimizar los costos en los procesos de impresión y distribución de los recibos de los clientes a nivel nacional, optimizar el proceso de distribución a nivel nacional. Tomó en consideración una muestra de conformada por unos 50 clientes. El autor aplicó una investigación aplicada. También consideró instrumentos de recolección de datos por medio de encuestas. Concluye que: Tener un alto porcentaje de clientes satisfechos, mejorar y optimizar los procesos operativos internos. (p.72)

Gonzales, Y. (2015). En su tesis titulada *Calidad de servicio y la relación con la satisfacción del cliente de STARBUCKC COFFEE del distrito de Santa Anita, Lima, 2015.* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión. Lima, Perú. La investigación contó con el principal objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de STARBUCKS COFFEE del distrito de Santa Anita, Lima, 2015. La metodología de la investigación fue de un

tipo descriptivo correlacional, de un diseño no experimental y de corte trasversal. Llegó a las siguientes conclusiones:

- Existe una relación directa y positiva entre las variables de estudio, es decir, entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente dentro de la empresa.
- Por otro lado, se llegó apreciar un 40% de la calidad de servicio, con un comportamiento a la baja, donde la satisfacción del cliente se encuentra en un promedio de 44% con tendencia a la baja a un 30%, donde se aprecia que, ante una menor calidad, de servicio disminuye en gran medida la satisfacción del cliente. (p.59)

Villavicencio, R. (2014). En su tesis titulada: *Calidad de Servicio en el Área de Carga y Encomienda y la satisfacción de los Clientes de la Empresa Transporte Línea S.A. Trujillo 2013*. (Trabajo de Pregrado). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo. Perú. La investigación tuvo como principal objetivo determinar cuál es la calidad de servicio en el área de carga encomiendas y como esto se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes Línea S.A. Trujillo. Tomó como muestra a un total de 384 personas, la metodología de la investigación fue de tipo. Concluye que:

De tal forma la investigación llegó a concluir el trato que recibe el cliente por parte de los colaboradores es vista como una de las estrategias o atributos más importantes dentro de la empresa, que están orientados a lograr la satisfacción de los clientes. Además, la rapidez, la atención personalizada influye de una forma considerable en la satisfacción del cliente. (p.88)

Uceda, I. (2013). En su tesis titulada: *Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del Distrito de la Victoria en la Ciudad de Chiclayo*. (Trabajo de Pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Perú. La investigación contó con el objetivo principal de identificar la influencia que existe entre el nivel de satisfacción laboral y de los clientes de las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo. Tomó como muestra a un total de 235 trabajadores y 150 clientes. La metodología de la investigación fue descriptiva de campo. Concluye que:

La satisfacción laboral guarda relación con la satisfacción de los clientes externos, donde una mayor satisfacción de los propios trabajadores hace que expresen una mayor atención al, mostrando amabilidad en la atención, y respondiendo a cada necesidad del cliente. (p.67)

García, M. (2011). En su tesis titulada: *Medición de la satisfacción del cliente en una Empresa de Retail*. (Tesis de Pregrado). Universidad de Piura. Piura. Perú, la investigación conto con el principal objetivo de identificar el nivel de satisfacción que muestran los clientes en una Empresa Retail. Para ello tomo como muestra a 460 personas a encuestar. La metodología de investigación fue de un nivel descriptivo explicativo. Concluye que:

- La satisfacción de los clientes es un indicador esencial para la empresa ya que genera la lealtad de los mismos hacia la empresa. Además, con la investigación logro determinar que por cada 100 clientes satisfechos por el servicio se genera 25 nuevos clientes y por una queja existente hay más de veinte clientes insatisfechos. (p.59)

1.3. Teorías relacionadas al tema

Capacidad de distribución

Jiménez, (2010) sostiene que la capacidad de distribución de las empresas pasa por gestionar de forma eficiente su cadena logística, para tal efecto la empresa tiende disminuir todas aquellas debilidades, suprimiendo aquellos procesos que por lo general no suelen aportar un valor añadido a los procesos de producción o servicios. Por ello es esencial la capacidad de distribución que tiene la empresa para poder mantener una buena relación con los clientes, así como proveedores. (p.66)

Por su parte Muñoz (2009) menciona que la capacidad de distribución depende mucho de las estrategias de la administración, ya que es aquel que orienta la dirección, organización, planeación y control de las diferentes operaciones, y que estas operaciones sean actividades suficientes para el adecuado proceso de distribución: el control permite:

- La administración de los materiales
- La administración de la calidad.

- Localización de plantas y almacenes (p.45)

En tal sentido como empresa es importante poder plantearse la forma como podrá aportar una adecuada capacidad de distribución, como ayuda en la relación con los clientes, así como proveedores, los tipos de relación que queremos lograr, por ello es importante que la empresa cumpla con los compromisos adquiridos (Jiménez, 2010, p.54)

Por otro lado, Jiménez, (2010) menciona que la capacidad de distribución suele presentarse de forma de flujos de indicadores de cada movimiento de la producción y/o distribución de los productos, una distribución puede depender de la organización, así como planificación de los mismos, la cual también va influir en gran medida la satisfacción de los clientes, dentro de la capacidad de distribución podemos encontrar estrategias como:

- Pedidos de mercadería: debe haber voluntad por parte de la empresa en cumplir con el cliente, es decir, crear compromiso de abastecimiento en donde se negocia la cantidad de pedido, así como las condiciones de venta y las modalidades de recepción.
- Modalidades de pago: la mercadería es adquirida por medio del pago en unidades monetarias, la cual es fundamental que el empresario quede en las mejores condiciones de pronto pago y que beneficie a ambos.
- Negociación: en el proceso de negociación intervienen las partes que corresponden a la distribución y/o canal de distribución, ya que es la acción que recoge aspectos de transacción comercial, cantidades, precios, promoción entrega entre otros, las cuales juegan un papel fundamental en cada parte de la negociación.
- Función de compra y venta: todos los intercambios comerciales tendrán en su cargo el suministro de los clientes, en las actividades de compra y venta, se transmiten la propiedad de los bienes a los clientes. (p.66)

En ese sentido Jiménez, (2010) refiere que el proceso de distribución debe ser coherente con la imagen del producto que expresa las otras modalidades de marketing. Por ello se considera que existe una relación directa con el proceso de

distribución, imagen y posicionamiento de la empresa, en ese sentido es importante que la empresa refuerce el punto de venta para lograr una imagen mejor del mismo. (p.68)

Canales de distribución

Jiménez, (2010) manifiesta que una vez que la empresa termine analizar, así como fijar objetivos, las mismas que permitirán fijar estrategias y selección adecuada de canales de distribución, las cuales deben tener forma jurídica y física. Este referido al número o niveles que va tener la distribución de productos hasta llegar a la disposición del propio cliente, en ese sentido los canales de distribución pueden ser:

- **El canal de distribución directo:** en este tipo de canal de distribución se menciona que el fabricante es el quien asume la función la forma de la distribución de los productos en cada punto de venta. Mayor las dificultades en este tipo de distribución por lo general están relacionadas con las inversiones fuertes que tiene que hacer el fabricante tanto en infraestructura, así como en estructura.
- **Canal de distribución indirecto:** también es conocido como una de los canales de distribución indirecta a corto y largo plazo, la cual mayormente depende de la cantidad de empresas que intervengan hasta llegar a la venta final. En tal sentido la distribución de forma indirecta permite en lo posible lograr una mayor cobertura de mercado y se encuentra más flexible a las características o cambios locales de la demanda, las mayores dificultades encontradas en este punto está el menor control de las políticas comerciales.
- **Distribución por cuenta propia:** en este escenario el empresario desarrolla canales de distribución privados, la empresa trata de controlar cada uno de los procesos de la actividad hasta la puesta a disposición del cliente.
- **Distribución por cuenta ajena:** es la distribución intermedia hasta llegar al consumidor final, para ello existen criterios económicos de peso importante para la elección del tipo de distribución.
- **Distribución mixta:** es el tipo de distribución donde se utiliza a la misma empresa y por cuenta ajena. (p.75)

Evaluación de la capacidad de distribución

Munch (2014) sostiene que la capacidad de distribución está relacionada con la administración de la empresa, la cual resulta ser una actividad indispensable en todas las organizaciones, y tiene como finalidad poder garantizar la competitividad de la empresa, entre las etapas que comprenden el proceso de distribución o administración está, la planificación, organización, dirección y control. (p.73)

Planeación de actividades

Munch (2014) sostiene que la planeación son las estrategias que permiten determinar escenarios futuros, la cual orienta el rumbo de la empresa y aquellos resultados que se pretenden obtener y que permita en lo posible poder minimizar riesgos y definir estrategias para poder cumplir eficientemente con los clientes. (p. 75).

