



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Gestión logística de los productos cárnicos congelados de la
empresa gonzalito almacenes & servicios logísticos E.I.R.L, Callao,
2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Carmen Zapata, Karla Alexandra (ORCID: 0000-0003-1182-6847)

ASESORA:

Dra. Cavero Egúsqiza Vargas, Lauralinda Leonor (ORCID: 0000-0001-5222-8865)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA-PERÚ

2020

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedicó a mis papás por todo el apoyo que me brindaron a lo largo de mi carrera.

Agradecimiento

Agradezco a la asesora por brindarme su apoyo y haberme guiado para poder realizar la presente investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño de investigación	16
3.2. Variables y Operacionalización	16
3.3. Población, muestra y muestreo	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	17
3.6. Método de análisis de datos	17
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS	18
V. DISCUSIÓN	37
VI. CONCLUSIONES	42
VII. RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS	44
ANEXOS	

Índice de Tablas

Tabla 1.	Resultados del Indicador Compra	17
Tabla 2.	Res Resultados del Indicador Compra	18
Tabla 3.	Resultados del Indicador Inventario	19
Tabla 4.	Resultados del Indicador Inventario	20
Tabla 5.	Resultados del Indicador Máquinas	21
Tabla 6.	Resultados del Indicador Máquinas	22
Tabla 7.	Resultados del Indicador Instalaciones	23
Tabla 8.	Resultados del Indicador Instalaciones	24
Tabla 9.	Resultados del Indicador Transporte	25
Tabla 10.	Resultados del Indicador Transporte	26
Tabla 11.	Resultados del Indicador Plazo de entrega	27
Tabla 12.	Resultados del Indicador Plazo de entrega	28
Tabla 13.	Resultados del Indicador Precios	29
Tabla 14.	Resultados del Indicador Precios	30
Tabla 15.	Resultados del Indicador Promociones	31
Tabla 16.	Resultados del Indicador Promociones	32
Tabla 17.	Prueba de la Correlación de Pearson de las dimensiones Aprovisionamiento y Producción	32
Tabla 18.	Prueba de la Correlación de Pearson de las dimensiones Producción y Distribucción	33
Tabla 19.	Prueba de la Correlación de Pearson de las dimensiones Distribucción y Servicio al cliente	34
Tabla 20.	Prueba de la Correlación de Pearson de las dimensiones Servicio al cliente y Producción	35

Índice de Figuras

Figura 1.	Resultados del Indicador Compra	17
Figura 2.	Res Resultados del Indicador Compra	18
Figura 3.	Resultados del Indicador Inventario	19
Figura 4.	Resultados del Indicador Inventario	20
Figura 5.	Resultados del Indicador Máquinas	21
Figura 6.	Resultados del Indicador Máquinas	22
Figura 7.	Resultados del Indicador Instalaciones	23
Figura 8.	Resultados del Indicador Instalaciones	24
Figura 9.	Resultados del Indicador Transporte	25
Figura 10.	Resultados del Indicador Transporte	26
Figura 11.	Resultados del Indicador Plazo de entrega	27
Figura 12.	Resultados del Indicador Plazo de entrega	28
Figura 13.	Resultados del Indicador Precios	29
Figura 14.	Resultados del Indicador Precios	30
Figura 15.	Resultados del Indicador Promociones	31
Figura 16.	Resultados del Indicador Promociones	32

Resumen

El objetivo de esta de investigación consistió en determinar cómo se aplicó la gestiónlogística de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020. Las dimensiones aprovisionamiento, producción, distribución y servicio al cliente fueron correlacionadas a través del programa SPSS. La investigación ha sido aplicada, experimental de corte transversal, orientado en un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo. Se realizó una composición de correlaciones determinado por el cálculo de determinación entre las dimensiones Aprovisionamiento y Producción 70.4%; Producción y Distribución 55.8%; Distribución y Servicio al cliente 64.3%; Servicio al cliente y distribución 67.4%. En conclusión, se determinó que las dimensiones si intervinieron en la gestión logística de los trabajadores. La gestión logística de los productos cárnicos de la empresa, Callao, estuvo relacionado con las interacciones de las dimensiones aprovisionamiento, producción, distribución y servicio al cliente.

Palabras clave: Gestión logística, aprovisionamiento, producción, distribución y servicio al cliente.

Abstract

The objective of this research was to determine how the logistics management of frozen meat products of the company Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos EIRL, Callao, 2020 is applied. The dimensions of supply, production, distribution and customer service were correlated through the SPSS program. The research has been applied, experimental, cross-sectional, oriented in a quantitative approach of descriptive level. A composition of correlations determined by the calculation of determination between the dimensions Supply and Production 70.4% was made; Production and Distribution 55.8%; Distribution and Customer Service 64.3%; Customer service and distribution 67.4%. In conclusion, it was determined that the dimensions do intervene in the logistics management of workers. The logistics management of the meat products of the company, Callao, was related to the interactions of the supply, production, distribution and customer service dimensions.

Keywords: Logistics management, supply, production, distribution and customer service.

I. INTRODUCCIÓN

La gestión logística fue muy importante para las empresas ya que si la aplicaron adecuadamente lograron obtener ventajas, las cuales les permitieron satisfacer las necesidades del cliente. Asimismo, la empresa Gonzalito Almacenes & servicios logísticos E.I.R.L dedicada al rubro de productos cárnicos congelados que a pesar que tuvieron un buen rendimiento en sus utilidades tuvieron irregularidades en los procesos logísticos, la realidad problemática de la organización requiero mejorar los procedimientos donde se vio reflejada deficiencia en el manejo de aprovisionamiento, producción, distribución y el servicio adecuado al cliente. A nivel Internacional, Revistas espacios (2018) Aseveró que los procesos logísticos se debieron realizar de manera adecuada para el control desde el aprovisionamiento hasta que el producto ala disposición del cliente. La empresa Red Cárnica en Colombia durante el periodo 2015 tuvo mayores ventas de 5. 338. 285 \$ en el periodo 2016 representó una clara baja en sus ventas de 2.392. 774 por lo que se requiero mejorar los procesos logísticos teniendo deficiencias en el área que afectaron directamente a la empresa, es por elloque se necesitó implementar un plan de acción para la realización de un correcto círculo logístico. En el ámbito nacional las ineficiencias en los procesos logísticos se establecieron en impedimentos fundamentales para el desarrollo de la competencia del país. El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2014) la logística del país estuvo en un nivel bajo en semejanza con otras patrias. Por esta razón las empresas nacionales debieron realizar un buen desempeño para que no hubiese sucedido una discontinuidad de flujo de materiales y faltó medios de transporte. En el entorno regional, Revista énfasis (2014) mencionó que la patria brasilera fue todo un reto que lograron disminuir los costos logísticos, es así que en el periodo 2017 las ventas fueron de 6, 577,5 miles de dólares representando un crecimiento mínimo a diferencia del año anterior que fue de 6, 128,024 de productos cárnicos congeladas, pero en realidad hubo mucho por realizar ya que los cambios del entorno fueron constantes y la demanda universal fue cada vez mayor.

En conclusión, la gestión logística de la empresa careció de un buen manejo en sus procesos de los productos cárnicos, le faltó realizar los procesos adecuadamente tales como aprovisionamiento, producción, distribución, servicio al cliente de manera óptima con el fin que hubieran logrado satisfacer a los clientes.

La formulación del problema general de la investigación quedó establecida, ¿Cómo se aplica la gestión logística de los productos cárnicos congelados en la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao 2020? Los problemas específicos son: ¿Cómo contribuye el aprovisionamiento en los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao,2020?, ¿Cómo influye la producción en los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020, ¿Cómo influye la distribución de los productos cárnicos congelados en la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao,2020?, ¿Cómo afecta no brindar un buen servicio al cliente en base a los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020?.

La justificación de la investigación la presente investigación estuvo enfocada en el estudio pertinente de la gestión logística de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020. Ya que muchas veces les pareció irrelevante. Este estudio buscó aportar mayor conocimiento a la empresa para que obtenga una adecuada logística logrando incrementar su desarrollo empresarial. Passos (2015) Afirmó que La justificación de un proyecto debió ser clara, precisando la problemática del objetivo de estudio que se investigó, Consistió en tres aspectos: Teórico estuvo basado en aprobar o rechazar las teorías argumentadas; Metodológico sostuvo la creación y aplicación del instrumento que se llevó a cabo; Práctico se basó en la toma de decisiones que le dio solución a la problemática. Se utilizó la técnica de la entrevista para la recopilación de la información del especialista encargado del rubro de productos cárnicos. Esta investigación permitió conocer la relevancia que tuvo la logística en la empresa y lo esencial que fue de aplicarla correctamente.

El objetivo general de la investigación fue determinar cómo se aplica la gestión logística de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020, Los objetivos específicos consiste en (a) Determinar cómo contribuye el aprovisionamiento en los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020, (b) Determinar la producción de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020 , (c) Determinar cómo influye la distribución de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020 (d) Determinar cómo influye el brindar un servicio adecuado al cliente en base a los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020

La hipótesis general de la gestión logística fue relacionar las dimensiones en base a la Gestión logística de los productos cárnicos congelados de los trabajadores de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L Callao 2020. Las hipótesis específicas consistieron en (a) Existe relación entre aprovisionamiento y producción de los productos cárnicos congelados de la empresa (b) Existe relación entre producción y distribución de los productos cárnicos congelados de la empresa (c) Existe relación entre distribución de los productos cárnicos congelados y servicio al cliente de la empresa (d) Existe relación entre servicio al cliente y producción de los productos cárnicos congelados de la empresa.

II. MARCO TEÓRICO

En el contexto nacional, Acuña, Chicoma, Delgado, Silva y Mego (2016) del artículo titulado: El proceso logístico y el nivel de inventarios de la Empresa H Y M Almacenes Generales S.R.L, Cajamarca. Tuvo como objetivo determinar el proceso logístico y la mejora del nivel de inventarios de la Empresa H y M Almacenes Generales S.R.L, en la ciudad de Cajamarca. En su metodología utilizó el tipo de investigación aplicada, un nivel descriptivo correlacional porque describió los hechos en su contexto natural mediante la observación de la relación de ambas variables, diseño no experimental, utilizó la técnica entrevista y un instrumento cuestionario que fue aplicado a 114 individuos para la obtención de información en base a lo estudiado. Los resultados que se obtuvieron fueron que la organización no cuenta con espacios adecuados para la ubicación de los materiales es por ello que no logran realizar de manera apropiada y eficiente los controles de entradas y salidas que maneja la empresa. Se concluyó que contar con un adecuado control de mercancías le permite a la empresa identificar con exactitud sus pérdidas y utilidades de las ventas desarrollando su productividad.

Román (2016) en su tesis titulada: La distribución en la gestión logística en los procedimientos de importación de la organización Star Motors S.A. Tuvo como objetivo diseñar una planeación de mejoramiento de la distribución de la gestión logística en los procesos de importaciones de la misma. En su metodología utilizó un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo para la explicación de los hechos en su contexto natural, un diseño no experimental se recopiló la información en un solo momento en el desarrollo de la investigación, además utilizó el método deductivo para lograr una conclusión específica del estudio, asimismo la población consistió en 31 trabajadores y 61 clientes se les aplicó la técnica de la entrevista y el instrumento del cuestionario. Los resultados fueron: 92 individuos encuestados mencionaron que la empresa no realizó una correcta distribución de los productos en el tiempo y lugar establecido, ya que no contaron con una planeación adecuada del proceso ya que no lograron satisfacer entregar adecuadamente los productos a los clientes. Se concluyó que la organización requiere implementar una adecuada distribución para el reparto de sus mercancías

Sandoval (2016) en su tesis titulada: Gestión logística para la competencia de las Mypes del rubro textil de la galería Moda Center de la Victoria, Lima, 2016. Tuvo como objetivo Identificar la Gestión logística para la competencia de las Mypes del rubro textil de la galería Moda Center de la Victoria. En su metodología utilizó un tipo de investigación aplicada, un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo especificandolos hechos en su contexto natural, con un diseño no experimental para la recopilación de datos en solo momento mediante el desarrollo del estudio. Se aplicó la técnica del censo y el instrumento cuestionario que constó de 33 ítems que se empleó a 25 directivos de la galería Los resultados fueron 25 directivos de la galería Moda Center consideraron que la gestión logística que se empleó en la pyme no fue la adecuada afectando sus procesos logísticos y su desarrollo empresarial. Se concluyó que la gestión logística que se aplicó en la galería no fue la adecuada perjudicando los procesos logísticos, tales como la cadena de suministro de sus mercancías, la entrega de los pedidos de los clientes.

