



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Estrategias de logística integral y calidad de servicio logístico de
empresas importadoras, Lima-2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios internacionales

AUTORAS:

Rengifo Yugra, Jenifer (ORCID: 0000-0002-9009-4797)

Silva Cullampe, Regina Alicia (ORCID: 0000-0002-2501-9088)

ASESORA:

Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz (ORCID: 0000-0003-2123-8416)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a Dios por darnos la vida para cumplir este anhelo de crecer profesionalmente, aunque pasamos por muchas circunstancias para llegar hasta aquí, Él nos ayudó a permanecer y a continuar.

Agradecimiento

Agradecemos infinitamente a nuestros padres por siempre apoyarnos emocionalmente y económicamente, especialmente a nuestras madres quienes velaron todas las noches acompañándonos en cada paso de nuestras vidas. Agradecemos a nuestros maestros por compartir su sabiduría con nosotras, pues nos ayudaron a culminar la carrera universitaria con éxito.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Presentación.....	iv
Índice de contenidos.....	v
Índice de tablas.....	vi
Índice de figuras.....	vii
Índice de anexos.....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. MARCO TEÓRICO.....	15
III. METODOLOGÍA.....	37
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	38
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística.....	38
3.3 Escenario de estudio.....	39
3.4 Participantes.....	39
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
3.6 Procedimientos.....	40
3.7 Rigor científico.....	40
3.8 Método de análisis de información.....	41
3.9 Aspectos éticos.....	41
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	42
V. CONCLUSIONES.....	54
VI. RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS.....	58
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Dimensiones de la calidad</i>	33
Tabla 2 <i>Clasificación de las actividades que realiza la empresa A</i>	35
Tabla 3 <i>Detalle de las importaciones de la empresa B</i>	35
Tabla 4 <i>Detalle de las importaciones de la empresa C</i>	36
Tabla 5 <i>Resumen de la Matriz de categorización apriorística</i>	38
Tabla 6 <i>Descripción de los participantes</i>	39
Tabla 7 <i>Resumen de criterios de búsqueda</i>	40
Tabla 8 <i>Resultados de las estrategias de logística de abastecimiento</i>	44
Tabla 9 <i>Resultados de los indicadores de gestión de la calidad de servicio logístico</i> ...45	
Tabla 10 <i>Resultados de las estrategias logísticas de distribución</i>	47
Tabla 11 <i>Resultados de las dimensiones de la calidad de servicio logístico</i>	48
Tabla 12 <i>Resultados de las estrategias de logística de adquisición</i>	50
Tabla 13 <i>Resultados de las certificaciones de calidad de servicio logístico</i>	51

Índice de figuras

Figura 1. Representación gráfica de la pregunta 3 y 4 de la guía de entrevista	45
Figura 2. Representación gráfica de la pregunta 20 de la guía de entrevista.	46
Figura 3. Representación gráfica de la pregunta 8 y 9 de la guía de entrevista	47
Figura 4. Representación gráfica de la pregunta 23 de la guía de entrevista	49
Figura 5. Representación gráfica de la pregunta 25 de la guía de entrevista.	49
Figura 6. Representación gráfica de la pregunta 14 de la guía de entrevista	50
Figura 5. Representación gráfica de la pregunta 28 de la guía de entrevista.	51
Figura 6. Representación gráfica de la pregunta 29 de la guía de entrevista	52

Resumen

Las prácticas de intercambios comerciales se vieron seriamente afectadas por las medidas implementadas para contrarrestar la propagación del coronavirus; esto ha representado para las empresas importadoras obstáculos y beneficios en el desarrollo de sus actividades. En este escenario fue necesario crear estrategias para impulsar la competitividad comercial y la actividad económica. El problema de la investigación fue investigar las estrategias de logística integral y la calidad de servicio logístico que realizaron las empresas importadoras, asimismo, el estudio fue de tipo aplicado y el diseño fenomenológico. En los resultados, se encontraron que las empresas no tienen un modelo para medir la calidad de sus servicios logísticos. Se concluyó, que la implantación de un sistema de gestión aporta a la mejora de los tiempos de entrega y que la obtención de una certificación de calidad permite mantener la imagen de la empresa ante sus clientes. Se recomendó a las empresas contar con algún certificado de calidad, ya que está comprobado que contribuye a un mejor desarrollo logístico.

Palabras clave: Estrategias de logística integral, logística de distribución, logística inversa, calidad de servicios logísticos, modelos de la calidad.