- **Estrategias de distribución:** las estrategias son los lineamientos generales de la planeación, que permite poder cumplir eficientemente con los clientes, las estrategias abarcan toda la organización
- **Políticas de cumplimiento:** las políticas de la empresa deben estar orientados al logro de los objetivos, estar diseñada para poder cumplir con los objetivos y mantener a los clientes satisfechos.
- **Tácticas funcionales:** son aquellos planes que son más eficientes para el cumplimiento de las tareas de la empresa.

Organización

Munch (2014) sostiene que la organización es el diseño de proceso, estructuras, funciones, así como responsabilidades, con el establecimiento de métodos, la cual permite la simplificación del trabajo orientado al cumplimiento con los clientes. La finalidad de la organización es simplificar el trabajo y coordinar y optimizar funciones; en otras palabras: lograr que todas las actividades y recursos se coordinen y utilicen de tal forma que resulte sencillo y fácil su manejo para quienes trabajan en la empresa y para la atención y satisfacción de los clientes. La simplicidad en la estructura. (p.77)

- **División del trabajo:** es la delimitación de las actividades con la finalidad de realizar un trabajo con mayor eficiencia, en ese sentido la división del trabajo promueve la especialización, así como perfeccionamiento de propio proceso de trabajo.
- **Coordinación:** la coordinación es importante para que la empresa cumpla de forma eficiente con el compromiso que tiene con sus clientes, por ello toda entrega o actividad debe estar coordinado para así cumplir satisfactoriamente con los clientes y evitar reclamos.

Liderazgo de la dirección

Munch (2014) sostiene que el liderazgo se refiere al conjunto de cualidades y técnicas que el gerente ejerce para dirigir a sus subordinados. Por ello el liderazgo está constituido por tres elementos: autoridad, delegación y supervisión. (p.78)

- **Delegación de funciones:** por medio del cual se manifiesta la esencia de la dirección, ya que es la que administra todo el proceso, la delegación de funciones permite cumplir con mayor responsabilidad las funciones y/o compromisos, en tanto motiva a los trabajadores en el logro de los objetivos.
- **Supervisión:** la supervisión permite garantizar en lo posible el cumplimiento de las actividades y que esta sea realizada como lo planeado, por medio de la supervisión se orienta al personal en el logro de objetivos y cumplimiento e tareas eficientemente.
- **Respuesta a inconvenientes:** es fundamental que un líder este en la capacidad de poder responder a los problemas o reclamos que puedan presentarse por parte del cliente. (p.78)

Satisfacción del cliente

Jiménez, (2010) sostiene que la empresa tiene que tener en cuenta quien es su cliente, la cual debe ser en un sentido amplio, orientado a lograr la satisfacción del consumidor final, para ello también es fundamental tener en cuenta aquellos intervinientes en el proceso de producción o distribución, es decir, desde la fabricación hasta puesta en distribución del consumidor final. (p.52)

En cambio, Domínguez y Muñoz (2010) sostienen que la satisfacción del cliente es el indicador que permite conocer de forma más expresiva la cantidad o porcentaje de clientes satisfechos o también insatisfechos por el servicio prestado, ya que un cliente insatisfecho puede alejarse de la empresa y la cual es perjudicial. (p.63)

Por su parte Hernández (2011) refiere que la satisfacción del cliente es entendida como un estado mental, así como la expresión de sus respuestas que contienen sabiduría, también está relacionada con lo material y emocional, la cual nace como consecuencia de la necesidad o el deseo propio de información. el estado mental es entendida como como un conjunto de valores que son extraídas mediante la función y expectativas del servicio prestado, en ese sentido se puede decir que la satisfacción se encuentra inmerso en la calidad de vida de la persona, sus propias necesidades, dichos necesidades al ser complacidas generan satisfacción. (p.73)

En cambio, Valdivia (2015) menciona que la satisfacción del cliente es el estado de ánimo que presenta dicho cliente, después de haber adquirido un producto o servicio. Por ello es importante poder establecer un sistema de medición de la satisfacción del cliente, la cual se oriente a la mejora permanente del servicio y oferta, en ese sentido es común ver a grandes compañías para medir la satisfacción del cliente realicen encuestas, libro de reclamaciones, entrevistas a los clientes con la finalidad de saber las deficiencias que presenta la empresa, con la finalidad de poder mejorar la satisfacción de los clientes en un futuro próximo. (p.55)

Ávila, Roji y Gutiérrez (2014) refieren que la satisfacción es parte de la personalidad del cliente, la cual se da al momento de sentir placer o satisfacción al momento de consumir y que cumple con sus expectativas que tenía en mente. De tal forma se considera que la estructura de la personalidad de construye por medio de las necesidades, el dinamismo y la propia personalidad, en ese sentido cada uno de estos factores definen la personalidad de la persona y la satisfacción o insatisfacción del mismo. Por otro lado, se considera que las necesidades están unidas por los dinamismos, es decir, la satisfacción también se encuentra ligado a

las necesidades fisiológicas, relajación, deporte entre otros, la cual es considerada como una autosatisfacción. (p.42)

Pérez (2010) sostiene que la satisfacción es un indicador fundamental en la vida de la empresa y la calidad que esta brinda a sus clientes, ya que ellos son los más idóneos en poder identificar las deficiencias en relación a la calidad que genera la empresa. En ese sentido los clientes son aquellos que demandan los bienes y servicios que ofrece la empresa para poder satisfacer sus necesidades, valorando los resultados generados por dicho producto o servicio. Si el servicio logra cumplir con las expectativas el cliente califica como bueno el servicio por tanto su satisfacción es alta, la cual le orienta a recomendar a las demás personas. En ese sentido los clientes se clasifican en:

- **Cientes frecuentes:** son aquellos clientes que acuden a la empresa de forma frecuente a adquirir los productos que la empresa ofrece.
- **Cientes fidelizados:** son aquellos clientes que se sienten identificados con la empresa.
- **Compradores:** los compradores son aquellos clientes que adquieren el producto de vez en cuando, esta puede ser entre uno o dos veces. (p.43)

Factores que influyen en la satisfacción del cliente

Jiménez, (2010) refiere que el comportamiento del consumidor, no obedece únicamente a las leyes racionales, donde interviene la decisión del propio cliente en poder adquirir dicho producto sobre todo esté satisfecho con la adquisición, por ello las empresas tienen que estar en la capacidad de poder reconocer la carencia de algo, de ahí poder conocer la necesidad de cada persona para lograr orientar la adquisición de los productos, entre los factores que influyen en la satisfacción y/o comportamiento del cliente están (p.82):

- El estrato social: el estrato social está compuesta por un conjunto homogéneo de personas, las cuales comparten intereses, valores, creencias, comportamientos, estilos de vida similares, así como educación.
- La cultura: Por otro lado, también se considera que la conducta de las personas al momento de comprar es influenciada por su cultura, la cual es como un indicador que une a las sociedades.

- El macro entorno, economía y demografía: en este sentido la situación económica, así como las características de la población afectan en gran medida al consumo de la persona, por tal motivo es esencial que los personas fabricantes, así como distribuidores puedan supervisar de forma constante las más principales magnitudes macroeconómicas
- Los grupos sociales: los grupos sociales son aquellas organizaciones que comparten objetivos comunes.
- Influencias situacionales: la situación que pueda influir en la decisión de compra pueden estar influenciados por las situaciones del mercado.
- El marketing: el marketing juega un papel fundamental dentro de la decisión de compra de los individuos, muchos pueden tener preferencias por el simple hecho de llevarse por las propagandas del producto. (p.82)

Métodos de medición de la satisfacción del cliente

Gonzales, Carmona y Rivas (2008) sostiene que para evaluar de la satisfacción del cliente se puede obtener información a través de dos formas distintas, la primera como medición directa de la satisfacción, donde se recoge información de la percepción del cliente acerca de la percepción del propio cliente en cuanto al cumplimiento de los requisitos de la organización. Por otro lado, por medio de la medición indirecta se lograr recopilar información en relación al cumplimiento de los requisitos del propio cliente, es decir, la obtención de información sin preguntar directamente al propio cliente, por medio de datos existentes dentro de la empresa. (p.53)

Modelos de medición de la satisfacción de los clientes

Gonzales, Carmona y Rivas (2008) sostienen que para medir la satisfacción del cliente sobresalen dos modelos teóricos de medición directa, el SERVQUAL, promovido por Zeithalm, Parasuraman y Berry; y el SERVPERF, desarrollado por Cronin y Taylor. El primero propone medir la calidad percibida de un servicio como la diferencia entre la expectativa y la percepción, a través del uso de cuestionarios que se encuentran de 22 ítems, agrupados en 5 dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y la empatía). El

segundo modelo utiliza solo la percepción como una buena aproximación a la satisfacción del cliente, eliminando la parte de expectativas de los clientes. (p.55)

Ibarra y Casas (2014) señalan que el modelo alternativo SERVPERF intenta recolectar y medir la percepción del servicio brindado por la empresa a través de 22 declaraciones, con una escala de siete niveles en escala de Likert, todo ello en torno a las cinco dimensiones de calidad del servicio (capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles). (p.63)

Evaluación de la satisfacción de los clientes

Mariño, Rubio y Rodríguez (2013) mencionan que la satisfacción del cliente está relacionada a la percepción que tiene el cliente en una transacción específica. Así mismo, también señalan que para medir las percepciones es posible aplicar el modelo SERVPERF, que se basa en las mismas cinco dimensiones que el modelo SERVQUAL, pero únicamente considera las percepciones de la prestación del servicio, y no las expectativas. (p.72)

Percepción del cliente

Se define como la sensación que experimenta un cliente después de recibir un producto o servicio.