Aguirre, Durand, Morales y Yoplac (2017) del artículo titulado: Organización y Proceso logístico de productos denominados Abarrotes de un Supermercado. Tuvo como objetivo mostrar la organización y el proceso logístico en el área de abarrotes de un supermercado. En su metodología utilizó un tipo de investigación aplicada, un enfoque cualitativo, asimismo realizó la técnica de la entrevista a los expertos del rubro del supermercado para la obtención de información de la investigación estudiada. Los resultados a través de lo manifestado de los individuos fueron: El supermercado tuvo una adecuada gestión en sus procesos logísticos para el eficiente control de sus mercancías priorizando no dañar el buen estado del producto al momento de acomodarlo en las góndolas. El estudio concluyó que en el supermercado se realizan eficientemente los procesos logísticos por medio del control de manejo de inventario para llevar el conteo de entradas y salidas de los productos para mantener un stock de los estos mismos de tal modo que no solo satisfacen la necesidad de los clientes del supermercado de abarrotes, sino que también les permitió permanecer en el mercado.

Ortiz, Oramas y Sanz (2015) del artículo titulado: El Procedimiento de evaluación del aprovisionamiento: aplicación a proveedores seleccionados de una empresa

Tuvo como objetivo determinar cómo se genera el procedimiento de evaluación de proveedores de la empresa comercial. En su metodología utilizó el enfoque cuantitativo utilizando la recolección y el análisis de los datos de la investigación estudiada, se aplicó la técnica de la encuesta a los proveedores y se realizó el cuestionario de tipo Likert. Los resultados que se obtuvieron en base a lo estudiado consistieron que existe una deficiencia en el proceso de recibir las mercancías y la optimización en el proceso de la recepción garantizando el abastecimiento adecuado de la mercadería. El estudio concluyó que el procedimiento de evaluación del aprovisionamiento ayudó a optimizar el recibimiento y recepción de los productos que contribuyó a una mayor eficiencia en la gestión logística de la empresa comercial, garantizando el abastecimiento de los materiales necesarios y las ordenes de compras para después precisar una proyección de la comercialización y la demanda de la venta.

Chanchari (2019). En el artículo titulado: Administración de la producción y logística, tuvo como objetivo determinar la producción de la logística en la empresa. Aplicó la metodología utilizando un enfoque cuantitativo, diseño no experimental que se basó en recopilar la información en un solo momento durante la investigación, con un corte transversal, se aplicó un cuestionario de tipo Likert que consistió en 18 ítems el cual participaron 45 trabajadores de la empresa de menara voluntaria, un nivel descriptivo detallando los sucesos en su contexto natural e originalidad. Los resultados que se obtuvieron en dicha investigación consistieron que la producción fue fundamental en la empresa ya que sin este proceso no se puede elaborar los productos adecuadamente afectando gravemente la productividad empresarial. Obtuvo un promedio de 1,5 que generó una baja tendencia en la producción de sus productos. Se concluyó que la producción se basó en uno de los procesos primordiales que debió llevar a cabo la organización para el uso correcto de su procedimiento. Es así que la producción permitió elaborar los productos de manera eficiente logrando culminarlos satisfactoriamente.

Reina (2019). En el artículo titulado: Administración de la producción y logística. Tuvo como objetivo determinar la producción en la logística de la administración, se aplicó la metodología utilizando un enfoque cuantitativo, diseño no experimental

aplicó lo que se llegó a observar los hechos en su contexto natural, con un corte transversal porque se recopiló información en un solo momento en dicha investigación. Se aplicó un cuestionario de tipo Likert que consistió de 25 ítems el cual participaron de manera voluntaria 50 trabajadores de la organización, se aplicó la técnica de la entrevista y el instrumento el cuestionario. Los resultados se obtuvieron consintieron que la producción en la empresa fue indispensable ya que obtuvo un promedio de 4,5 que generó una alta tendencia en el proceso de la producción de los productos para el cliente final. Se concluyó que la producción en la empresa fue primordial para que se pueda llevar a cabo la elaboración de los productos y poder entregarlos a los clientes de manera eficiente logrando su satisfacción.

Benites (2019). En el artículo titulado: Administración de la producción y logística. Tuvo como objetivo determinar que la producción en la logística de la administración en las empresas. En su metodología utilizó un nivel descriptivo que se basó en relatar los hechos en su contexto natural durante la presente investigación, con un diseño no experimental que consistió en describir los hechos en su contexto original, se aplicó el corte transversal en un solo momento durante el estudio de la investigación, de enfoque cuantitativo, se aplicó el cuestionario de tipo Likert que consistió en 16 ítems en el cual participaron de manera voluntaria 48 trabajadores de la organización. Los resultados que se obtuvieron en dicha investigación se obtuvieron un promedio de 4,6 que generó una tendencia en el proceso de la producción de los productos para que se lleven a cabo correctamente. Se concluyó que la producción fue primordial en la organización para la elaboración de los productos llevándolos a cabo adecuadamente para el cliente final logrando satisfacer sus expectativas.

Martin (2019). En el artículo titulado: Administración de la Producción y Logística en las pymes textiles. Tuvo como objetivo evaluar la producción en la logística en las pymes textiles. Utilizó la metodología del enfoque cuantitativo, del diseño no experimental ya que se describió los hechos o sucesos en un solo momento, se aplicó el corte transversal que recopiló la información en un solo momento durante el estudio de la investigación. Los resultados de la investigación fueron 30 directivos de la empresa que generaron que la producción se emplee adecuadamente en la

empresa para que así se logró producir los productos eficientemente consiguiendo que los clientes estén satisfechos con el producto final. Se concluyó que la producción consistió el proceso importante para poder llevar a cabo la elaboración de los productos consiguiendo la satisfacción de los clientes y sobre todo lograr incrementarla productividad de la empresa y el prestigio de la organizacional por producir productos de calidad y a un buen precio accesible que cualquier individuo pudo adquirirlo.

Rodas (2018). En su articulado titulado: El proceso logístico y la gestión de la distribución en el Restaurante MA&LU. Tuvo como objetivo determinar la interrelación entre la distribución y el proceso Logístico del restaurante. Se aplicó en la metodología un nivel descriptivo que se basó en relatar los hechos en su contexto original, un corte transversal en un solo momento durante el objeto de estudio. Se aplicó un cuestionario de tipo Likert que consistió en 18 ítems que participaron voluntariamente 49 trabajadores. Los resultados que se obtuvieron consistieron que la distribución fue indispensable en la organización para el uso correcto de la repartición de los productos. Se concluyó que la distribución fue esencial en el restaurante ya que permitió realizar correctamente el reparto de los productos logrando la satisfacción de los clientes ya que la entrega fue óptima en el tiempo que establecieron, es así que consiguieron que los clientes recomendaran al restaurante a su entorno familiar e amistades por ser de excelente calidad y brindar una adecuada atención ya que distribuyen los productos de manera óptima.

En el contexto internacional, García, Molina, Ventura (2017) Colombia. El artículo titulado; La Gestión logística en las pequeñas empresas del grupo de operarios de carga del Departamento del Atlántico. Tuvo como objetivo examinar los procesos de la gestión logística en las pequeñas empresas. En su metodología utilizó un enfoque cuantitativo, un nivel descriptivo detallando los hechos en su contexto natural mediante lo que se percibió en la investigación estudiada, La población consistió por 25 ejecutivos y 25 dirigentes operativos del sector empresarial, asimismo se le aplicó la técnica de la entrevista y el instrumento cuestionario de tipo Likert. Los resultados se que obtuvieron consistieron que la gestión logística en las pymes estuvo en un promedio de 3,5 que generó una alta tendencia en los procesos logísticos tales como la gestión de inventarios de sus mercancías, la entrega eficiente

de los productos hacia sus clientes. Les proporcionaron un adecuado servicio. Se concluyó que la gestión de las pymes del rubro el proveedor tuvo un rol muy importante para la garantía de la calidad del pedido y el registro para la verificación eficiente de la entrega del proveedor que correspondió a lo que ha solicitado la empresa.

García, Molina, Ventura (2017) Colombia. El artículo titulado; La Gestión logística en las pequeñas empresas del grupo de operarios de carga del Departamento del Atlántico. Tuvo como objetivo examinar los procesos de la gestión logística en las pequeñas empresas. En su metodología utilizó un enfoque cuantitativo, un nivel descriptivo detallando los hechos en su contexto natural mediante lo que se percibió en la investigación estudiada, La población consistió por 25 ejecutivos y 25 dirigentes operativos del sector empresarial, asimismo se le aplicó la técnica de la entrevista y el instrumento cuestionario de tipo Likert. Los resultados sé que obtuvieron consintieron que la gestión logística en las pymes estuvo en un promedio de 3,5 que generó una alta tendencia en los procesos logísticos tales como la gestión de inventarios de sus mercancías, la entrega eficiente de los productos hacia sus clientes. Les proporcionaron un adecuado servicio. Se concluyó que la gestión de las pymes del rubro el proveedor tuvo un rol muy importante para la garantía de la calidad del pedido y el registro para la verificación eficiente de la entrega del proveedor que correspondió a lo que ha solicitado la empresa.

Quiala, Fernández, Vallín y López (2018) Cuba, en su artículo: Aprovechamientos en la industria biotecnológica cubana. Tuvo como objetivo determinar la metodología en la gestión logística en el aprovisionamiento en las industrias cubanas en el rubro de biotecnológicas. En la metodología se aplicó el nivel de investigación descriptivo, haciendo referencia a la explicación de la observación de los hechos ocurridos en el estudio de la investigación. Los resultados del trabajo de la investigación refirieron que el proceso de planificación no fue el adecuado para la recepción de los materiales en almacén ya que no se utilizaron los insumos necesarios en el proceso para el producto terminado, que resulto un valor significativo en la productividad empresarial. Se concluyó que el aprovisionamiento tuvo un nivel significativo con la gestión logística mejorando la productividad de la

industria cubana, Asimismo se hizo el proceso correcto en el recibimiento de las mercancías y la optimización de los procesos de recepción garantizando el abastecimiento de los productos

Cao, Li y Wang (2019) México, en su artículo titulado: Procesamiento de la producción de atributos múltiples basado en RFID y minería. Tuvo como objetivo determinar cómo la logística de producción contribuye al enfoque eficaz en las anomalías en minería. En su metodología utilizó un enfoque cuantitativo para el análisis de los datos de la investigación estudiada. Se aplicó la técnica de encuesta a los mineros, consistió en un cuestionario tipo Likert. Los resultados que se obtuvieron refirieron que más del 90% afirmaron que pudieron descubrir de manera eficiente las anomalías entre la logística de producción. La investigación que se estudió concluyó que la logística de producción planificó y controló la transformación de los materiales para la preparación eficiente dando como resultado los productos terminados para la comercialización hacia al cliente quedando satisfecho con lo adquirido. Asimismo, el proceso adecuado de la producción agilizó y optimizó el tiempo para que el producto este culminado con la calidad que el cliente lo requirió.