Abstract

Trade practices were seriously affected by the measures implemented to counteract the spread of the coronavirus; this has represented obstacles and benefits for importing companies in the development of their activities. In this scenario, it was necessary to create strategies to boost trade competitiveness and economic activity. The research problem was to investigate the integral logistics strategies and the quality of logistics service provided by the importing companies; likewise, the study was of an applied type and the design was phenomenological. In the results, it was found that the companies do not have a model to measure the quality of their logistics services. It was concluded that the implementation of a management system contributes to the improvement of delivery times and that obtaining a quality certification allows maintaining the company's image with its customers. It was recommended to the companies to have a quality certificate, since it has been proven that it contributes to a better logistic development.

Keywords: integrated logistics strategies, distribution logistics, reverse logistics, quality of logistics services, quality models.

I. INTRODUCCIÓN

Las medidas de contingencias que se decretaron frente a la pandemia a nivel mundial tomaron por sorpresa a diferentes sectores, puesto que el cierre de las actividades no esenciales fue una de las medidas para evitar la propagación acelerada de este virus. La mayoría de las empresas tuvieron que afrontar diversos desafíos, como por ejemplo la reducción de personal, reducción de salarios, implementación de trabajo desde casa, estrategias de adaptación al cambio, control del flujo logístico, transporte o sistema de abastecimiento, teniendo que desarrollar estrategias adecuadas para garantizar su adaptación y supervivencia en el mercado (Bashir, Gaur y Salil, 2021, Choi, 2021; Purwanto, Fahlevi, Zuniawan, Kusuma, Supriatna y Maryani, 2020, Pinto, 2020).

Asimismo, como resultado de las diferentes innovaciones se produjo una mayor competitividad en el mercado, por ende, las empresas importadoras optaron por la aplicación de estrategias logísticas. El diseño y el funcionamiento de la logística a través de sistemas inter-organizativos permiten mejorar el espacio de almacenamiento y el tiempo de entrega. Por ello, la mayoría de las organizaciones evalúan el rendimiento de sus proveedores de forma muy crítica y los eligen en función de su compromiso con su trabajo, su capacidad competitiva y la comunicación con sus clientes (Campos, 2020; Awasthi, Sayyadi y Khabbazian, 2018; Gupta, Singh y Suri, 2018; Fuentes, 2018).

Del mismo modo, la calidad de servicio logístico es un indicador fundamental para tener éxito y vigencia frente a la competencia; esto garantiza que la empresa aplique a estándares más altos y suficientes para diferenciarse de las demás, puesto que impacta en las percepciones sobre rendimiento, satisfacción y lealtad de los clientes (Uvet, 2020; Tang y Veelenturf, 2019; Chow y Heaver, 2018; Murfield, Boone, Rutner y Thomas, 2017; Chávez, Escajeda y Chávez, 2017).

En cuanto a la justificación teórica, La integración de la logística Integral y la calidad permite reconocer los beneficios que ambos ofrecen, pues es imprescindible para las organizaciones lograr sus objetivos, por ende es necesario ajustarse a la toma de acciones preventivas o correctivas que faciliten no solo ofrecer un producto de calidad a un cliente cada vez más exigente, sino

la consolidación de procesos productivos bien estructurados enfocados a la estandarización de certificaciones internacionales (Martínez y El Kadi, 2019).

Además, la justificación tecnológica, en el contexto de la pandemia, el entorno inestable, las nuevas tendencias y necesidades de los consumidores y la flexibilidad de las empresas generó la aplicación de innovaciones digitales, con el fin de mantener el crecimiento de empresas frente a la competencia (Popova, Kataiev, Nevertii, Kryvoruchko y Skrynkovskyi, 2020).

Asimismo, en la justificación práctica, se aplicaron las herramientas de recolección de información para contribuir a resolver el problema del estudio de investigación con el fin de aportar la información útil a las empresas para mejorar los servicios logísticos (Krasnoff, 2013, p.97).

Sobre la base de la realidad problemática se plantearon el problema general y los problemas específicos de la investigación. El problema general de la investigación fue: ¿Cuáles fueron las estrategias de logística integral y la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021? Los problemas específicos del estudio fueron los siguientes:

- **PE1:** ¿Cuáles fueron las estrategias logísticas de abastecimiento y los indicadores de gestión de calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021?
- **PE2:** ¿Cuáles fueron estrategias logísticas de distribución y las dimensiones de la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021?
- **PE3:** ¿Cuáles fueron las estrategias logísticas de adquisición y las certificaciones de calidad de servicio de empresas importadoras, Lima-2021?