- 1. Capacidad de respuesta:** representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.
- 2. Fiabilidad:** implica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante.
- 3. Seguridad:** son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los mismos para inspirar confianza y credibilidad.
- 4. Empatía:** es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes.
- 5. Elementos Tangibles:** representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio. (p.74)

1.4. Formulación del problema

Problema General

¿De qué manera la capacidad de distribución incide en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego SAC, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016?

Problemas Específicos

- ¿Cómo es la capacidad de distribución de la empresa Ferrocetro Don Diego SAC, de la ciudad de Tarapoto del periodo 2016?
- ¿Cuál es la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego SAC, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016?
- ¿Cuál es el grado de incidencia entre la capacidad de distribución y la satisfacción de los clientes en la empresa Ferrocetro Don Diego SAC, de la ciudad de Tarapoto, periodo 2016?

1.5. Justificación del estudio

Justificación teórica

La investigación es de importancia porque la empresa determinará la incidencia de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa, ya que a la empresa se beneficiará de tal modo que se incrementará más ingresos y fidelidad de los clientes, de tal manera que la teoría de (Munch, 2014) es muy importante porque ayudara a determinar el problema de la distribución en la empresa; mientras que para la variable dependiente satisfacción de los clientes se tomó la teoría de (Mariño, Rubio y Rodríguez 2013). Ambas teorías recalcan la importancia de nuestras variables objeto de estudio.

Justificación práctica

La presente investigación se llevó a cabo dentro de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto, dicha investigación aportó información valiosa a la empresa con respecto de su capacidad de distribución y satisfacción del cliente. Además, la investigación permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos del investigador durante la vida universitaria.

Justificación metodológica

La investigación de tipo correlacional transversal presentó una relevancia en el campo de las ciencias empresariales, ya que trató de un tema de mucha importancia en relación a la satisfacción del cliente que es la clave del éxito para toda empresa. Para resolver el problema de investigación se aplicó un solo instrumento para ambas variables, aplicando la encuesta.

1.6. Hipótesis

Hi: La capacidad de distribución incide de forma directa en la satisfacción del cliente de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016

H₀: La capacidad de distribución incide de forma indirecta en la satisfacción del cliente de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016

1.7. Objetivos

General

Determinar la incidencia de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016.

Específicos

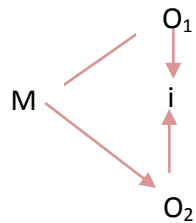
- Evaluar la capacidad de distribución que posee la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016.
- Evaluar la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016.
- Determinar el grado de incidencia de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Según Hernández (2015), señala que la investigación presenta un diseño no experimental - Correlacional, ya que pretendió describir el comportamiento de las variables de estudio tal como se muestran en su realidad sin alterar los resultados de forma deliberada, además se intentó identificar la incidencia o no de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C. (p.173)

Para lo cual se hará uso del siguiente diseño:



En donde:

M : Muestra

O1 : Capacidad de distribución

O2 : Satisfacción del cliente

i : incidencia

2.2. Variables, Operacionalización

Variable I: capacidad de distribución

Variable II: satisfacción del cliente

Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Capacidad de distribución	La capacidad de distribución está relacionada con la administración de la empresa, la cual resulta ser una actividad indispensable en todas las organizaciones, y tiene como finalidad poder garantizar la competitividad de la empresa (Munch, 2014)	La variable será evaluada desde la percepción de los clientes frecuentes con que cuenta la empresa	Planeación de actividades	Estrategias de distribución	Ordinal
				Políticas de cumplimiento	
				Tácticas funcionales	
			Organización	División del trabajo	
				Coordinación	
			Liderazgo de la dirección	Delegación de funciones	
Supervisión					
Respuesta a inconvenientes					
Satisfacción del cliente	La satisfacción del cliente está relacionada a la percepción que tiene el cliente en una transacción específica. (Mariño, Rubio y Rodríguez 2013)	La satisfacción será evaluada desde la percepción de los propios clientes	Percepción del cliente	Elementos Tangibles	Ordinal
				Fiabilidad	
				Empatía	
				Seguridad	
				Capacidad de Respuesta	

2.3. Población y muestra

Población

Arias (2012) sostiene que es una agrupación en la que se conoce básicamente la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental único de dichas unidades. (p,62)

La población estuvo conformada por los clientes más frecuentes que cuenta la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, lo cual estuvo integrada por 15 clientes.

Muestra

Bernal (2004) sostiene que es el conjunto de todas las unidades de muestreo. (p.142)

Por lo tanto, La muestra estuvo constituida por la totalidad de la población, por ser una cantidad manejable, es decir, por los 15 clientes más frecuentes con que cuenta la empresa Ferrocetro Don Diego SAC

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validación y confiabilidad

Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumento	Alcance	Fuente
Encuesta	Cuestionario	Recopilación de datos para la variable capacidad de distribución	Clientes de la empresa ferrocetro Don Diego SAC

Validación de los instrumentos

La validación de los instrumentos estuvo a cargo por la firma de 3 expertos en el campo de investigación y la Administración. A continuación, se menciona:

- Mg. Julio César Capillo Torres
- Lic. Miguel Salazar Hidalgo
- Lic. Tercero Fasanando Puyo

Confiabilidad

Para poder determinar el grado de confiabilidad del cuestionario, se aplicó una prueba piloto a los diversos usuarios de las empresas dedicadas al mismo servicio que realiza empresa objeto de estudio; los resultados fueron sometidos a la prueba de confiabilidad de “alfa de cronbach”.

Capacidad de distribución

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,848	10

Satisfacción del cliente

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,885	10

2.5. Métodos de análisis de datos

Los datos recopilados por medio de los instrumentos fueron procesados mediante el uso de programas estadísticos como el microsof Excel y el SPSS, teniendo en cuenta los objetivos planteados en la investigación, de tal forma los resultados fueron presentados en tablas y figuras para dar un mejor entendimiento.

2.6. Aspectos éticos

Con la presente investigación no se pretendió perjudicar de ninguna manera a los encuestados, es así que en la recolección de datos se dio protegiendo a la identificación de las personas participantes en la investigación.

III. RESULTADOS

Evaluar la capacidad de distribución que posee la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016.

Para dar solución a este objetivo se procedió por analizar cada una de las dimensiones misma que permitieron clarificar el estado de las variables, finalmente se formula una tabla y figura general que converge el resultado del objetivo, a continuación, se procede con lo anunciado.