LLamba (2015) Ecuador. En su tesis titulada: La distribución y su impacto en las ventas de la Compañía Indurema. Tuvo como objetivo determinar el progreso de los procesos logísticos para disminuir las ineficiencias en el reparto de los productos. En su metodología utilizó un enfoque mixto mediante la observación de los hechos y datos numéricos, un nivel correlacional para la relación de las variables, la población consistió en 50 clientes y 25 trabajadores, se aplicó las técnicas de la observación directa y entrevista, además se empleó un instrumento cuestionario para la recopilación de información en base a la investigación estudiada. Los resultados obtenidos consistieron que las personas encuestadas consideraron que las distribuciones de sus productos fueron eficientes estableciendo los procedimientos que les permitió mejorar el reparto de los productos satisfaciendo a los clientes. Se concluyó que la gestión logística que se empleó en la empresa no fue eficiente, Se obtuvo un porcentaje del 48 por ciento en la alternativa casi nunca que el servicio que se le brindó al cliente de las mypes de la galería no fue adecuado es por ello que se debió mejorar la distribución en la repartición de los productos para que se hubiera logrado satisfacer a los clientes.

González, Escudero y Tanco (2017) Uruguay, el artículo titulado: distribución para Logística Urbana: Análisis de Experiencias Internacionales. Tuvo como objetivo determinar cómo contribuyó el proceso de mejoramiento de la distribución para la logística en las tiendas de la zona urbana. Se utilizó el tipo de investigación descriptivo, el cual explica los hechos a través de la observación mediante el estudio de la investigación, el enfoque cuantitativo se utilizó la recolección de los datos para establecer con exactitud los patrones del comportamiento de la población en estudio, asimismo participaron los expertos para la recopilación de la información. Los resultados hacen referencia que más del 80% de los encuestados refieren que el proceso adecuado de distribución sí influye en el incremento de las ventas en las bodegas de la zona urbana. En el trabajo de investigación se concluyó que la distribución es el proceso de la planeación y del control de los productos culminados de las tiendas de la urbanización, asimismo los pedidos entre los proveedores de la compra de los bienes, mejorando la competitividad de las mercancías.

Torres, Chugá, Vallejos y MSc (2019) Ecuador, el artículo titulado: Atención al cliente: consistió en el análisis al servicio que brindaron a los clientes del restaurante en la ciudad de Ibarra — Ecuador. Tuvo como objetivo determinar la calidad del servicio al cliente en los restaurantes en la ciudad de Ibarra. La metodología consistió en el tipo de investigación descriptiva la cual explicó los hechos a través de la observación durante el estudio de investigación, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento de tipo Likert que se aplicó a 20 clientes del restaurante en la localidad de Ibarra. Los resultados que se obtuvieron de la investigación refirieron a un 42 % la atención fue regular y el 58% manifestaron que la atención fue la adecuada en los restaurantes. El estudio de investigación concluyó que el servicio al cliente fue primordial en los restaurantes ya que los clientes se sintieron cómodos con la atención que se les proporcionó, la calidad del servicio, el cual benefició el prestigio de estos mismos, ya que los comensales estuvieron satisfechos con el servicio que les brindó.

Jurado y Naranjo (2019) Bogotá el artículo titulado: Propuesta para la implementación al servicio adecuado hacia los clientes en la empresa del sector retail. Tuvo como objetivo demostrar el tiempo de espera del servicio que se le

brindó al cliente. La metodología que se utilizó fue de tipo de investigación descriptiva en donde explica los hechos de la investigación a través de la observación, se aplicó un diseño de corte transversal porque se recopiló información en un solo momento del trabajo de la investigación. Los resultados que se obtuvieron en el estudio de investigación refirieron que tuvo una relación directa el servicio del cliente entre el tiempo de espera de la atención del cliente. Asimismo, hicieron referencia al ponderado de la evaluación del tiempo de demora de la atención. Proporcionaron el servicio al cliente en la organización del retail. El trabajo de investigación concluyó que el servicio al cliente fue fundamental en la empresa retail ya que se le proporcionó una atención adecuada que hizo que se sintieran satisfechos. Así mismo sus dudas se lograron resolver y sobre todo consiguieron que la empresa obtenga un buen prestigio organizacional.

Causado, Charris y Guerrero (2019) Colombia el artículo titulado: Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta. Tuvo como objetivo demostrar la calidad del servicio al cliente en la Red de Petri en el restaurante. En la metodología que se utilizó en el tipo de investigación fue descriptiva, explicaron los hechos que se generaron durante el estudio de la investigación, el enfoque cuantitativo consistió en el análisis de los datos del estudio. Los resultados que se obtuvieron refieren al logro de mejora en el proceso del servicio al cliente. En conclusión, el servicio al cliente fue indispensable ya que sin ellos no se hubiera podido seguir vigente en la empresa, es por ello que se le proporcionó una adecuada atención logrando satisfacer las necesidades, asimismo brindaron un ambiente adecuado, seguro y sobre todo agradable para los clientes. Es así que el prestigio de la empresa incrementó ya que se les identificó por ser una organización que prestó una excelente atención a los clientes lo cual permitió que se sintieran como si estuvieran en su propia casa por la excelencia del servicio que ofreció el Restaurante de Santa Marta.

La logística, según Huan y Cheung. (2013). Argumentaron que es el conjunto de procesos desde la fuente de aprovisionamiento hasta el cliente final que permitió maximizar la cadena de producción de la empresa generando una adecuada comercialización de las mercancías. La organización debió establecer a su público objetivo una adecuada atención y además tuvo en el control de los materiales,

producción, gestión de inventario, transporte y el almacenamiento del producto.

La gestión logística, según Escudero (2019). Argumentó que se encarga de planear, implementar y controlar el flujo de los materiales desde el centro de origen hasta la venta final. Vinculando directamente al conjunto de funciones relacionadas a los procesos de aprovisionamiento, producción y distribución del producto para realizar la entrega al consumidor final.

Teoría de la logística, según Ballou (2004). Argumentó que la Gestión Logística proveniente del lenguaje militar fue incursionando de manera inmediata en el medio empresarial, definiendo como el conjunto de actividades de almacenaje, transporte, para la satisfacer a los clientes de venta final.

Teoría de Restricciones, según Barbee (2015). Argumentó que fue un sistema global productivo que estuvo permanente en la organización, consistió en el eslabón de la cadena más frágil que generó un proceso paulatino que otros. Es por ello que se debió optimizar las restricciones del sistema ante el cuello de botella ya que afectó la productividad general de la organización. Consistió en el hecho del valor para el cliente que se generó en un lugar específico, sino que se produjo a lo largo del proceso de la cadena logística.

Teoría de cadena de suministro, según Grant, Trautrim y Wong (2017). Argumentó que consistió en el conjunto de actividades de distribución para efectuar el proceso de venta del producto desde la materia prima para luego pase a un proceso de transformación y se produjo la fabricación de los productos, transporte hasta que se cumplió eficientemente los procesos para que se realice la entrega al cliente final.

Teoría del comercio internacional, según Mavroidis (2016). Argumentó que consistió en la agrupación de las actividades comerciales que hicieron referencia a la transferencia de bienes, tecnologías y servicios a diversos países que generaron la libertad comercial e intercambios de sus productos en distintas divisas que incrementaron la economía de su nación.

Teoría de ventaja Comparativa, según Stern (2011). Argumentó que es la capacidad para producir un bien con menos recursos que otros pero que marque la diferencia por

ser un producto que cumpla eficientemente con todos los requisitos y sobre todo fue relevante en su máxima calidad.

Las definiciones de las dimensiones, según Escudero (2019). Aprovechamiento argumentó que se basó en el traslado del producto desde el centro de extracción hasta la fábrica o almacén. Se seleccionaron adecuadamente los mejores proveedores los cuales ofrecieron precios accesibles garantizando la calidad de los productos.

La producción, según Escudero (2019). Afirmó que fue un proceso logístico basado en la planificación y control de la materia prima para luego transformarla en productos efectuando su producción. Se logró un producto terminado disponible para el consumidor final.

La distribución Escudero (2019). Hizo referencia a la repartición de productos de manera correcta y conveniente. Estuvo compuesta por procesos los cuales tuvieron la labor de realizar una función adecuada para la distribución de los productos en lugar y tiempo que se estableció el consumidor final.

El Servicio al cliente, Escudero (2019). Afirmó que el cliente fue lo más apreciado que tuvo la empresa ya que sin ellos no hubiera podido seguir funcionando y también notuvo una mayor participación en el mercado, es por ello que a los clientes se les debió dar un trato adecuado y cordial. Logrando satisfacer sus necesidades y expectativas. Los indicadores, compras según Escudero (2019). Argumentó que fue el proceso que seleccionó a los mejores proveedores los cuales ofrecieron los productos para luego suministrar todo el proceso logístico hasta que llegó al cliente final

El inventario, según Escudero (2019). Afirmó que consistió en el control de la cantidad de entradas y salidas de las mercancías. Es decir, fue un sistema de contabilidad que la empresa utilizó para registrar y ordenar cantidades detalladas en un momento determinado.

Las máquinas, según Escudero (2019). Aseveró que se constituyeron como instrumentos importantes que sirvieron al humano para ayudarlo en realizar su trabajo

adecuadamente, Siendo un mecanismo que estuvo bajo el control de los individuos para su uso correcto.

Las instalaciones Escudero (2019). Afirmó que fueron espacios que dispusieron de los recursos que se llevó a cabo en ciertos procesos de elaboración y producción de los productos los cuales se sitúan en un lugar adecuado para el desarrollo de una actividad.

El transporte Escudero (2019). Argumentó que consistió en el desplazamiento de mercadería de un lado a otro, además contaron con flotas necesarias para el traslado de productos que permitieron cubrir la demanda de la entrega de pedidos.

El plazo de entrega a Escudero (2019). Argumentó que consistió en el tiempo desde que se inició la solicitud del pedido hasta que llegó el producto al consumidor. Se debió cumplir el requerimiento del cliente en un tiempo óptimo logrando la satisfacción del cliente y así mismo se logró dar una adecuada impresión de la buena atención que presta la empresa.

Los precios Escudero (2019). Afirmó que consistió en la cantidad monetaria para que pudieran adquirir un bien, consistió en fijar un monto referido al producto el cual estuvo establecido por la demanda del mercado o los cambios del entorno del mercado actual. Las promociones Escudero (2019). Aseveró que debieron ser atractivas para los clientes generando su interés ofreciendo precios accesibles y sobre todo se basó en dar a conocer e informar la existencia de los productos persuadiendo al cliente en que lo adquirió.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

La metodología que se llevó a cabo fue la siguiente, según Cegarra (2004). Argumenta que el tipo de investigación aplicada permitió obtener un incremento de conocimientos que se adquirieron mediante el estudio siendo aplicados en la ubicación geográfica del objeto que se estudió.

Diseño no experimental — transversal, según Arias (2012). Se basó en realizar la investigación sin llegar a manipular la variable el cual se dio en su contexto natural a través de la observación, es así que luego se llevó a cabo el análisis. Asimismo, el corte transversal de los datos se recolectó en un solo momento durante la investigación estudiada.

3.2 Variable y operacionalización

Variable; Gestión logística fue medida por 4 dimensiones y 8 indicadores para cada una, fueron las siguientes: Aprovisionamiento (Compra e inventarios); producción (máquinas e instalaciones), distribución (transporte y plazo de entrega), servicio al cliente (precios y promociones).