El objetivo general fue investigar las estrategias de logística integral y la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021. Los objetivos específicos fueron los siguientes:

- **OE1:** Estudiar las estrategias logísticas de abastecimiento y los indicadores de gestión de calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021
- **OE2:** Identificar las estrategias logísticas de distribución y las dimensiones de la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021
- **OE3:** Determinar las estrategias logísticas de adquisición y las certificaciones de calidad de servicio de empresas importadoras, Lima-2021.

II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se redactaron los antecedentes del estudio para facilitar el desarrollo de la investigación, obtenidos en su mayoría de revisiones internacionales, en inglés y en otros idiomas, teniendo que ser traducidos al idioma nativo de las autoras para una mejor comprensión.

Suresh y Vasantha (2021) tuvieron como objetivo conocer el impacto de la calidad del servicio logístico en la satisfacción de los clientes. Para su muestra tuvieron 108 encuestados. En los resultados de su estudio muestran que la calidad del servicio logístico tiene un impacto favorable en el nivel de satisfacción de los clientes y que las dimensiones de la calidad del servicio como la tangibilidad, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, el aseguramiento y la empatía se asocian directamente con el nivel de satisfacción de los clientes. Concluyeron que las cinco dimensiones de LSQ (Calidad de servicio Logístico) tienen un impacto favorable en el nivel de satisfacción de los clientes.

Ovila, Padrana y Nugraha (2020) se enfocaron en la calidad de servicio más crítica en el transporte de carga antes del Covid - 19 y durante el brote dando una idea más clara de ambos períodos y sus diferencias. Realizaron entrevistas y cuestionarios a ejecutivos de cinco empresas entre un rango de 35 y 50 años de edad. Recomendaron que las empresas identifiquen sus indicadores y preferencias de sus consumidores cuando optan por este sector de servicios bajo factores de flexibilidad, fiabilidad, tangibles, empatía y coste.

Nurprihatin, Rembulan, Christianto y Hartono (2021) estudiaron el Sistema de soporte de decisiones para la programación de camiones en la red logística mediante estrategia de cross-docking. El objetivo de su investigación fue construir un sistema de apoyo a la toma de decisiones que puede ayudar a las empresas a garantizar la sostenibilidad en la cadena de suministro. La conclusión del estudio fue que la empresa puede gestionar posteriormente las condiciones del inventario y los recursos en el almacén en el servicio a proveedores y consumidores al conocer el tiempo y la cantidad de mercancías en el cross-dock los responsables del almacén pueden tomar decisiones rápidas y precisas sobre los recursos necesarios, como el número de operarios y carretillas.

Janjevic y Winkenbach (2020) tuvieron como objetivo caracterizar las estrategias de distribución de comercio electrónico urbano de última milla en mercados maduros y emergentes. Para su muestra estudiaron casos de 33 empresas de todo el mundo. Concluyeron que para caracterizar la amplia variedad de estrategias de distribución observadas, consideraron variables sobre comercio electrónico (de última milla), como la gobernanza de las operaciones de transporte, el plazo de entrega y la gama de productos.

Gaikwad y Sunnapwar (2020) tuvieron como objetivo presentar una revisión sistemática de la literatura y su análisis sobre un posible marco, compatibilidad, impulsores y barreras para la integración de tres estrategias de fabricación: Lean, Green y Six Sigma. La muestra de su estudio fue la industria manufacturera india. Recomendaron que las estrategias Lean, Green y Six Sigma (LGSS) ayudan a las organizaciones de fabricación a competir en los mercados globales a través del impacto de una estrategia de sostenibilidad para su negocio.

Choi (2020) estudió el riesgo de los sistemas logísticos actuales y poder superar los retos que se presenten durante y después de la pandemia. El tipo de investigación fue cualitativa a base de informaciones y datos. En su resultado indicó que su estudio ayudó a tener una idea más clara sobre el uso de las estrategias óptimas en análisis de riesgos para los diversos retos que se presenten en la logística y transporte. Recomendó mayor supervisión y prevención de riesgos al tener un plan de contingencias antes estos posibles riesgos.

Cimini, Lagorio, Romero, Cavalieri y Stahre (2020) analizaron la cuarta revolución industrial para investigar el progreso en la tecnología en el entorno de la logística de la cadena de suministro. Como muestra se centraron en el operador logístico para estudiar las interacciones entre operadores y la tecnología en un contexto de la fabricación inteligente. Concluyeron que se ha empleado ampliamente el término Smart Logistics. Recomendaron que los sistemas logísticos son flexibles y capaces de ajustarse según las transformaciones del mercado y las prioridades de los clientes.