Tabla 1: Planeación de Actividades

Escala de Medición	Frec.	%
Inadecuado	14	93%
Regular	1	7%
Adecuado	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocetro Don Diego

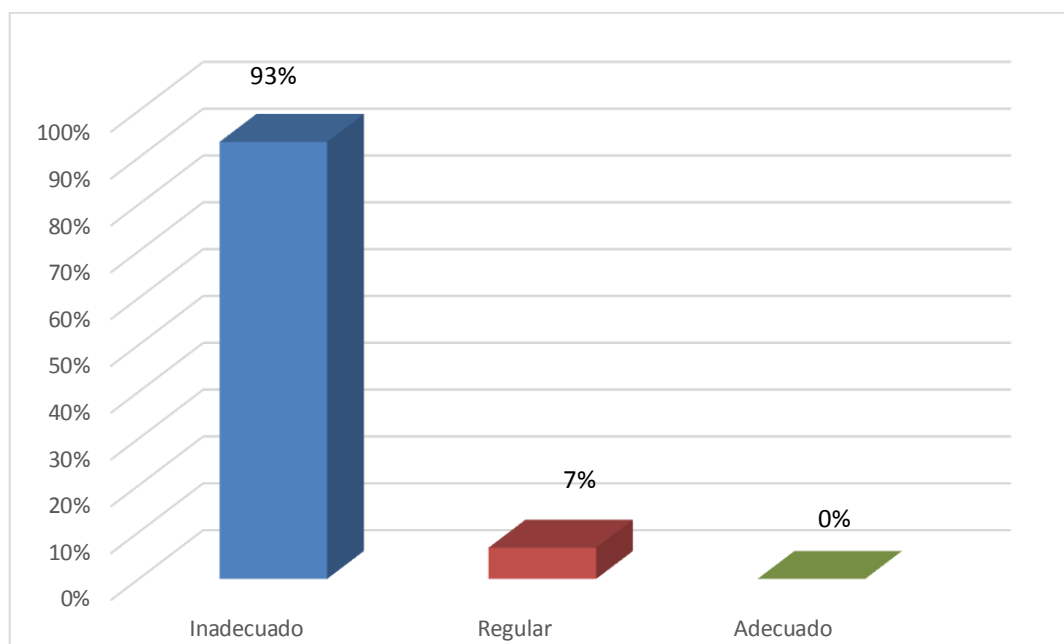


Figura 1: Planeación de Actividades

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocetro Don Diego

Interpretación:

Con la presente tabla y gráfico N°1 se infiere que el 93% de clientes encuestados manifiesta como inadecuado la eficiencia de la empresa en cuanto a la entrega de pedidos. Se menciona que la empresa no posee con políticas de distribución. Así mismo el 7%, es decir, un cliente señala que la empresa posee tácticas o planes de distribución de materiales. En síntesis, la empresa posee una inadecuada planeación de actividades con el 93% conforme a 14 clientes encuestados.

Tabla 2: Organización

Escala de Medición	Frec.	%
Inadecuado	14	93%
Regular	1	7%
Adecuado	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocentro Don Diego

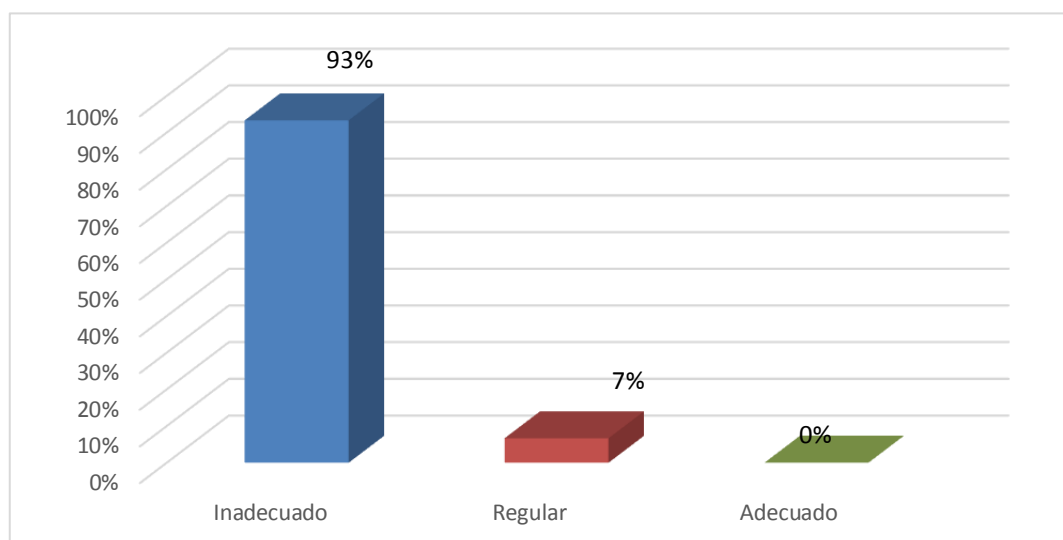


Figura 2: Organización

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocentro Don Diego

Interpretación:

La tabla y gráfica N° 2, se indican que el 93% de encuestados casi nunca observan que para las actividades hay algún responsable con experiencia y conocedor del mismo. Por otro lado, el 7% señalaron que ocasionalmente siente que en la empresa Ferrocentro exista una buena coordinación de las actividades, mientras que el 93% mencionaron que casi nunca siente que la empresa Ferrocentro entrega y distribuye de manera coordinada.

Tabla 3: Liderazgo

Escala de Medición	Frec.	%
Inadecuado	0	0%
Regular	13	87%
Adecuado	2	13%
Total	15	100%

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocentro Don Diego

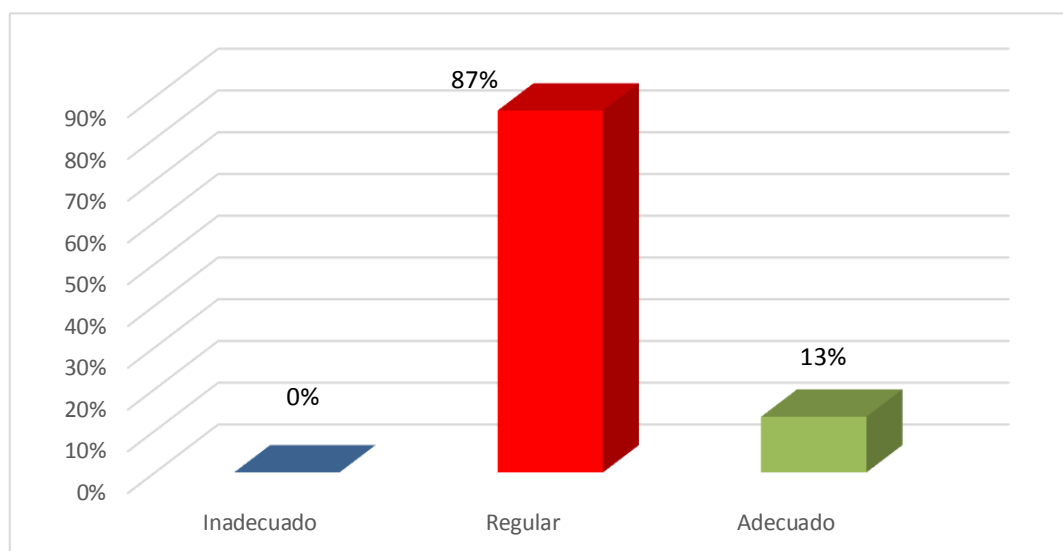


Figura 3: Liderazgo

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocentro Don Diego

Interpretación:

Según la tabla y el gráfico N°03, el 13% de encuestados mencionan que frecuentemente sienten que la empresa Ferrocetro Don Diego cumple de forma responsable en entregar los materiales. Por otra parte, el 87% indicaron que continuamente observan que la empresa Ferrocetro Don Diego supervisa la entrega de materiales. Por último, ul 0% señalan que frecuentemente cuando sucede algún inconveniente en la entre sus reclamos son escuchados de inmediato. Por lo que la empresa Ferrocetro Don Diego presenta un regular funcionamiento en cuanto al liderazgo de la dirección indicando por el 87% acorde a 13 clientes encuestados.

Tabla 4: Gestión Administrativa

Escala de Medición	Frec.	%
Inadecuado	11	73%
Regular	3	20%
Adecuado	1	7%
Total	15	100%

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocetro Don Diego

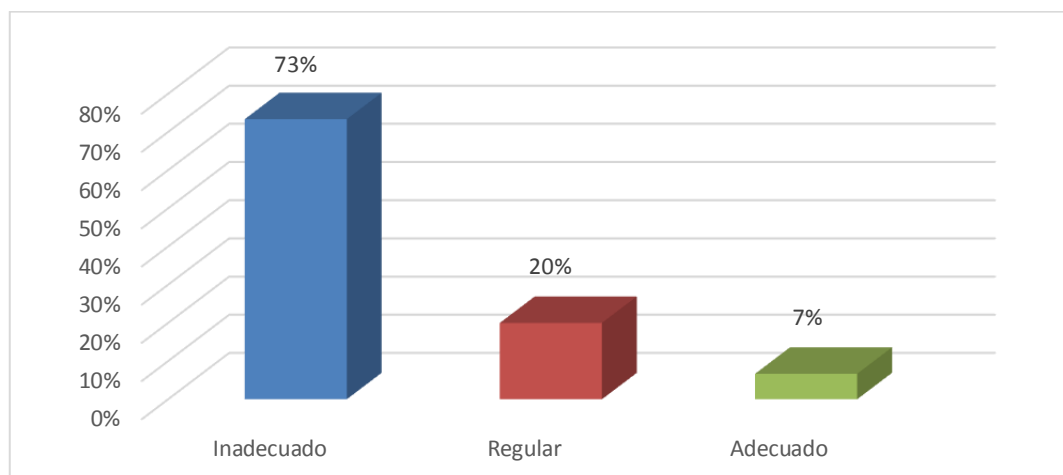


Figura 4: Capacidad de distribución

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocetro Don Diego

Interpretación:

Según la tabla y el gráfico N°04, el 73% de encuestados mencionan que frecuentemente sienten que la empresa Ferrocetro Don Diego es inadecuado en respecto a la gestión administrativa. Por otra parte, el 20% indicaron que continuamente observan que la empresa Ferrocetro Don Diego regular en la cuestión de administrar la gestión. Por último, solo el 7% señala frecuentemente, es decir,

cuando sucede algún inconveniente en la entre sus reclamos son escuchados de inmediato. Por lo que la empresa Ferrocetro Don Diego presenta un inadecuado funcionamiento en cuanto a la gestión administrativa indicando por el 73% acorde a 11 clientes encuestados.