3.3 Población, muestra, muestreo

La población estuvo conformada por 10 individuos que laboran en la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L, Callao, 2020. Según el autor. Vara(2012) manifestó que son aquellos individuos que conformaron el estudio de trabajo. Se utilizó la muestra censal, en la cual intervinieron las unidades en el estudio considerando a todos en la muestra, participaron los 10 trabajadores de la empresa. Bernal (2010) aseveró que la muestra censal se debe tener en cuenta a todas las personas las cuales se debieron considerar en el estudio.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La Técnica que se utilizó fue la encuesta, según Arribas (2004) asevera que es un procedimiento de estudio que se llevó a cabo para la recolección de datos adquiriendo

información de los individuos. El Instrumento que se llevó a cabo fue el cuestionario, Según Bernal (2010). Argumenta que es una serie de afirmaciones que se les realizó a los individuos para la recopilación de datos sobre un estudio definido. El instrumento que se realizó en la investigación consistió en 16 ítems en donde se obtuvo información en base a lo estudió.

Recolección de datos, fue de tipo de escala de Likert, según Corral (2009) se basó en la agrupación de ítems formulados como enunciados positivos, en donde se pide la reacción de los encuestados. En este estudio se ejecutó con las siguientes alternativas: (1) Nunca, (2) Casi Nunca, (3) A veces, (4) Casi siempre, (5) Siempre.

3.5 Procedimientos

Los procedimientos que se llevó a cabo en la investigación consistieron en una fase teórica que se basó en el cuestionario que fue aplicado a los 10 trabajadores que laboran en la empresa para la obtención de los resultados estadísticos que se realizaron mediante el programa SPSS V.24.0 destacando las características de la variable, los resultados de la encuesta se procesaron para observar y analizar la información de dicha investigación.

3.6 Métodos de análisis de datos

Para el análisis de datos se aplicó el programa estadístico SPSS en donde se procesó la información que se recopiló, es así que se logró obtener los resultados de dicha investigación, además el método inductivo ayudó a generar soluciones hipotéticamente a los problemas que afectaban a la empresa.

3.7 Aspectos éticos

La investigación estuvo sometida al reglamento ético de la Universidad César Vallejo del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica el cual se garantizó la veracidad de dicho contenido del estudio.

IV. RESULTADOS

Estadística Descriptiva

Se aplicó el alfa de cronbach a los 10 trabajadores de la empresa Gonzalito & almacenes logísticos E.I.R.L, Callao 2020. Resultando la confiabilidad en 0,822 mediante el programa estadístico SPSS.

Confiabilidad de la variable gestión logística

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cron Bach	N de elementos
,822	16

1- ¿Antes de efectuar la compra, contacta a sus proveedores?

Tabla N° 1:

Resultados del Indicador Compra

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	2	20,0	20,0	10,0
	A veces	2	20,0	20,0	20,0
	Casi siempre	5	50,0	50,0	50,0
	Siempre	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

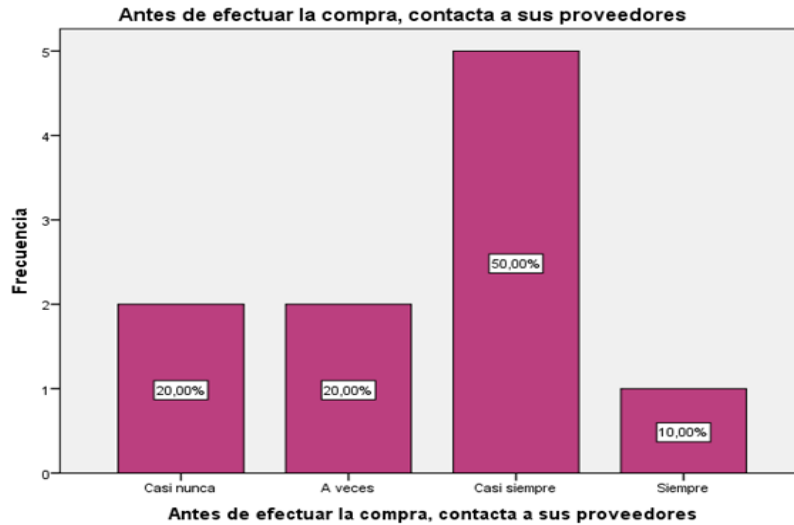


Figura 1 Resultados del Indicador Compra

Interpretación: se observó en la figura 1 que el 20% representó a 2 de los trabajadores de la empresa que refirieron que casi nunca efectuaron la compra de los productos con los proveedores, el 20% representó a 2 de los empleados que opinaron que a veces coordinaron con los distribuidores, el 50% representó a 5 de los colaboradores que manifestaron que casi siempre se comunicaron con sus abastecedores para realizar la compra de la materia prima y 1 de los empelados argumentó que siempre se llevó a cabo la compra de las mercancías.

2- ¿Coteja el precio de otros proveedores para realizar su compra?

Tabla 2 Resultados del Indicador Compra

Válido	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	2	20,0	20,0	10,0
	A veces	2	20,0	20,0	20,0
	Casi siempre	4	40,0	40,0	50,0
	Siempre	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,00	

Fuente: elaboración del programa estadístico

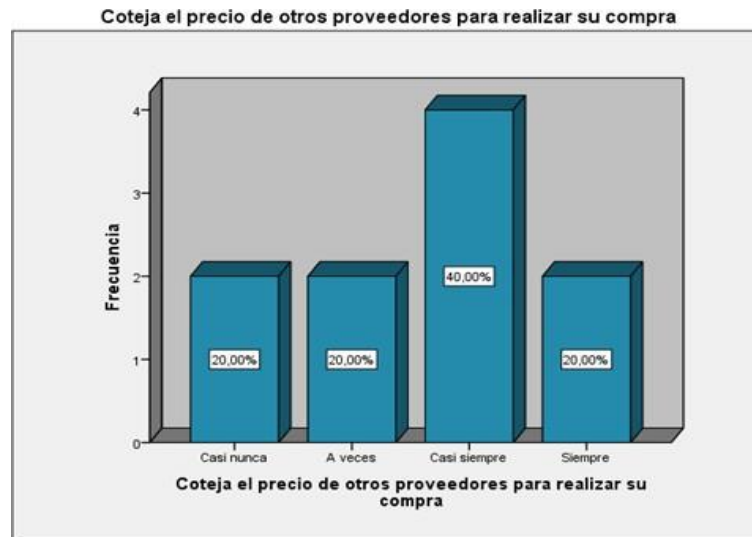


Figura 2 Resultados del Indicador Compra

Interpretación: se observó en la figura 2 que el 20% representó a 2 empleados de la empresa que opinaron que Casi nunca cotejan los precios de la materia prima con diversos proveedores, el 20% representó a 2 de los colaboradores que refirieron que a veces comparan los precios más bajos que le ofrecían otras empresas, el 40% representó a 4 colaboradores que afirmaron que casi siempre evalúan los precios accesibles con sus proveedores y el 20% indicó que 2 de los empleados opinaron que siempre realizan la comparación y evaluación con otros suministradores para efectuar la compra de a materia prima.

3- ¿Actualiza constantemente su stock de inventario?

Tabla N° 3:

Tabla 3 Resultados del Indicador Inventario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	30,0	30,0	10,0
	Casi siempre	6	60,0	60,0	20,0
	Siempre	1	10,0	10,0	50,0
Total		10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico



Figura 3 Resultados del Indicador Inventario

Interpretación: se observó en la figura 3 que el 30% representó a 3 de los empleados de la organización que opinaron que a veces evaluaron el stock de los productos en el inventario, el 60% representó a 6 de los trabajadores que refirieron que casi siempre actualizaron el stock de inventario, el 10% refirió que un trabajador opinó que siempre se llevó a cabo la renovación del registro de stock de las mercancías.

4- ¿El sistema de inventario responde a su perspectiva?

Tabla 4 Resultados del Indicador Inventario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	10,0	10,0	10,0
	A veces	2	20,0	20,0	20,0
	Casi siempre	1	10,0	10,0	50,0
	Siempre	6	60,0	60,0	20,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico



Figura 4 Resultados del Indicador Inventario

Interpretación: se observó en la tabla 4 que el 10% representó a un trabajador de la empresa que opinó que casi nunca utilizaron el sistema de inventario adecuadamente en sus productos, el 20% representó a 2 de los empleados que opinaron que a veces el sistema de inventario respondió correctamente a la perspectiva, el 10% representó a 1 de los colaboradores que opinó que casi siempre el sistema de inventario funcionó correctamente y el 60% que representó a 6 de los trabajadores que opinaron que siempre el sistema de inventario correspondió a su perspectiva satisfactoriamente.

5- ¿Las máquinas que utiliza responde a su expectativa?

Tabla 5 Resultados del Indicador de máquinas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	10,0	10,0	10,0
	A veces	3	30,0	30,0	20,0
	Casi siempre	4	40,0	40,0	50,0
	Siempre	2	20,0	20,0	100,0
Total		10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

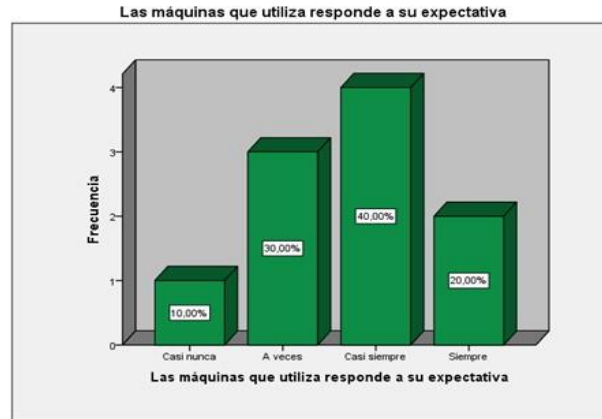


Figura 5 Resultados del Indicador de máquinas

Interpretación: se observó en la figura 5 que el 10% representó a 1 de los trabajadores opinaron que casi nunca utilizaron las máquinas para poder agilizar el proceso de la producción de los productos, el 30% refirió a 3 de los colaboradores que opinaron que a veces usaron las respectivas máquinas para llevar a cabo el proceso de producción, el 40% representó a 4 de los trabajadores afirmaron que casi siempre utilizaron las máquinas para acelerar la fabricación de los productos y el 20% representó a 2 de los trabajadores que opinaron que siempre utilizaron las máquinas correspondientes para la elaboración de los productos.

6- ¿Las máquinas empaquetadoras que utilizan son de última tecnología?

Tabla 6 Resultados del Indicador Máquinas

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	3	30,0	30,0	10,0
	Casi siempre	5	50,0	50,0	20,0
	Siempre	2	20,0	20,0	50,0
	Total	10	100,0	100,0	

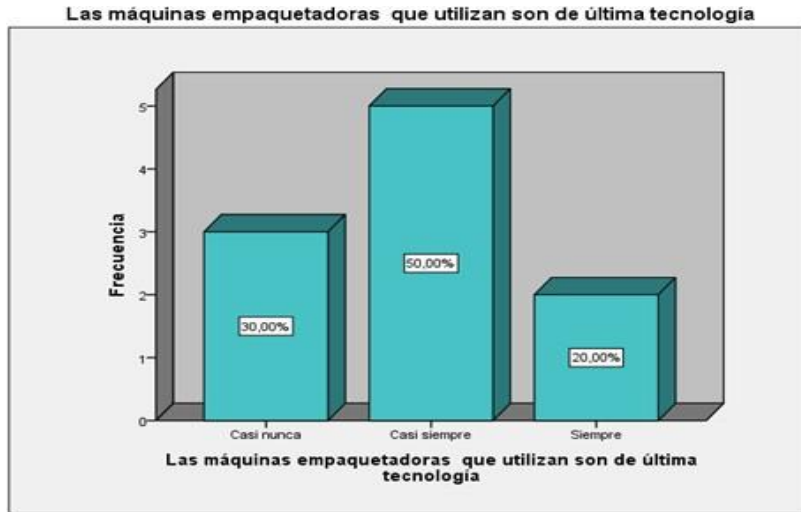


Figura 6 Resultados del Indicador Máquinas

Interpretación: se observó en la figura 6 que el 30% representó a 3 de los colaboradores de la empresa que opinaron que casi nunca utilizaron las maquinas empaquetadoras para llevar a cabo la elaboración del producto final, el 50% representó a 5 de los empleados que opinaron que casi siempre usaron las máquinas para empaclar los productos, el 20% que represento a 2 empleados consistió en que siempre emplearon los artefactos empaquetadores para llevar acabo el producto final.