Ziyadin, Sousa, Malayev, Yergobek y Nurlanova (2020) investigaron los principales factores que afectan a la decisión de los compradores al momento de escoger una empresa logística de transporte. En sus resultados, plantearon su estudio para empresas de logística de transporte de mercancía de Kazajistán. Recomendaron optar por la innovación de nuevas tecnologías pueden lograr que se conviertan en proveedores logísticos.

Beheshti, Clelland y Harrington (2020) analizaron las ventajas competitivas con el inventario administrado por el proveedor. En la discusión del estudio se identificaron los problemas críticos relacionados con el inventario administrado por el proveedor y examinamos el impacto de VMI en la organización y su red de cadena de suministro. Concluyeron que mejorar la dinámica de la cadena de suministro, el VMI puede fomentar un mejor servicio al cliente o al usuario final, que es un ingrediente esencial para mantener o ganar una ventaja competitiva, asimismo las ramificaciones positivas de un sistema de este tipo pueden verse en toda la empresa y su red de cadena de suministro.

Shin, Tan, Stoller, Yew y Liew (2020) se centraron exclusivamente en el movimiento logístico, basándose en los datos y hallazgos colectivos a través de los agentes de la industria logística en la fase inicial de la pandemia de Covid-19. Por lo tanto, su tipo de estudio fue exploratorio, el objetivo de su investigación sienta las bases sobre la cooperación, la coordinación y la colaboración entre los agentes de la industria logística de Malasia y los organismos civiles encargados de hacer cumplir la ley en las operaciones humanitarias.

Knop (2019) realizó una evaluación estadística de los resultados de las cinco dimensiones de la calidad del servicio (SERVQUAL) ponderados y no ponderados. La muestra utilizada fue una empresa operadora de transporte y logística relacionada con el servicio de distribución de productos de empresas farmacéuticas y de sectores afines que operan en el mercado hospitalario o mercado de las farmacias. Obtuvo como resultado la base para determinar el orden en el que se llevaron a cabo algunas acciones de mejora y que la aplicación del método SERVQUAL para evaluar la calidad de los servicios prestados permite identificar cualquier característica y dimensión de calidad débil, proporciona una base para establecer una dirección para las actividades

de mejora. Recomendó al operador examinado, que sus dimensiones de calidad de servicio como la confiabilidad, luego la tangibilidad, la seguridad y la capacidad de respuesta deben mejorarse.

Sarabi y Darestani (2021) investigaron el uso de control logístico como una herramienta en empresas sobre su calidad de servicios para productos tangibles. La población del estudio fueron las compañías de los campos de servicios durante un período de tiempo del año 2004 hasta el 2015. Recomendaron inspeccionar la parte estadística de los procesos ya que es una herramienta accesible para diferentes sectores de tipo económico, cabe mencionar que las compañías de servicios, permiten la mejora y el avance de los procesos que la componen y generar aumento para la satisfacción del comprador.

Kalaitzi, Matopoulos, Bourlakis y Tate (2018) tuvieron como objetivo explorar las implicaciones de la escasez de recursos naturales para las estrategias de la cadena de suministro de las empresas. La metodología de estudio fue la evaluación de datos cualitativos. Tomaron como muestra la recopilación de 22 entrevistas realizadas a seis grandes empresas multinacionales del sector manufacturero. Recomendaron que cuando el número de proveedores es limitado y las empresas tienen dificultades para poseer, acceder o utilizar recursos naturales escasos, se adoptan estrategias de amortiguación y estrategias puente. Concluyeron que se identificaron siete factores que determinan el nivel de dependencia del recurso, como: precio del recurso natural, la cantidad del recurso natural, la disponibilidad de proveedores alternativos, las fuerzas sociales, legislación, costes de cambio y riesgo geopolítico.

Onstein, Tavasszy y Van Damme (2018). Estudiaron los factores que determinan las decisiones sobre la estructura de distribución en logística: una revisión de la literatura y una agenda de investigación. Como muestra se revisaron más de 100 artículos. En sus resultados se identificaron tres corrientes de investigación relevantes durante la revisión de la literatura: SCM, Transporte y Geografía. Concluyeron que, existe poca superposición en los métodos de investigación utilizados por las tres corrientes de investigación.