Evaluar la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016.

Para dar solución a este objetivo se procedió por analizar cada una de las dimensiones misma que permitieron clarificar el estado de las variables. Finalmente se formula una tabla y figura general que converge el resultado del objetivo, a continuación, se procede con lo anunciado.

Tabla 5: Percepción del cliente

Escala de Medición	Frec.	%
Inadecuado	11	73%
Regular	3	20%
Adecuado	1	7%
Total	15	100%

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocetro Don Diego

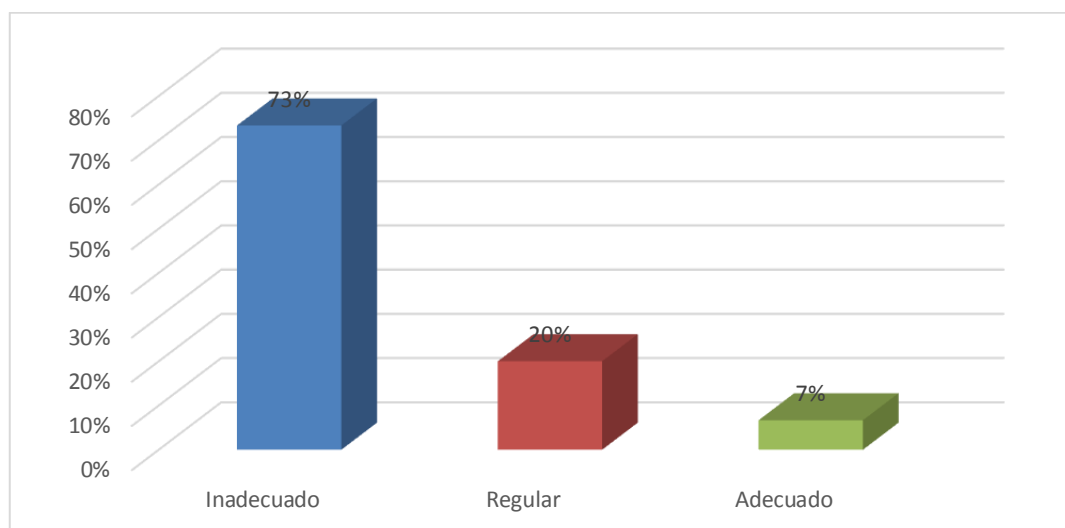


Figura 5: Percepción del cliente

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocetro Don Diego

Interpretación:

Conforme indicado en la tabla y el gráfico N° 5, un 73% se manifiesta que la empresa nunca cuenta con un equipo para dar cumplimiento a los pedidos. Por otro lado, el 20% acorde a 3 clientes señalan que casi nunca el personal de la empresa está comprometido con cumplir sus funciones. Además, que ocasionalmente se considera que el local de la empresa es de fácil acceso mencionado por el 73%. Mientras que el 7%, equivalente a un solo cliente encuestado, manifestó que casi nunca el personal de la empresa se comporta de forma adecuada con los clientes a la hora de entregar los pedidos. Así mismo tampoco se siente comprometido con cumplir sus funciones. Por lo que se presenta una inadecuada percepción del cliente a la empresa con el 73% de 11 clientes encuestados.

Tabla 6: Satisfacción del cliente

Escala de Medición	Frec.	%
Inadecuado	11	73%
Regular	3	20%
Adecuado	1	7%
Total	15	100%

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocetro Don Diego

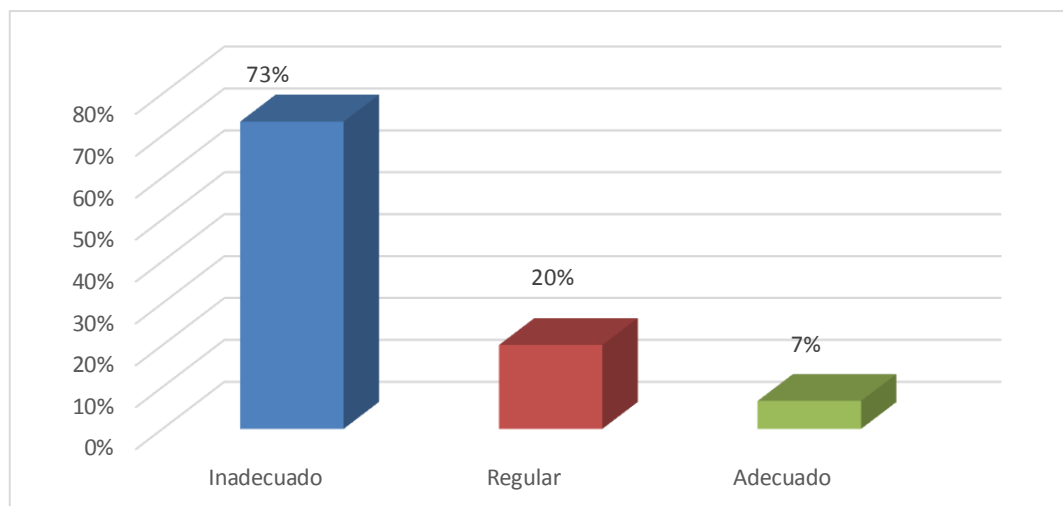


Figura 6: Satisfacción del cliente

Fuente: Encuesta sobre las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocetro Don Diego

Interpretación

Conforme indicado en la tabla y el gráfico N° 06, un 73% se manifiesta que la empresa nunca cuenta con un equipo para dar cumplimiento a los pedidos. Por otro

lado, el 20% señalan que casi nunca el personal de la empresa está comprometido con cumplir sus funciones. Además, que ocasionalmente se considera que el local de la empresa es de fácil acceso mencionado por el 73% de clientes. Mientras que el 7% manifestó que casi nunca el personal de la empresa se comporta de forma adecuada con los clientes a la hora de entregar los pedidos. Así mismo tampoco se siente comprometida con cumplir sus funciones. Por lo que se presenta una inadecuada percepción del cliente a la empresa con el 73%, equivalente a 11 clientes encuestados.

Determinar la incidencia de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes en la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016.

Tabla 7: Prueba de normalidad

Escala de Medición	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Capacidad de Distribución	.308	15	.000	.623	15	.000
Satisfacción del cliente	.300	15	.001	.687	15	.000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Interpretación

Debido a que la muestra es inferior a 30 personas, la prueba de normalidad se llevó a cabo por medio de la prueba de Shapiro Wilk, misma que demuestra que los resultados no se encuentran normalmente distribuidos debido a que el valor sig. Obtenido para ambas variables es menor a 0,05, razón por la cual se aplica la prueba de Rho Spearman.

Tabla 8: Correlación

	Capacidad de Distribución	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	1.000	.828**
		.000

Sig. (bilateral)

	N	15	15
Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,828**	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	15	15

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

Interpretación

Según la prueba de Rho Spearman, existe una relación significativa entre las variables. Ello debido a que el valor sig. (bilateral) obtenido es menor a 0,05 e igual a 0,000. Así mismo, ya que el valor del coeficiente de correlación es de 0,828, se afirma la existencia de una correlación positiva muy fuerte, lo que indica que en la medida de que se mejore la capacidad de distribución, se mejorará la satisfacción del cliente.

Coeficiente determinante

R	0.828
M	15
T	12.42

$$r^2 = (\text{Correlación de Rho Spearman})^2$$

$$r^2 = (0.828)^2$$

$$r^2 = 0,6855$$

De acuerdo al resultado obtenido se puede concluir que capacidad de distribución incide en un 69 % en la variable satisfacción de los clientes.