7- ¿Las instalaciones están ubicadas en lugares apropiados?

Tabla 7 Resultados del Indicador Instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	40,0	40,0	10,0
	Casi siempre	3	30,0	30,0	20,0
	Siempre	3	30,0	30,0	50,0
Total		10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

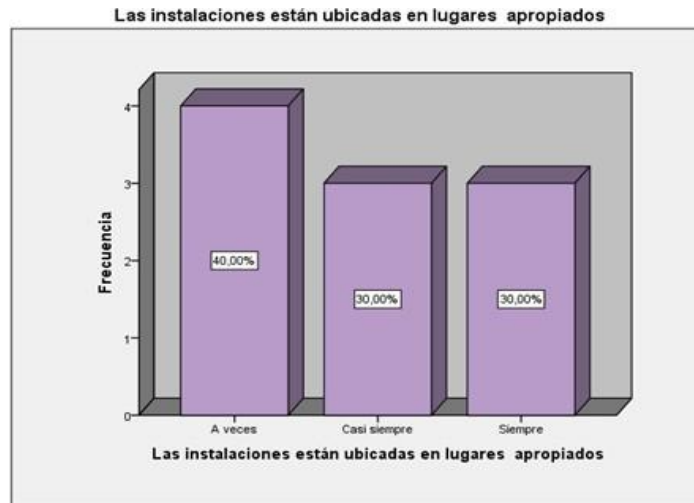


Figura 7 Resultados del Indicador Instalaciones

Interpretación: se observó en la figura 7 que el 40% representó a 4 trabajadores de la empresa que opinaron que a veces las instalaciones estuvieron ubicadas en lugares apropiados, que el 30% representó a 3 de los empleados opinaron que casi siempre las instalaciones estuvieron en una posición apropiada y el 30% representó a 3 de los colaboradores que opinaron que siempre las instalaciones estuvieron localizadas adecuadamente.

8- ¿La ubicación de las instalaciones de sus anexos son estratégicos?

Tabla 8 Resultados del Indicador Instalaciones

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	2	20,0	20,0	10,0
	A veces	5	50,0	50,0	20,0
	Casi siempre	3	30,0	30,0	50,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

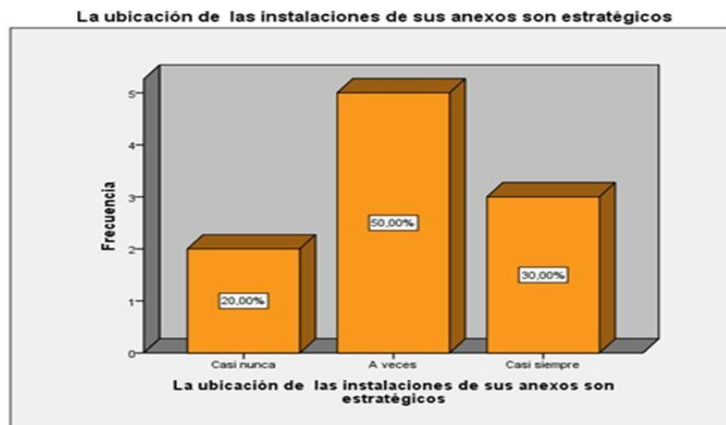


Figura 8 Resultados del Indicador Instalaciones

Interpretación: se observó en la tabla 8 que el 20% representó que 2 de los trabajadores opinaron que casi nunca las localizaciones de los anexos de las instalaciones estuvieron ubicadas estratégicamente, el 50% refirió que 5 de los empleados opinaron que a veces los anexos de los establecimientos no estuvieron ubicados adecuadamente y el 30% de los 3 colaboradores opinaron que siempre los anexos de las instalaciones de la empresa estuvieron situados en una posición correcta.

9- ¿La mercadería cuenta con un seguro, si, por cualquier motivo ocurriera algún incidente en el lapso del transporte?

Tabla 9 Resultados del Indicador Transporte

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	A veces	4	40,0	40,0	10,0
	Casi siempre	6	60,0	60,0	20,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

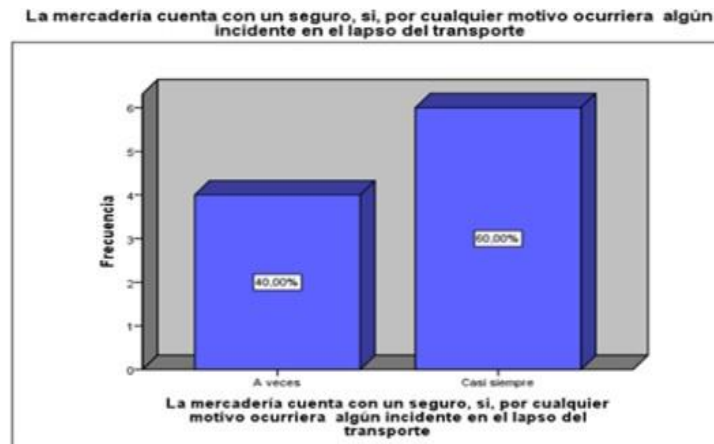


Figura 9 Resultados del Indicador Transporte

Interpretación: se observó en la tabla 9 que el 40% representó a 4 de los trabajadores de la empresa que opinaron que a veces las mercaderías contaron con un seguro por si llegara a suceder un accidente en el lapso de la distribución de los productos al cliente final y el 60% representó a 6 de los colaboradores que opinaron que casi siempre los productos contaron con seguro por si llegara a suceder cualquier incidente en el reparto de la mercadería.

10- ¿Utiliza diversos medios de transporte para realizar el envío adecuado de la mercadería?

Tabla 10 Resultados del Indicador Transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	40,0	40,0	10,0
	Casi siempre	4	40,0	40,0	20,0
	Siempre	2	20,0	20,0	50,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

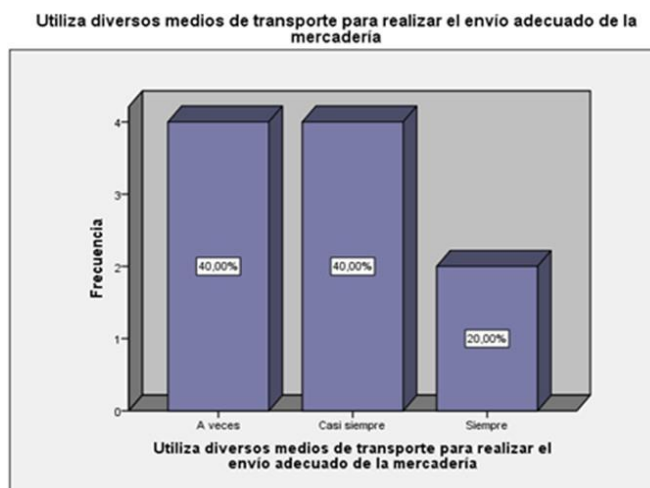


Figura 10 Resultados del Indicador Transporte

Interpretación: se observó en la figura 10 que el 40% representó a 4 de los trabajadores de la empresa que utilizaron medios de transporte para llevar a cabo el envío de los productos, el 40% consistió en 4 de los colaboradores que opinaron que casi siempre usaron medios de transporte para entregar los productos y el 20% representó a 2 de los empleados que refirieron que siempre emplearon medios de transporte para los envíos de las mercancías a los clientes

11- ¿La mercadería que se envía a los compradores llega en el plazo de entrega establecido por los clientes?

Tabla 11 Resultados del Indicador plazo de entrega

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	20,0	20,0	10,0
	Casi siempre	4	40,0	40,0	20,0
	A veces	2	20,0	20,0	10,0
Total		10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

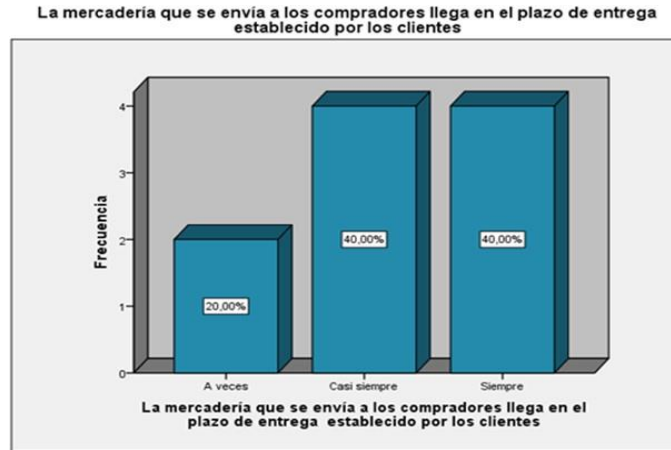


Figura 11 Resultados del Indicador plazo de entrega

Interpretación: se observó en la tabla 11 que el 20% representó a 2 de los trabajadores de la empresa que opinaron que a veces enviaron la mercadería en el tiempo determinado por sus clientes, el 40% representó a 4 de los colaboradores que refirieron que casi siempre realizaron los envíos de los productos el tiempo acordado y el 40% representó a 4 de los empleados opinaron que siempre enviaron cumplieron satisfactoriamente con la entrega de las mercaderías a los clientes.

12- ¿Utiliza nuevas técnicas especiales para reducir el plazo de entrega?

Tabla 12 Resultados del Indicador plazo de entrega

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	A veces	1	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	6	60,0	60,0	20,0
	Siempre	3	30,0	30,0	50,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico



Figura 12 Resultados del Indicador plazo de entrega

Interpretación: se observó en la figura 12 que el 10% representó a 1 de los trabajadores de la empresa que opinaron que a veces utilizaron técnicas que les permitió reducir el plazo de entrega de los productos, el 60% representó a 6 de los colaboradores que opinaron que casi siempre usaron técnicas para reducir el tiempo de reparto de la mercadería y el 30% representó a 3 de los colaboradores que opinaron que siempre llevaron a cabo técnicas como la optimización de las rutas, tuvieron una cadena de abastecimiento adecuada que les permitió reducir el tiempo de las entregas.

13- ¿Ofrece precios accesibles a sus clientes?

Tabla 13 Resultados del Indicador Precios

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	A veces	2	20,0	20,0	10,0
	Casi siempre	7	70,0	70,0	20,0
	Siempre	1	10,0	10,0	50,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

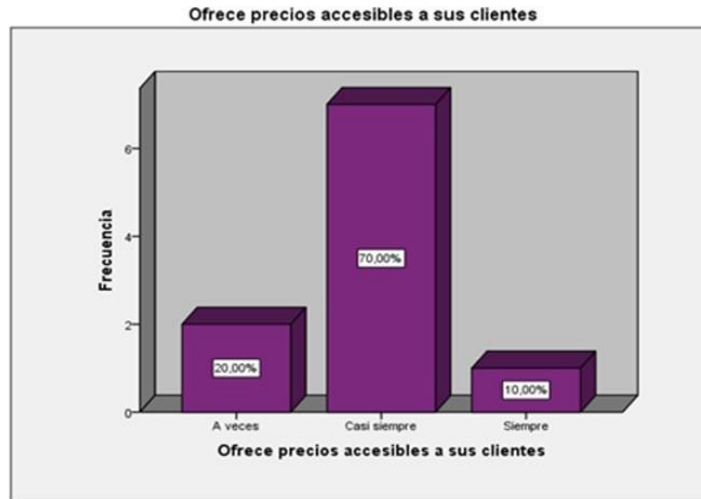


Figura 13 Resultados del Indicador Precios

Interpretación: se observó en la figura 13 que el 20% representó a 2 de los trabajadores de la empresa que opinaron que a veces ofrecieron precios accesibles a sus clientes, el 70% representó a 7 de los empleados que opinaron que casi siempre les proporcionaron precios bajos a sus clientes y el 10% representó a uno de los colaboradores opinaron que siempre brindaron precios asequibles.