Gulc (2017) estudió la identificación y evaluación crítica de los modelos y métodos más utilizados para medir la calidad del servicio. Asimismo, el propósito de su investigación fue realizar un repaso y una evaluación crítica de los modelos y métodos de medida de la calidad del servicio logístico. Concluyó que se ha investigado muy poco en el servicio logístico sobre cómo se define y atribuye su calidad, algunos investigadores han desarrollado la escala de calidad de los servicios logísticos identificando las dimensiones, mientras que la mayoría de los autores miden la calidad del servicio logístico con los métodos SERVQUAL o SERVPERF.

Cardenas, Borbon-Galvez, Verlinden, Van de Voorde, Vanelslander, Dewulf (2017) tuvieron como triple objetivo: primero, proporcionar un marco con elementos geográficos y funcionales de la logística urbana, segundo, identificar el alcance de la literatura, investido en una tipología, y tercero, definir los términos que pueden abarcar los diversos intereses analíticos del campo de la logística urbana, a saber, la logística de la ciudad, distribución de mercancías urbanas y logística de última milla. Como muestra se analizaron 90 artículos científicos diferentes en referencia a la logística urbana de diferentes bases de datos académicas.

Teorías Relacionadas

Dentro del marco teórico fue necesario definir las categorías de la investigación como: la logística integral y la calidad de servicio, conjuntamente definir sus sub categorías y criterios, dentro del marco de la operatividad logística de una empresa importadora.

Definición de la logística integral

La logística integral es un modelo de organización en la cual los recursos y flujos están en coordinación para operar en una misma dirección afrontando la evolución del mercado en la actualidad debido a que los cambios de la demanda y la aparición de competidores han obligado a la industria a hacer uso de las fórmulas que minimicen costes y agilicen ciclos (Martínez y Kadi, 2019, p.82).

Asimismo, la logística integral facilita a que la cadena de suministro sea flexible, estando comprometidos recursos como las mercancías, operarios,

departamentos y la información con la finalidad de entregar los productos en un menor tiempo, apoyado de herramientas digitales para un mejor flujo de información (Mckinnon, 2008)

Por otro lado, la logística integral ayuda a resolver las dificultades que puede presentar la estrategia omnicanal, dando ventajas como: mayor rapidez, competitividad empresarial, menores costes, total flexibilidad y una gestión de inventarios eficiente (Flores, 2008).

Estrategias logísticas de abastecimiento

Una cadena de abastecimiento es el conjunto de actividades relacionadas con la transformación de un bien desde la materia prima hasta el consumidor final, gestiona los suministros requeridos para la venta y fabricación de productos terminados o semielaborados con el objetivo de garantizar un correcto funcionamiento del resto de operativas de la cadena de suministro de una empresa (Kechagias, Gayialis, Konstantakopoulos y Papadopoulos, 2020).

Almacenamiento

La logística de almacenamiento tiene como función aprovisionar y recibir los pedidos, manteniéndolos en correcto estado y que el depósito de todos estos redunde de manera positiva en las actividades de las empresas, esto no solo se trata de almacenaje, sino que también de su eficiencia y efectividad (Calzado, 2020, p.6).

Acondicionamiento

Los almacenes reciben productos en grandes cantidades, los reorganizan, re-ensacan y los envían en cantidades más pequeñas, suelen controlar bien la entrada y salida de productos, entonces, la funcionalidad de una instalación destinada para la logística indica si y en qué medida el edificio cumple con lo planeado, es decir si este es adecuado para el proceso de almacenamiento, picking y clasificaciones, pues estos almacenes cumplen diferentes funciones como la de albergar existencias en estanterías y los pedidos de los clientes se reúnen antes de la entrega; otra función como cross-docking, donde las mercancías se mueven directamente de la zona de recepción de un

almacén a la zona de expedición, clasificadas y cargadas rápidamente (Baglio, M., Perotti, S., Dallari, F., & Garagiola, E. R., 2019, p.6).

Para realizar las tareas de mantenimiento en el almacenaje se pueden utilizar desde sistemas totalmente manuales hasta los más automatizados, y se requieren en mayor medida recursos humanos materiales, todo contribuye a la mejora de la productividad como la maximización del espacio, reducir al máximo los movimientos de la mercancía, adecuación la rotación de las existencias, facilitar el acceso a las existencias, flexibilidad de la ubicación, fácil control de las existencias (Flamarique, 2019, p.19-20).