IV. DISCUSIÓN

Las empresas por su razón de ser, buscan a través de la satisfacción de sus clientes, empoderar y mantenerse a largo plazo en el mercado globalizado. Sin embargo, ésta es una tarea importante que recae a la administración de la empresa, a fin de dar cumplimiento al logro de los objetivos y metas que van relacionados con: eficacia, eficiencia, economía y la calidad respecto a la ejecución de las funciones dentro de la empresa. Para ello, se ejecutan ciertas fases como la planificación, la organización de las actividades, entre otros. En función a ello, en la presente investigación se partió primero por evaluar la capacidad de distribución que posee la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016, que fue el primer objetivo específico. Para ello, luego de haber efectuado una recolección de datos se llegó a determinar con una investigación de diseño no experimental, se obtuvo un resultado que la empresa Ferrocetro Don Diego presenta un inadecuado funcionamiento en cuanto a la gestión administrativa indicando por el 73%, equivalente a 11 clientes encuestados. Según Mazón (2014) esta empresa presenta mayores dificultades en las diferentes actividades que desarrolla, de tal forma hay un porcentaje considerable de clientes que se muestran insatisfechos por el servicio prestado y las mayores dificultades está en los tiempos de atención, cumplimiento de pedidos o muchas veces no son cumplidas en los tiempos estipulados; generando malestar en los clientes.

Otro de los objetivos específicos de la presente investigación fue evaluar la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016. Para ello, luego de haber efectuado una recolección de datos se llegó a determinar con una investigación de diseño no experimental, se obtuvo una inadecuada satisfacción por parte los clientes a la empresa con el 73% de 11 clientes encuestados. Estos resultados son similares a la investigación obtenida por López, O.M. (2015), quien determinó que la satisfacción del cliente se encuentra en un nivel medio de acuerdo a las encuestas realizadas.

Finalmente, de acuerdo a nuestro objetivo principal: determinar la incidencia de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016. Se aplicó una investigación con diseño no experimental, luego de haber efectuado una recolección de datos por medio de una encuesta. Entonces, se llegó a determinar, según la prueba de Rho

Spearman, que una relación significativa entre las variables. Ello debido a que el valor sig. (bilateral) obtenido es menor a 0,05 e igual a 0,000. Así mismo, ya que el valor del coeficiente de correlación es de 0,828, se afirma la existencia de una correlación positiva muy fuerte, lo que indica que en la medida de que se mejore la capacidad de distribución, se mejorará la satisfacción del cliente. Donde se pudo comprobar que capacidad de distribución incide en un 69 % en la variable satisfacción de los clientes. De tal modo que el resultado tiene coherencia con el trabajo de Gonzales (2015), quien concluyó que existe una relación directa y positiva entre las variables de estudio.

V. CONCLUSIONES

Luego de obtener los resultados de la presente investigación en donde se planteó los objetivos de la Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la Ciudad de Tarapoto periodo 2016, se concluye que:

- La capacidad de distribución de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C de la ciudad de Tarapoto periodo 2016, se desarrolla de manera inadecuado en un 73%, esto debido a que los colaboradores no están cumpliendo de manera correcta las diferentes actividades que realizan el área, ya que no se está verificando de manera eficiente los pedidos de los clientes para su respectiva entrega. Ocasionando así que los clientes presenten muchos reclamos.
- La satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C de la ciudad de Tarapoto periodo 2016, es inadecuado aun 73%. Esto debido a que la empresa no está brindando un servicio que cumple con las expectativas del consumidor, puesto que existe muchas demoras de los pedidos que realizan a la empresa, además que muchos materiales son entregados con algún inconveniente.
- Existe una relación significativa entre la dimensión capacidad de distribución y la satisfacción de los clientes, esto se verifico mediante la prueba de Rho Spearman ya que debido a que el valor sig. (bilateral) obtenido es menor a 0,05 e igual a 0,000. Así mismo, ya que el valor del coeficiente de correlación es de 0,828, se afirma la existencia de una correlación positiva muy fuerte, donde se pudo comprobar que la capacidad de distribución de la empresa incide en un 69 % en la variable satisfacción de los clientes.

VI. RECOMENDACIONES

Luego de realizar las conclusiones respectivas por cada objetivo, realiza las siguientes recomendaciones.

- 6.1. Al gerente y propietario, plantear, organizar reforzar y mejorar los procesos de distribución de los materiales que cuenta la empresa, con la finalidad de mejorar en las actividades para otorgar un mejor servicio a los clientes, logrando satisfacer sus necesidades, y de manera reducir los reclamos.

- 6.2. Al gerente, a crear políticas de ventas que ayudan a otorgar un buen servicio a los clientes, cumpliendo de manera eficiente con sus pedidos realizados, asimismo realizar un estricto control interno del desarrollo de todas las actividades realizadas por los colaboradores en dicha área, con la finalidad de crear en los clientes un clima de satisfacción.

- 6.3. Al gerente, a capacitar constantemente a los trabajadores con respecto al cumplimiento de manera eficiente de los procedimientos de atención, entrega y distribución de los pedidos que cuenta la empresa y los clientes, siempre respetando los estándares de tiempo y calidad que requieran los materiales.

VII. REFERENCIAS:

- Alarcón, G. (2015) *Satisfacción Laboral del Personal de enfermería y su relación con la calidad del cuidado al usuario en el servicio de medicina en los Hospitales ii-2 Minsa y Essalud - Tarapoto, Agosto- diciembre 2015* (tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto – Perú, 2015) Recuperado de: <http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/bitstream/11458/1023/1/Gaby%20Mirian%20Alarc%C3%B3n%20Adrián%20Rita%20Ang%C3%A9lica%20Sinarahua%20Sinarahua.pdf>
- Alvares, G. (2012) *Satisfacción de los Clientes y Usuarios con la servicio ofrecido en redes de supermercados Gubernamentales* (tesis de postgrado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas – Venezuela). Recuperado: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>
- Álvarez, R.D., y Rioja C.A. (2016) *Optimización del proceso de distribución de la facturación y la satisfacción al cliente de la empresa américa móvil Perú S.A. 2016* (tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte. Lima – Perú. Recuperado de: http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10743/T055_4016734_1_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica* (6 ed.). Caracas , República Bolivariana de Venezuela: EDITORIAL EPISTEME, C.A. Recuperado el 17 de 11 de 2017, de <http://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Ávila, A., Roji, B. y Gutiérrez, L. (2014). *Introducción a los tratamientos psicodinámicos*. Madrid: España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=KzvUBAAQBAJ&pg=PT194&dq=la+satisfaccion+de+las+personas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjFtLyhuaPQAhuIZCYKHbbJBwgQ6AEISjAI#v=onepage&q=la%20satisfaccion%20de%20las%20personas&f=false>

- Bernal, C. (2006) *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Editorial Pearson Educación, México.
Recuperado: http://metodosrecreacion.blogspot.pe/p/blog-page_28.html
- Chiluisa, J. G. (2015) *La Calidad de Servicios y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la Ciudad de Latacunga. Ambato. Ecuador.* (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/10085/1/269%20MKT.pdf>
- Diario Gestión (2015). *Usuarios presentaron más de 17, 062 reclamos contra empresas bancarias y financieras.* Recuperado de: <http://gestion.pe/economia/usuarios-presentaron-mas-17000-reclamos-contra-empresas-bancarias>.
- Domínguez, A. Y Muñoz, D. (2010). *Métricas del Marketing*. (2ª ed.). Madrid, España: ESIC. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=O7uLPiC5DDkC&printsec=frontcover&dq=satisfaccion+del+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj8oNaaxOrTAhWGRyYKHxQIBGkQ6AEILzAC#v=onepage&q&f=false>
- García, C y Rojas, E (2015) *Capacidad organizacional y su relación en la satisfacción laboral de los trabajadores del PEHCBM, periodo 2014* (tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto – Perú 2015). Recuperado: http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/bitstream/11458/1060/1/Cinthya%20Steffany%20Garc%C3%ADa%20Torres_Edma%20Noilaly%20Rojas%20P%C3%A9rez.pdf
- García, M. (2011). *Medición de la satisfacción del cliente en una Empresa de Retail* (Tesis de pregrado). Universidad de Piura. Piura. Perú. Recuperado de: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1464/AE_262.pdf?sequence=1
- Gonzales, L., Carmona, M. Y Rivas, M. (2008). *Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes. Instituto Andaluz de Tecnología.*
- Gonzales, Y. (2015). *Calidad de servicio y la relación con la satisfacción del cliente de STARBUCK COFFEE del distrito de Santa Anita, Lima, 2015.* (Tesis