14- ¿Sus precios son equivalentes a los de la competencia siendo factibles para los clientes?

Tabla 14 Resultados del Indicador Precios

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	A veces	3	30,0	30,0	10,0
	Casi siempre	4	40,0	40,0	20,0
	Siempre	3	30,0	30,0	50,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

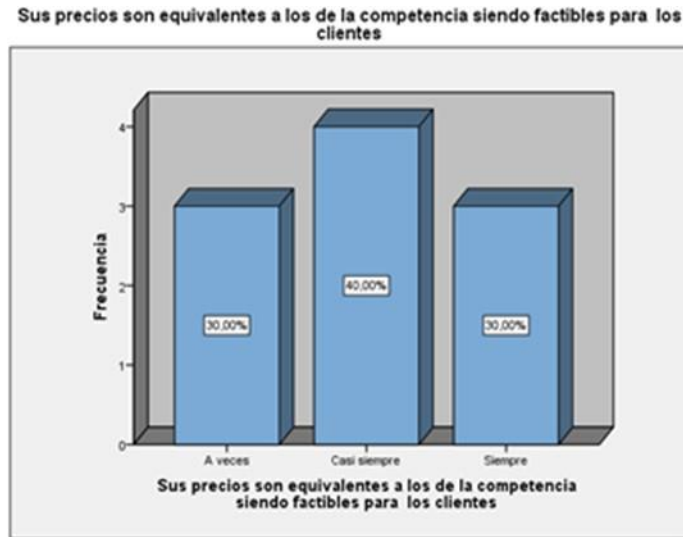


Figura 14 Resultados del Indicador Precios

Interpretación: se observa en la tabla 14 que el 30,0% que representa a 3 de los trabajadores opinaron que a veces sus precios son equivalentes a los de la competencia siendo factibles para los clientes, el 40,0% que representa a 4 de los trabajadores opinaron que casi siempre sus precios son equivalentes a los de la competencia siendo factibles para los clientes , el 30,0% que representa a 3 de los trabajadores opinaron que siempre sus precios son equivalentes a los de la competencia siendo factibles para los clientes.

15- ¿Realizan promociones de los diversos productos hacia los clientes?

Tabla 15 Resultados de Indicador de promociones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	7	70,0	70,0	10,0
	Casi siempre	3	30,0	30,0	20,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico

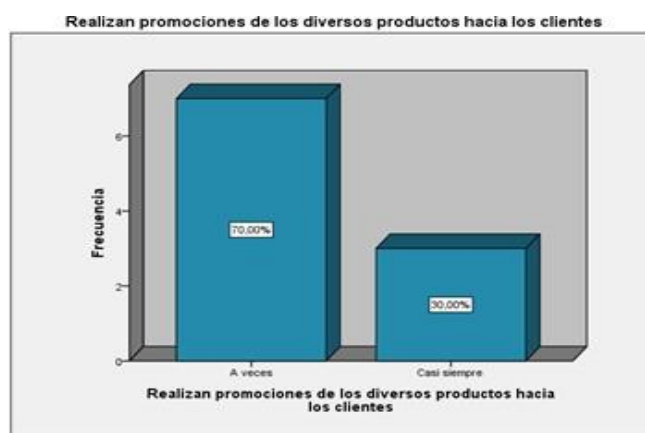


Figura 15 Resultados de Indicador de promociones

Interpretación: se observó en la tabla 15 que el 70% que representa a 7 de los trabajadores que opinaron a veces realizaron promociones atractivas de productos hacia los clientes y el 30% representó a 3 de los colaboradores que opinaron que siempre realizaron promociones de los diversos productos a los clientes logrando que se sientan satisfechos.

16- ¿Las promociones que proporcionan a sus clientes son atractivas?

Tabla 16 Resultados de Indicador de promociones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	7	70,0	70,0	10,0
	Casi siempre	3	30,0	30,0	20,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración del programa estadístico



Figura 16 Resultados de Indicador de promociones

Interpretación: se observó en la tabla 16 que el 70% representó a 7 de los trabajadores de la empresa que opinaron que a veces proporcionaron a los clientes promociones de los diversos productos y el 30% representó a 3 de los colaboradores que opinaron que casi siempre brindaron promociones atractivas a los clientes logrando que sientan satisfechos con los productos en promoción.

Estadística Analítica o Inferencial

La hipótesis general de la investigación fue relacionar las dimensiones en base a la variable Gestión logística de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos

E.I.R.L Callao

Primera hipótesis Especifica

Ho: No existe relación directa entre Aprovisionamiento y producción

H1: Existe relación directa entre Aprovisionamiento y producción

Tabla 17 Prueba de correlación de las dimensiones Aprovevisionamiento y Producción

		Correlaciones	
		Aprovevisionamiento	Producción
Aprovevisionamiento	Correlación de Pearson	1	,839**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	10	10
Producción	Correlación de Pearson	,839**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	10	10

Interpretación: se observó en la tabla 17 que las dimensiones entre Aprovevisionamiento y producción tienen relación directa entre ellas, teniendo como valor de significancia $P = 0,002$ siendo $< 0,05$ es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo así que existe relación directa entre proveisionamiento y producción ($p < 0,05$). Teniendo como cálculo del coeficiente de determinación de $(0.839)^2 = 0.703921$ * 100 obteniendo el 70.4% de relación de proveisionamiento y producción.

Segunda hipótesis específica

H₀: No existe relación directa entre Producción y Distribución

H₁: Existe relación directa entre Producción y Distribución

Tabla 18 Prueba de correlación de las dimensiones Producción y Distribución

		Correlaciones	
		Producción	Distribución
Producción	Correlación de Pearson	1	,747
	Sig. (bilateral)		,013
	N	10	10
Distribución	Correlación de Pearson	,747	1
	Sig. (bilateral)	,013	
	N	10	10

Interpretación: se observó en la tabla 18 que las dimensiones entre Producción y distribución tienen relación directa entre ellas, teniendo como valor de significancia $P=0,013$ siendo $< 0,05$ es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo así que existe relación directa entre producción y distribución ($p < 0,05$). Teniendo como cálculo del coeficiente de determinación de $(0.747) (0.747) = 0.558009$

* 100 obteniendo el 55.8% de relación de producción y distribución.

Tercera hipótesis específica

Ho: No existe relación directa entre Distribución y Servicio al cliente

H1: Existe relación directa entre Distribución y Servicio al cliente

Tabla 19 Prueba de correlación de las dimensiones Distribución y Servicio al cliente

		Correlaciones	
		Distribución	Servicio al cliente
Distribución	Correlación de Pearson	1	,802**
	Sig. (bilateral)		,005
	N	10	10
Servicio al cliente	Correlación de Pearson	,802**	1
	Sig. (bilateral)	,005	
	N	10	10

Interpretación: se observó en la tabla 19 que las dimensiones entre Distribución y servicio al cliente tienen relación directa entre ellas, teniendo como valor de significancia $P=0,005$ siendo $< 0,05$ es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo así que existe relación directa entre Distribución y servicio al cliente ($p < 0,05$). Teniendo como cálculo del coeficiente de determinación de $(0.802) (0.802) = 0.643204$ * 100 obteniendo el 64.3% de relación de distribución y servicio al cliente.

Cuarta hipótesis específica

Ho: No existe relación directa entre Servicio al cliente y Producción

H1: Existe relación directa entre Servicio al cliente y Producción

Tabla 20 Prueba de correlación de las dimensiones Servicio al cliente y Producción

		Correlaciones	
		Servicio al cliente	Producción
Servicio al cliente	Correlación de Pearson	1	,821**
	Sig. (bilateral)		,004
	N	10	10
Producción	Correlación de Pearson	,821**	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	10	10

Interpretación: se observó en la tabla 20 que las dimensiones entre Servicio al cliente y Producción tienen relación directa entre ellas, teniendo como valor de significancia $P=0,004$ siendo $< 0,05$ es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo así que existe relación directa entre Servicio al cliente y Producción ($p < 0,05$). Teniendo como cálculo del coeficiente de determinación de $(0.821)^2 = 0.6740041$ * 100 obteniendo el 67.4% de relación de Servicio al cliente y Producción.

V. Discusión

Acerca de los resultados de la investigación, se expresó lo siguiente:

En la primera hipótesis específica, la relación entre aprovisionamiento y producción en la empresa Gonzalito & almacenes logísticos E.I.R.L, Callo 2020, la hipótesis, "existere relación entre Aprovisionamiento y Producción" fue aceptada ($p < 0,05$; $R = 0,839$). Los resultados de esta investigación permitieron establecer un coeficiente de determinación el cual tuvo como valor porcentual de 70.4%, refirieron que existe relación entre las dimensiones, ya que estos dos procesos logísticos fue necesarios para que se pueda realizar correctamente el aprovisionamiento y la adquisición de materiales que fueron indispensables para la producción, ya que se usaron para la elaboración que dan como efecto un producto terminado. Así mismo los autores Cao, Li y Wang (2019) estuvieron de acuerdo que la logística consistió en la planificación y el control de la transformación de los materiales para llevar a cabo la elaboración de los productos terminados hacia los clientes.

Por otro lado, los autores Ortiz, Oramas y Sanz (2015) también coincidió con el resultado de la presente investigación, la hipótesis, "existe relación entre aprovisionamiento y producción", ya que para el autor el procedimiento de evaluación del aprovisionamiento ayudó a optimizar el recibimiento y recepción de los productos que contribuyó a una mayor eficiencia en la gestión logística de la empresa garantizando el abastecimiento de los materiales para llevar a cabo la elaboración de los productos hacia el cliente final.

Es así que los autores Quiala, Fernández, Vallín también concordaron con el resultado de la investigación, ya que para los autores el proceso de aprovisionamiento es fundamental en las empresas para el recibimiento de la materia prima luego procedera su transformación convirtiéndola en productos terminados y se pueda seguir realizando los procesos que intervienen para poder realizar una adecuada gestión logística.

En segunda hipótesis específica, la relación entre producción y distribución de los productos de la empresa Gonzalito & almacenes logísticos E.I.R.L, Callo 2020, la hipótesis, " existe relación entre Producción y distribución" fue aceptada ($p < 0,05$; $R = 0,747$). Los resultados de esta investigación permitieron establecer un coeficiente de determinación el cual tuvo como valor porcentual de 55.8%, refirieron que existe relación entre las dimensiones, ya que fueron procesos necesarios dentro de la empresa porque en la producción se llevó el control de la elaboración logrando obtener productos terminados y en la distribución se encargaron de recoger los productos culminados para distribuirlos a su destino final. Lo que fue corroborado por los autores González , Escudero y Tanco (2017) coincidieron con el resultado de la presente investigación ya que afirmó que la distribución fue el proceso de la planeación y del control de los productos culminados de las tiendas de la urbanización, asimismo la materia prima que requirieron a los proveedores para transformarla en productos finales hacia los clientes.

Por otro lado, los autores, Cao, Li y Wang (2019) coincidieron con el resultado de la presente investigación, ya que para los autores el proceso de producción de los productos fue fundamental en la organización ya que si no realizó adecuadamente no se podrá elaborar los productos respectivos para el cliente final.

Por otro lado, el autor Chanchari (2019). En el artículo titulado: Administración de la producción y logística. Coincidió con el resultado de la presente investigación, ya que para el autor la producción consistió en ser uno de los procesos primordiales que se llevó a cabo en la empresa para el uso adecuado del procedimiento. Es así que permitió producir los productos de manera satisfactoria logrando culminarlos eficientemente.

Además, el autor Reina (2019). En el artículo titulado: Administración de la producción en la organización fue importante ya que generó una tendencia en el proceso de la producción de los productos para el cliente final. La producción en la organización fue

esencial para que se pueda llevar a cabo la elaboración de los productos y poder entregarlos a los clientes eficiente logrando su satisfacción.

También, el autor Benites (2019). En el artículo titulado: Administración de la producción y logística. Coincidió con el resultado de la presente investigación, ya que para el autor la producción fue primordial en la organización para la elaboración de los productos llevándolos a cabo adecuadamente para el cliente final logrando satisfacer sus expectativas.

Para el autor Martín (2019). En el artículo titulado: Administración de la Producción y Logística en las pymes textiles. También concordó con los resultados de la investigación, ya que para el autor fueron los directivos de la empresa que generaron que la producción se emplee correctamente en la organización para que así se logró elaborar los productos eficientemente consiguiendo que los clientes estén satisfechos con el producto terminado. Es así que la producción consistió el proceso fundamental para poder llevar a cabo la fabricación de los productos consiguiendo la satisfacción de los consumidores y sobre todo lograr incrementar la rentabilidad de la organización y el prestigio de la organizacional por producir productos de calidad y a un precio accesible que todos los individuos pudieron adquirirlos.

En Tercera hipótesis específica, la relación entre distribución y servicio al cliente de la empresa Gonzalito & almacenes logísticos E.I.R.L, Callo 2020, la hipótesis, " existe relación entre distribución y servicio al cliente" fue aceptada ($p < 0,05$; $R = 0,802$). Los resultados de esta investigación permitieron establecer un coeficiente de determinación el cual tuvo como valor porcentual de 64.3%, refirieron que existe relación entre las dimensiones ya que la distribución tuvo como finalidad que los productos se entregaran en el lugar y el tiempo establecido por el cliente logrando su satisfacción. Es así que, para los autores, González, Escudero y Tanco (2017) coincidieron con los resultados de la investigación, ya que para los autores el proceso de distribución fue indispensable en la organización ya que sin este procedimiento no se hubiera podido llevar a cabo el reparto de los productos finales

a los clientes en el lugar y el tiempo establecido. Por otro lado, el autor LLamba (2015) no coincidió con el resultado afirmando ya que la distribución que se empleó en la empresa no fue eficiente porque se le brindó una inadecuada distribución de los productos a los clientes de las pymes de la galería obteniendo su insatisfacción.

Por otro lado, el autor Rodas (2018). En su articulado titulado: El proceso logístico y la gestión de la distribución en el Restaurante MA&LU. Coincidió con el resultado de la presente investigación ya que para el autor la distribución consistió en la repartición de los productos de manera óptima, Además la distribución fue esencial en el restaurante ya que permitió realizar adecuadamente el reparto de los productos logrando la satisfacción de los clientes ya que la entrega fue óptima en el tiempo que establecieron, es así que consiguieron que los clientes recomendaran al restaurante a su entorno familiar e amistades por ser de excelente calidad y brindar una adecuada atención ya que distribuyen los productos de manera óptima.

Así mismo los autores Torres, Chugá, Vallejos y MSc (2019) coincidieron con el resultado que se obtuvo en la investigación, ya que para el autor el servicio al cliente fue esencial en la empresa así puedan proporcionar una atención adecuada logrando la satisfacción de los consumidores y el buen prestigio que obtuvo la organización con el excelente servicio que se les brindó. Es así que se logra que los clientes recomienden el servicio a su entorno tanto familiar como amistades.

Por otro lado, el autor Román (2016) en su tesis titulada: La distribución en la gestión logística en los procedimientos de importación de la organización Star Motors S.A. no coincidieron con el resultado de la presente investigación, la relación entre las dimensiones distribución y servicio del cliente de la empresa Gonzalito & almacenes logísticos E.I.R.L, Callo 2020, la hipótesis, " existe relación entre distribución y servicio al cliente" fue aceptada, ya que no contaron con una planeación adecuada del proceso

logrando la insatisfacción de los clientes cuando les entregaron los productos, además la organización requiere de implementar una adecuada distribución para repartir sus mercancías gestionándolas satisfactoriamente

En relación a la cuarta hipótesis específica, la relación entre servicio al cliente y la producción de los productos terminados de la empresa Gonzalito & almacenes logísticos E.I.R.L, Callo 2020, la hipótesis, " existe relación entre servicio al cliente y producción" fue aceptada ($p < 0,05$; $R = 0,821$). Los resultados de esta investigación permitieron establecer un coeficiente de determinación el cual tuvo como valor porcentual de 67.4%, refirieron que existe relación entre las dimensiones ya que el servicio al cliente y la producción son procesos primordiales en la empresa. De tal manera se buscó satisfacer al cliente, es por ello que en la producción se debió llevar un control de la calidad de los productos. Es así que los autores Jurado y Naranjo (2019) coincidieron con el resultado de la presente investigación ya que afirmaron que el servicio al cliente fue fundamental en la empresa retail porque les proporcionaron una atención adecuada a los clientes logrando que se sentirán satisfechos, asimismo se les resolvió las dudas que manifestaron y el buen prestigio que obtuvo la empresa retail.

Por otro lado, los autores, Causado, Charris y Guerrero (2019) concordaron con el resultado de la investigación, ya que argumentaron que el servicio al cliente fue primordial en la organización porque sin clientes no puede seguir continuando la organización es por ello que se les brindó una atención adecuada logrando satisfacer sus expectativas, asimismo proporcionaron un ambiente adecuado para los clientes.

VI. Conclusiones

Se concluyó que las dimensiones Aprovisionamiento y producción tuvo relación directa entre ellas, teniendo como valor de significancia $P= 0,002$ siendo $< 0,05$ es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo así que existe relación directa entre aprovisionamiento y producción ($p < 0,05$). Teniendo como cálculo del coeficiente de determinación de $(0.839) (0.839) = 0.703921 * 100$ obteniendo el 70.4% de relación de aprovisionamiento y producción.

Se concluyó que las dimensiones entre Producción y distribución tienen relación directa entre ellas, teniendo como valor de significancia $P= 0,013$ siendo $< 0,05$ es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo así que existe relación directa entre producción y distribución ($p < 0,05$). Teniendo como cálculo del coeficiente de determinación de $(0.747) (0.747) = 0.558009 * 100$ obteniendo el 55.8% de relación de producción y distribución.

Se concluyó que Las dimensiones entre Distribución y servicio al cliente tienen relación directa entre ellas, teniendo como valor de significancia $P= 0,005$ siendo $< 0,05$ es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo así que existe relación directa entre Distribución y servicio al cliente ($p < 0,05$). Teniendo como cálculo del coeficiente de determinación de $(0.802) (0.802) = 0.643204 * 100$ obteniendo el 64.3% de relación de distribución y servicio al cliente.

Se concluyó que Las dimensiones entre Servicio al cliente y Producción tienen relación directa entre ellas, teniendo como valor de significancia $P= 0,005$ siendo $< 0,05$ es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo así que existe relación directa entre Servicio al cliente y Producción ($p < 0,05$). Teniendo como cálculo del coeficiente de determinación de $(0.839) (0.839) = 0.704 * 100$ obteniendo el 71.4% de relación de Servicio al cliente y Producción.

VII. Recomendaciones

Se recomienda a la empresa que mejore su gestión logística para que se lleve a cabo el desarrollo adecuado de los procesos de aprovisionamiento, producción, distribución y servicio al cliente, logrando su satisfacción.

Se recomienda a la organización que refuerce el proceso de aprovisionamiento en los productos cárnicos congelados para que pueda recibir la materia prima en el tiempo y lugar establecido, logrando optimizar el proceso y así mismo garantizando el abastecimiento para poder llevar a cabo la elaboración de los productos finales hacia los clientes.

Se recomienda a la compañía que mejore el proceso de producción de los productos cárnicos congelados ya que es indispensable para que se fabriquen los productos correctamente logrando satisfacer las necesidades de los clientes.

Se recomienda a la empresa mejore su proceso de distribución de los productos cárnicos para que puedan repartir y entregarlos a los clientes en el tiempo y lugar que lo establecieron, alcanzando su satisfacción y preferencia.

Se recomienda a la organización mejore su servicio al cliente, proporcionándole una atención adecuada, haciendo que se sienta como si estuviera en casa y sobre todo brindándole confianza y comodidad, es así que todas las acciones que se realicen se debe pensar únicamente en la satisfacción de ellos, ya que sin clientes no puede seguir continuado la compañía.

Referencias

- Acuña, R., Chicoma., A., & Delgado, J., Silva, J., Mego, O. (2015). *El proceso logístico y el nivel de inventarios de la Empresa H Y M Almacenes Generales S.R.L*, 1(2), pp.13. file:///c:/users/user/documents/antecedentes/articulos/articulo%20acu%c3%91a%20nacional.pdf
- Álvarez, M. (2017) *Control interno y el proceso de la gestión Universidad Nacional de Barranca*. Universidad Cesar vallejo. <https://bit.ly/2QbfdOs>
- Arias, Fidias G. (1998) *Mitos y errores en la elaboración de Tesis y proyectos de investigación*. Caracas: editorial Episteme, p. 37
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. EDITORIAL EPISTEME.
- Arias, J., Villasís, M, Miranda, M. (2016) *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Rev Alerg Méx. (2).
- Arribas, M. (2004). *Diseño y validación de cuestionarios*. Matronas Profesión, 5(17), pp.23-29. <https://bit.ly/2YMWv4t>
- Bernal C., (2010) *Metodología de la investigación (3° ed.)*. Editorial Universidad de la Sabana
- Cabezas, D., Naranjo, D & Torres J. (2018) *Introducción a la metodología de la investigación científica. Ecuador*. (2° ed.). Editorial David Andrade Aguirre
- Cao, X., Li, T., & Wang, Q. (2019). RFID-based multi-attribute logistics information processing and anomaly mining in production logistics. *International Journal of*

Production Research, 57(17), 5453–

5466.<https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1526421>

Cegarra, J. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*.

Editorial santos

Corral, Y. (2009). *Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para*

la recolección de datos. Ciencias de la educación, 19 (33), pp.228-

247.<http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/1949/1/ycorral.pdf>

Davis Barbee. (2015). 3.8 Eliyahu Goldratt. In *Agile Practices for Waterfall Projects*

- Shifting Processes for Competitive Advantage. J. Ross Publishing Inc

Díaz, J. (2019). *¿A qué se debe que Colombia no exporte más?* *Semana*, 2(11),

pp.oportunidades-de-negocio-por-que-las-exportaciones-no-repuntan-en-

el- pais/630952

Durand, E., & Cáceres, A. (2017). *Organización y proceso logístico de productos*

denominados de un supermercado. *GlobalBusiness*

*Administration*1(2),}pp.8188.[file:///C:/Users/User/documents/antecedentes/arti](file:///C:/Users/User/documents/antecedentes/articulos/aguirre%20nacional.pdf)

[culos/aguirre%20nacional.pdf](file:///C:/Users/User/documents/antecedentes/articulos/aguirre%20nacional.pdf)

Gómez, M. (2009). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (2a.

ed.).