- de pregrado). Universidad Peruana Unión. Lima, Perú. Recuperado de: http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/206/Yeny_Tesis_bac_hiller_2015.pdf?sequence=1
- Hernández P. (2011). *La importancia de la satisfacción del usuario*. México. Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas (CUIB) UNAM. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/36463/35311>
- Hernández,y Bautista (2010). *Metodología de la Investigación* (Vol. 6ta edición). Mexico: Norma.
- Ibarra L. y Casas E. (2014). *Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Tercer, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio*. (Pre – grado) Realizado en la Universidad Estatal de Sonora. Recuperado de: <file:///C:/Users/HP/Downloads/10-10-1-PB.pdf>.
- Jiménez, S. (2010). *Distribución comercial aplicada*. Madrid, España: ESIC. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=4meQwbS5944C&pg=PA483&dq=capacidad+de+distribucion+de+una+empresa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiZjazg1-jTAhWI5yYKHfNQBwsQ6AEINTAD#v=onepage&q=capacidad%20de%20distribucion%20de%20una%20empresa&f=false>
- López, O.M. (2015) *Canales de distribución y la satisfacción del cliente en la empresa GAMALIEL CIA. LTDA., en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. Recuperado de: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9270/1/246%20MKT.pdf>
- Mariño R., Rubio L. y Rodríguez J. (2013). *Análisis de las dimensiones y variables que configuran la calidad de servicio asociada al factor humano. Una aplicación al sector bancario andorrano*. Realizado en la Universidad de Madrid Recuperado de: http://www.uda.ad/wp-content/uploads/2010/03/analisis_dimensiones.pdf
- Mazón, S. (2014). *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato. Ambato. Ecuador. Recuperado de:

<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6948/1/tesis-007%20%20%20Gesti%C3%B3n%20de%20Empresas%20Agr%C3%ADcolas%20y%20manejo%20de%20poscosecha%20-CD%202019.pdf>

- Montesdeoca, M.A. (2011) *Análisis al proceso de distribución comercial de importadora Alvarado y su influencia en la satisfacción del cliente en el segundo semestre del 2010* (tesis de pregrado). Universidad técnica de Ambato. Ecuador. Recuperado de: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1727/1/TA0062.pdf>
- Munch, L. (2014). *Administración: gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos*. (2ª ed.). México. Editorial: Pearson. Recuperado de: <https://profesorailleanasilva.files.wordpress.com/2016/04/administracion-lourdes-munch-2a-edicion.pdf>
- Muñoz, D. (2009). *Administración de operaciones: enfoque de administración de procesos de negocio*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=edZx_26yf64C&printsec=frontcover&dq=capacidad+de+distribucion+de+una+empresa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiZjazg1-jTAhWI5yYKHfNQBwsQ6AEIMDAC#v=onepage&q=capacidad%20de%20distribucion%20de%20una%20empresa&f=false
- Pérez, V. (2010). *Calidad Total en la Atención al Cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. Madrid, España: Editorial Vigo. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&pg=PT15&dq=clientes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwixx-riwqPQAhXCQiYKHSdRA28Q6AEIJAC#v=onepage&q=clientes&f=false>
- Sánchez, K (2010) *Clima Organizacional y su Relación con la Satisfacción laboral del personal de salud de las Microrredes Cuñumbuque y Tabalosos – 2010* (tesis de postgrado, Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto – Perú 2010). Recuperado: <http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/bitstream/11458/340/1/Keller%20S%C3%A1nchez%20D%C3%A1vila.pdf>
- Uceda, I. (2013). *Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del Distrito de la Victoria en la Ciudad de Chiclayo*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Santo

Toribio de Mogrovejo Chiclayo. Perú. Recuperado de:
http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/214/1/TL_Uceda_Pintado_IndiraLizeth.pdf

Valdivia J. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. España. Editorial IC Editorial. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=v_sFY1XRFaIC&printsec=frontcover&dq=satisfacci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjU-oXx2I_PAhWDth4KHTf9A3EQ6AEIHDA#v=onepage&q=satisfacci%C3%B3n&f=false

Villavicencio, R. A. (2014) *Calidad de Servicio en el Área de Carga y Encomienda y la satisfacción de los Clientes de la Empresa Transporte Línea S.A. Trujillo 2013*. (Trabajo de Pregrado). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo. Perú. Obtenido de:
http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/475/villavicencio_ronaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

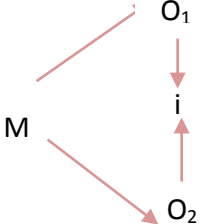
ANEXOS

Matriz de Consistencia

Título: “Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la Ciudad de Tarapoto periodo 2016”

Formulación del Problema	Objetivo general	Hipótesis	Técnicas e Instrumentos								
<p>¿De qué manera la capacidad de distribución incide en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2017?</p>	<p>Determinar la incidencia de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2017</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Evaluar la capacidad de distribución de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2017</p> <p>Evaluar la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2017</p> <p>Determinar el grado de incidencia de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016</p>	<p>Hi: la capacidad de distribución incide de forma directa en la satisfacción del cliente de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2017</p> <p>Ho: la capacidad de distribución incide de forma indirecta en la satisfacción del cliente de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C, de la ciudad de Tarapoto periodo 2017</p>	<p>Técnicas:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Encuesta</p>								
Diseño de Investigación	Población y Muestra	Variables dimensiones									
<p>Según Hernández (2015), señala que la investigación presenta un diseño no experimental - Correlacional, ya que pretendió describir el comportamiento de las variables de estudio tal como se muestran en su realidad sin alterar los resultados de forma deliberada, además se intentó identificar la incidencia o no de la capacidad de distribución en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocetro Don Diego S.A.C. (p.173)</p>	<p>Población</p> <p>La población estará determinada por los clientes más frecuentes con que cuenta la empresa, las cuales suman un total de 15 clientes.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra estará conformada por la totalidad de la población, por ser una cantidad manejable, es decir, por los 15 clientes más frecuentes con que cuenta la empresa Ferrocetro Don Diego SAC</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Variables</th> <th style="width: 70%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Capacidad de distribución</td> <td style="text-align: center;">Planeación de actividades</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Organización</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Liderazgo de la dirección</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Satisfacción del cliente</td> <td style="text-align: center;">Percepción del cliente</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Capacidad de distribución	Planeación de actividades	Organización	Liderazgo de la dirección	Satisfacción del cliente	Percepción del cliente
Variables	Dimensiones										
Capacidad de distribución	Planeación de actividades										
	Organización										
	Liderazgo de la dirección										
Satisfacción del cliente	Percepción del cliente										

Para lo cual se hará uso del siguiente diseño:



En donde:

M : Muestra

O1 : Capacidad de distribución

O2 : Satisfacción del cliente

i : Incidencia

Instrumentos de Recolección de datos

Instrumento para la variable capacidad de distribución

Buen día, la presente investigación tiene como objetivo conocer las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocentro Don Diego, para lo cual se le ruega responder las preguntas de acuerdo a su nivel de percepción, apreciación o forma de pensar, la información que nos brinde tiene carácter reservada por lo cual se le ruega su colaboración,

Instrucciones:

Marque la respuesta de acuerdo a su nivel de percepción, apreciación o forma de pensar, para lo cual tiene 5 opciones categorizadas tal como se presenta

Ítem	Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre
Escala	1	2	3	4	5

Ítems	Preguntas					
Nº	Estrategias de distribución	1	2	3	4	5
1	¿La empresa Ferrocentro Don Diego cumple eficientemente con entregar los pedidos?					
Nº	Políticas de cumplimiento	1	2	3	4	5
2	¿Con que frecuencia observa que la empresa Ferrocentro Don Diego, posee políticas de distribución?					
3	¿Con que frecuencia siente que la empresa le cumple de acuerdo a las políticas de entrega de materiales?					
Nº	Táctica funcionales	1	2	3	4	5
4	¿Observa que la empresa Ferrocentro Don Diego posee tácticas o planes de distribución de materiales?					
Nº	División del trabajo	1	2	3	4	5
5	¿Observa que para actividad hay un responsable con experiencia y conocedor del mismo?					
Nº	Coordinación	1	2	3	4	5
6	¿Siente que dentro de la empresa Ferrocentro Don Diego hay una buena coordinación de las tareas?					
7	¿Siente que la empresa Ferrocentro Don Diego entrega, distribuye de manera coordinada?					
Nº	Delegación de funciones	1	2	3	4	5
8	¿Con que frecuencia siente que la empresa Ferrocentro Don Diego cumple de forma responsable en entregar los materiales?					
Nº	Supervisión	1	2	3	4	5
9	¿Con que frecuencia observa que la empresa Ferrocentro Don Diego supervisa la entrega de materiales?					
Nº	Respuesta a inconvenientes	1	2	3	4	5
10	¿Cuándo sucede algún inconveniente en la entrega sus reclamos son escuchados de inmediato?					