González, G., Escuder, M., & Tanco, M. (2018). *distribución para Logística Urbana:*

Análisis de Experiencias Internacionales. *Memoria Investigaciones En*

Ingeniería, 16, 97–108.

Grant, D. B., Trautrim, A., & Wong, C. Y. (2017). Sustainable Logistics and Supply Chain Management: Principles and Practices for Sustainable Operations and Management: Vol. Second edition. Kogan Page.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación(6ª. ed.). México: McGraw-Hill.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

ICEX (2019). “El Mercado Editorial de Brasil 2018”.http://www.ivace.es/Brasil_editorialicex2018.pdf

Iglesias, A. (2016). *Distribución y logística. En Business & Marketing School*. Editorial ESIC.

Jurado Albañil, E. A., & Naranjo Martínez, K. A. (2019). Propuesta para implementar lean seis sigmas en el departamento de servicio al cliente en una empresa del sector retail

López, R. (1998). La Metodología de la Encuesta. México: Consejo Nacionalde Cultura y Artes.

LLamba, E. (2015). *Gestión logística y su impacto en las ventas de la compañía Indurema de la ciudad de Quito*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador. <https://bit.ly/2JwaGWc>

Martínez, J., De La Hoz, J., & García, J., Molina, I. (2017). *Gestión logística en Pymes del sector de operadores de carga del Departamento del Atlántico*. Revistas Énfasis, 38(58), pp.13. <https://bit.ly/2RAymKq>

Mavroidis, P. C. (2016). The Regulation of International Trade: GATT. The MIT

Méndez, C., (2012). “Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales, México D.F., México: Limusa S. A.

Mora, L.A. (2016) *Gestión Logística Integral*. (2ª ed.). Ediciones Ecoe. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/12/Gestion-logistica-integral-2da-Edici%C3%B3n.pdf>

Ortiz, M., Oramas, O., y Sanz M. (2015).: *El Procedimiento de evaluación del aprovisionamiento: aplicación a proveedores seleccionados de una empresa comercial*. Revista de Negocios, Universidad del Pacífico (Lima)7(1), 2-19. <https://doi.org/https://doi.org/10.21678/jb.2015.69>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int.J.Morphol*35(1), pp.2272. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071795022017000100037&script=sci_abstract

Pájaro, D. (2002). “La Formulación de Hipótesis. Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales (15):373-388”.

Passos, E. (2015). Metodología para la investigación de trabajos de investigación. Quiala, L., Fernández, Y., Vallín, A., Lopes, I., Domínguez, F., Calderio, Y. (2018).

Una nueva visión en la gestión de la logística de aprovisionamientos en la industria biotecnológica cubana. *VacciMonitor*, 27(3), pp.93- 101. <https://bit.ly/2YMWv4t>

Robert M Stern. (2011). *Comparative Advantage, Growth, And The Gains from Trade and Globalization: A Festschrift in Honor of Alan V Deardorff*. World Scientific.

- Román, S. (2016). *Plan de mejoramiento de la gestión logística en el proceso de importaciones de la empresa Star Motors S.A*. Universidad Internacional del Ecuador. file:///G:/antecedentes/antecedentes/roman%20tesis.pdf
- Sánchez, A. (2018). Logística internacional de mercancías y su contribución en el desarrollo nacional. *Pensamiento Crítico*, 23 (2), pp. 141 - 160. file:///C:/Users/User/Documents/antecedentes/articulos/articulo%20logistica%20nacional.pdf
- Segré, G. (2014). Brasil, su logística y la pérdida de competitividad. *Énfasis Logística*, 4(1), p.4. <http://www.logisticasud.enfasis.com/articulos/69444-brasil-su-logistica-y-la-perdida-competividad>
- Song, H., & Cheung, J. (2013). *Logistics: Perspectives, Approaches and Challenges*.
- Torres, Ms. O. X., Enríquez Chugá, Ms. J. F., & Vallejos Cazar, Ms. A. F. (2019). *Atención al cliente: un análisis al servicio que brindan los restaurantes en la ciudad de Ibarra — Ecuador*
- Vásquez, J (2016) *Análisis de la cadena logística para la optimización de costos en los procesos de exportación de muebles de madera hacia florida de la empresa Cumanda design, Guayaquil*. (Tesis de pregrado, universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil). Recuperado de: <https://bit.ly/30yH8N6>
- Vara, A. (2012) *Siete pasos para una tesis exitosa: Desde la idea inicial hasta la sustentación* (3^a ed.). Recuperado de. <https://bit.ly/2kvMftv>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Atributo	Niveles y Rangos
GESTION LOGISTICA	Mora (2016) aseveró que la logística es la gestión del flujo de materiales asociadas a la empresa desde la fuente de aprovisionamiento hasta el punto de venta. En donde se suministran las compras, controlando una gestión de inventarios. La producción para transformar los productos se necesita maquinarias, instalaciones para la elaboración. En la distribución se necesita contar con una flota de transporte, plazo de entrega y por último servicio al cliente ofreciendo cómodos precios; promocionando descuentos. (p.2)	Esta variable fue medida con 4 dimensiones: aprovisionamiento, producción, distribución y servicio al cliente; con una totalidad de 8 indicadores utilizando como técnica la Encuesta y, como instrumento el Cuestionario en escala de Likert	Aprovisionamiento	Compras	1 al 2	Cuestionario tipo Likert	Nunca (1) Casi Nunca (2) A veces (3) Casi Siempre (4) Siempre (5)	Bueno (59-80) Regular (38-59) Malo (16-37)
				Inventarios	3 al 4			
			Producción	Maquinas	5 al 6			
				Instalaciones	7al 8			
			Distribución	Transporte	9 al 10			
				Plazo de entrega	11 al 12			
			Servicio al cliente	Precios	13 al 14			
				.:Promociones	15 al 16			

Anexo 2: Matriz de Consistencia

Problema General	Objetivo general	Hipótesis general	Dimensiones	Indicadores
¿Cómo se aplica la gestión logística de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020?	Determinar cómo se aplica la gestión logística de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020	la gestión logística que se aplica en los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020 es pertinente.	Aprovisionamiento	Compras Inventarios
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Producción Distribución Servicio al Cliente	Maquinas Instalaciones transporte Plazo de entrega precios promociones
<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo contribuye el aprovisionamiento en los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020? - ¿Cómo influye la producción en los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020? - ¿Cómo influye la distribución de los productos cárnicos congelados en la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020? - ¿Cómo afecta no brindar un buen servicio al cliente en base a los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020? 	<ul style="list-style-type: none"> -Determinar cómo contribuye el aprovisionamiento en los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020, -Determinar la producción de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020 -Determinar cómo incide la distribución de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020 -Determinar cómo influye el brindar un servicio adecuado al cliente en base a los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao, 2020 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe relación entre aprovisionamiento y producción de los productos cárnicos congelados de la empresa -Existe relación entre producción y distribución de los productos cárnicos congelados de la empresa - Existe relación entre distribución de los productos cárnicos congelados y servicio al cliente de la empresa -Existe relación entre servicio al cliente y producción de los productos cárnicos congelados de la empresa. 		

Anexo 3 : Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO						
VARIABLE: GESTIÓN LOGÍSTICA						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNC A	Casi nunca	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
APROVISIONAMIENTO	COMPRAS					
	1. Antes de efectuar la compra, contacta a sus proveedores					
	2. Coteja el precio de otros proveedores para realizar su compra					
	INVENTARIO					
	3. Actualiza constantemente su stock de inventario					
	4. El sistema de inventario responde a su perspectiva					
PRODUCCIÓN	MAQUINAS					
	5. Las máquinas que utiliza responde a su expectativa					
	6. Las máquinas empaquetadoras que utilizan son de última tecnología					
	INSTALACIONES					
	7. Las instalaciones están ubicadas en lugares apropiados					
	8. La ubicación de las instalaciones de sus anexos son estratégicos					

DISTRIBUCIÓN	TRANSPORTE					
	9. La mercadería cuenta con un seguro, si, por cualquier motivo ocurriera algún incidente en el lapso del transporte					
	10. Utiliza diversos medios de transporte para realizar el envío adecuado de la mercadería					
	PLAZO DE ENTREGA					
	11. La mercadería que se envía a los compradores llega en el plazo de entrega establecido por los clientes					
	12. Utiliza nuevas técnicas especiales para reducir el plazo de entrega					
SERVICIO AL CLIENTE	PRECIOS					
	13. Ofrece precios accesibles a sus clientes					
	14. Equipara los precios de la competencia para que sean más accesibles					
	PROMOCIONES					
	15. Usa tácticas de promociones					
	16. Las promociones que proporcionan a sus clientes son atractivas					

Anexo 4 : Validación del instrumento por expertos

Grado académico	Expertos	Porcentaje	Dictamen
Dra.	Cavero Egúsquiza Vargas Lauralinda Leonor	80%	Aplicable
Mg.	Márquez Caro Fernando Luis	80%	Aplicable
Dra.	Michca Maguiña Mary Helen	80%	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

La confiabilidad se obtuvo a través de la prueba piloto, donde se aplicaron las encuestas a 10 trabajadores de la empresa, la confiabilidad es una herramienta que produce resultados lógicos.

Resumen del procesamiento de los casos

Confiabilidad de la variable gestión logística, Según el resultado dado por el Alfa de Cronbach, se observa en la tabla 03 que aumenta en un 0,822; mediante el cual favorece a la variable Gestión Logística

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,822	16

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Informante: Cavero Egúisulza Vargas Lauralinda Leonor
- I.2. Especialidad del Validador: Economía - Finanzas
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del Instrumento: Carmen Zapata Karla Alexandra

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los Instrumentos de Investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los olivos, 03 de junio del 2020



Firma de experto Informante

DNI: 08879583

Teléfono: 945184338

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Gestión Logística

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		



Firma de experto Informante

DNI: 08879583

Teléfono: 945184338

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Informante: Marquez Caro Fernando Luis
- I.2. Especialidad del Validador: Sociologo
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del Instrumento: Carmen Zapata Karla Alexandra

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y cantidad				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, Incrementar o suprimir en los Instrumentos de Investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los olivos, 03 de junio del 2020

.....
Firma de experto Informante

DNI: 06729589

Teléfono: 964891990

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Gestión Logística

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		



Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Informante: Michca Maguñá Mary Helen.
 I.2. Especialidad del Validador: Educación
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad César Vallejo
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del Instrumento: Carmen Zapata Karla Alexandra

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-80%	Muy bueno 81-90%	Execlente 91-100%		
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓			
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓			
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓			
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓			
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓			
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓			
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓			
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓			
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓			
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓			
PROMEDIO DE VALORACIÓN							80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los Instrumentos de Investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los olivos, 03 de junio del 2020



Firma de experto Informante


DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Gestión Logística

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		



Firma de experto Informante

DNI: 08729189

Teléfono: 964891990

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

La Autora Karla Alexandra Carmen Zapata, de la Universidad César Vallejo; cuyo objeto de estudio es la variable Gestión logística de los productos cárnicos congelados de la empresa Gonzalito Almacenes & Servicios Logísticos E.I.R.L., Callao 2020

Me presento y le solicito por favor a participar en este estudio de investigación, el cual tiene que responder las preguntas establecidas, Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito.

Yo JOSÉ CARLOS VÁSQUEZ FONSECA, con DNI N° 7.004.4592

Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karla Alexandra Carmen Zapata cuyo teléfono es: 948956136

JOSÉ CARLOS VÁSQUEZ FONSECA

GONZALITO ALMACENES & SERVICIOS E.I.R.L.

José Carlos Vásquez Fonseca
GERENTE ADMINISTRATIVO
DNI 70044592

11-11-20

Nombre del Participante

Firma y sello del Participante

Fecha