Instrumento para la satisfacción del cliente

Buen día, la presente investigación tiene como objetivo conocer las apreciaciones que se tiene sobre la empresa Ferrocentro Don Diego, para lo cual se le ruega responder las preguntas de acuerdo a su nivel de percepción, apreciación o forma de pensar, la información que nos brinde tiene carácter reservada por lo cual se le ruega su colaboración,

Instrucciones:

Marque la respuesta de acuerdo a su nivel de percepción, apreciación o forma de pensar, para lo cual tiene 5 opciones categorizadas tal como se presenta

Ítem	Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre
Escala	1	2	3	4	5

Ítems	Preguntas					
N°	Elementos tangibles	1	2	3	4	5
1	¿Con que frecuencia considera que la empresa cuenta con equipo para dar cumpliendo a los pedidos?					
2	¿Con que frecuencia considera que el personal de la empresa está comprometido con cumplir sus funciones?					
N°	Fiabilidad	1	2	3	4	5
3	¿Con que frecuencia considera que el local de la empresa es de fácil acceso?					
N°	Empatía	1	2	3	4	5
4	¿Siente que el personal de la empresa se comporta de forma adecuada con los clientes a la hora de entregar los pedidos?					
5	¿Con que frecuencia considera que el personal de la empresa está comprometido con cumplir sus funciones?					
N°	Seguridad	1	2	3	4	5
6	¿La empresa muestra interés en solucionar los problemas que se presenta durante la distribución de materiales?					
7	¿Con que frecuencia se siente satisfecho con las soluciones que se le brinda ante inconvenientes en la entrega de productos?					
N°	Capacidad de respuesta	1	2	3	4	5
8	¿Con que frecuencia se siente satisfecho con las soluciones que le brinda ante inconvenientes en la entrega de productos?					
9	¿Cuándo solicita los productos la empresa Ferrocentro Don Diego cumple en entregar de forma oportuna?					
10	¿Con que frecuencia la empresa Ferrocentro Don Diego entrega el producto en el lugar y tiempo pactado?					

Validación de Instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Fasanando Puyo, Tercero
 Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo
 Especialidad : Licenciado en Administración
 Instrumento de evaluación : Encuesta
 Autor (s) del instrumento (s): Marycielo Nickole Flores Paredes

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					✓
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Satisfacción del cliente en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					✓
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción del cliente				✓	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				✓	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					✓
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Satisfacción del cliente				✓	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					✓
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
PUNTAJE TOTAL					47	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Conforme para su aprobación

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

47

Tarapoto, 31 de Enero de 2019


 Tercero Fasanando Puyo
 Lic. en Administración
 Sello personal y firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Fasanando Puyo, Tercero
Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo
Especialidad : Licenciado en Administración
Instrumento de evaluación : Encuesta
Autor (s) del instrumento (s): Marycielo Nickole Flores Paredes

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					✓
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Capacidad de Distribución en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					✓
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Capacidad de Distribución				✓	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				✓	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					✓
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Capacidad de Distribución				✓	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					✓
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
PUNTAJE TOTAL						47

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Confirma para su aprobación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: **47**

Tarapoto, 31 de Enero de 2019

Tercero Fasanando Puyo
Lic. en Administración
Sello personal y firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Salazar Hidalgo, Miguel
Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo
Especialidad : Licenciado en Administración
Instrumento de evaluación : Encuesta
Autor (s) del instrumento (s): Marycielo Nickole Flores Paredes

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

Table with 6 columns: CRITERIOS, INDICADORES, 1, 2, 3, 4, 5. Rows include CLARIDAD, OBJETIVIDAD, ACTUALIDAD, ORGANIZACIÓN, SUFICIENCIA, INTENCIONALIDAD, CONSISTENCIA, COHERENCIA, METODOLOGÍA, PERTINENCIA, and PUNTAJE TOTAL (50).

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Confirme para su aprobación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

Tarapoto, 31 de Enero de 2019

Lic. Adm. Miguel Salazar Hidalgo
CLAD N° 10633
Sello personal y firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Salazar Hidalgo, Miguel
Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo
Especialidad : Licenciado en Administración
Instrumento de evaluación : Encuesta
Autor (s) del instrumento (s): Marycielo Nickole Flores Paredes

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					✓
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Satisfacción del cliente en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					✓
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción del cliente					✓
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					✓
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					✓
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Satisfacción del cliente					✓
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					✓
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
PUNTAJE TOTAL						50

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Conforme para su aprobación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

Tarapoto, 31 de Enero de 2019



Uc. Adm. Miguel Salazar Hidalgo
CLAD N° 10633

Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Capillo Torres, Julio Cesar
 Institución donde labora : Universidad Nacional San Martín-T
 Especialidad : Mg. Gestión Pública
 Instrumento de evaluación : Encuesta
 Autor (s) del instrumento (s): Marycielo Nickole Flores Paredes

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Satisfacción del cliente en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción del cliente					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Satisfacción del cliente					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						50

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Si es aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

Tarapoto, 31 de Enero de 2019



 Lic. Mg. Julio César Capillo Torres
 REGUC N° 07736
 CLAD - PERÚ

Sello personal y firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Capillo Torres, Julio Cesar
 Institución donde labora : Universidad Nacional San Martín-T
 Especialidad : Mg. Gestión Pública
 Instrumento de evaluación : Encuesta
 Autor (s) del instrumento (s): Marycielo Nickole Flores Paredes

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					✓
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Capacidad de Distribución en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					✓
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Capacidad de Distribución					✓
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					✓
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					✓
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Capacidad de Distribución					✓
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					✓
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
PUNTAJE TOTAL						50

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

SI ES APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

Tarapoto, 31 de Enero de 2019

J.C.T.

 Lic. Mg. Julio César Capillo Torres
 REGUC N° 07736
 CLAD - PERÚ

Sello personal y firma

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación

Carta de Autorización de investigación

Tarapoto, 21 de Octubre del 2017

Sr. Jhon Bautista Fasabi
DIRECTOR DE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Presente.-

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la estudiante MARYCIELO NICKOLE FLORES PAREDES, estudiante de la Escuela Administración, la cual ha solicitado realizar el desarrollo de su tesis en nuestra Institución FERROCENTRO DON DIEGO SAC, en el área de Logística, habiendo revisado el protocolo universitario, no tengo ningún inconveniente y autorizo a que realice su investigación titulada CAPACIDAD DE DISTRIBUCION Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA FERROCENTRO DON DIEGO SAC DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, PERIODO 2016

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,


Hitler Paredes Grande
GERENTE GENERAL

.....
HITLER PAREDES GRANDEZ
GERENTE GENERAL

Acta de aprobación de originalidad

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Lizeth Ery Mescua Ampuero, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional Administración de la Universidad César Vallejo, filial Tarapoto, revisor (a) del trabajo de investigación titulada "Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocenro Don Diego SAC de la ciudad de Tarapoto, periodo 2016", del (de la) estudiante Marycielo Nickole Flores Paredes, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Tarapoto, 02 de Febrero de 2019



MBA. Lizeth Ery Mescua Ampuero
Firma

MBA. Lizeth Ery Mescua Ampuero
DNI: 42694079

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Ferrocarril Doña Ligea S.A.C. de la Ciudad de Tarapoto periodo 2016"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Marycely Nikole Flores Parado

ASESORA:

MBA Lizeta Lich Meson Anzures

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planificación

TARAPOTO - PERÚ

2017

Resumen de coincidencias X

20 %

1	Entregado a 53250 Trabajo de estudiante	1 % >
2	Entregado a Universida... Trabajo de estudiante	1 % >
3	Entregado a Universida... Trabajo de estudiante	1 % >
4	www.revistaespacios.c... Fuente de Internet	1 % >
5	Entregado a Universida... Trabajo de estudiante	1 % >
6	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	1 % >
7	Entregado a Universida... Trabajo de estudiante	1 % >

Autorización de publicación de tesis al repositorio

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo Marycielo Nickole Flores Paredes, identificado con DNI N° 75318675 , egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (x) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la empresa Ferrocetro Don Diego Sac, de la ciudad de Tarapoto periodo 2016"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



 FIRMA

DNI: 75318675

FECHA: 31 de Enero del 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Dra. Ana Noemí Sandoval Vergara

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Marycielo Nickole Flores Paredes

INFORME TÍTULADO:

“Capacidad de distribución y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la empresa Ferrocenro Don Diego Sac de la ciudad de Tarapoto, periodo 2016”

PARA OBTENER EL GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 07 de diciembre de 2017

NOTA O MENCIÓN: 16


Dra. Ana Noemí Sandoval Vergara
DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN
UCV - TARAPOTO