Control de inventarios

La mayoría de empresas hace uso de una gestión de stock mucho más grande; ya que, tienen más procesos de producción, mayor rotación de productos y devoluciones de clientes, convirtiéndose en una actividad clave para una mayor rentabilidad, de modo que, el control de inventario se define como los procesos y métodos para la supervisión del stock de una compañía, para conocer al detalle de la mercancía y organizar mejor sus flujos y operativas (Watson y Robert, 2020, p.24).

Asimismo, saber el estado de la mercancía que la compañía posee a su disposición ya sea la materia prima, productos semiterminados o terminados, es la tarea clave del control de inventario para que los flujos operativos estén mejor organizados justamente en los casos en que se requiera de un reabastecimiento (Tai, Xie, He y Ching, 2019).

Logística inversa

La logística inversa implica los procesos como la reutilización de productos y materiales, es decir son procesos logísticos ecológicos y sostenibles (Reverse Logistics) diseñados para planificar, implementar y controlar eficientemente el flujo de materias primas con el propósito de recuperarlos o desecharlos. Entonces, se entiende por logística inversa a las actividades necesarias para gestionar el retorno y reciclaje de las mercancías en la cadena de suministro (Póvoa, Corominas, De Miranda, 2017, p.43).

La logística inversa es la logística que gestiona los residuos que se generan durante toda la cadena de suministro (Chan, Man, Fang y Campbell, 2020), que se encarga del tratamiento de los residuos propios de su proceso productivo, por qué se registra la recepción de la materia prima, su proceso productivo, producción, distribución y venta al cliente final (Brito y Dekker, 2002).

Además de ello, la logística inversa compromete a los bienes o productos con el propósito de poder recuperar su valor en otras palabras reutilizarse para así ser enviado a un mercado secundario, definido como procesos de reparación, renovación, procesamiento, reciclaje, el uso de piezas desguace en las reparaciones de automóviles y la reutilización directa (Krumwiede y Sheu, 2002, p. 326).

Estrategias logísticas de distribución

La logística de distribución gestiona la localización de instalaciones, el enrutamiento, la programación de vehículos y las tripulaciones para cumplir con la entrega de los pedidos. Existe una diversidad de herramientas de software que permiten diseñar rutas de distribución (Henríquez-Fuentes, Cardona, Rada-Llanos y Robles, 2018).

Por otro lado, la última milla se le conoce como la distribución capilar, la gestión del transporte de paquetería enfocada en el último trayecto que ha de realizarse en la entrega final, que corresponde al trayecto que se realiza una vez que se han agrupado paquetes y se distribuyen por toda la ciudad en diferente zonas o ramificaciones (Bosona, 2020).

Medio de transporte

Lograr una sostenibilidad en el transporte de mercancías por carretera es de gran importancia pues se observa una frecuencia cada vez mayor en el movimiento de mercancías, por ejemplo, en la India incurren en una pérdida de millones de dólares anuales a causa de los costes adicionales de consumo de combustible y a los retrasos en el transporte. (Kumar, Dadsena, Sarmah y Naikan, 2019).

Por otro lado, la mayoría de los países de la Unión Europea y China dependen en gran medida del petróleo extranjero y como consecuencia los precios de los servicios de transporte pueden aumentar considerablemente, por lo que es importante hallar una estrategia sostenible como son los vehículos autónomos compartidos (Gopalakrishnan, Prentkovskis, Jackiva y Junevičius, 2020).

Canales de distribución

Los canales de distribución son los medios por los que las mercaderías y servicios son transportados desde el almacén del proveedor hasta el almacén o punto de vista del consumidor (Moreira, Reyes y Chévez, 2018). En España, por ejemplo las empresas operan a través de unos o varios formatos (canales) de distribución al consumidor final como: hipermercados, supermercados, hard discount y category killer (Sodhi y Tang, 2021).

Existen dos tipos de canales de distribución; según la longitud del canal: (a) canal directo, la empresa fabricante es la encargada de llevar los bienes o servicios directamente hasta donde el consumidor final; (b) canal indirecto corto; el producto o servicio es entregado por el fabricante al mayorista quien a su vez es el encargado de comercializarlo; (c) canal indirecto largo; está conformado por la empresa fabricante, dos o más intermediarios y el consumidor final. Y según la tecnología: (a) canales tradicionales, no han incorporado ninguna tecnología avanzada; (b) canales automatizados, utiliza la tecnología para realizar el intercambio de productos; (c) canales audiovisuales, ofrecen por medios de comunicación; (d) canales electrónicos, servicios por internet (Pineda, 2018).

Los canales de distribución son un recorrido en el cual los servicios y bienes son transportados para llegar a su consumidor pactado en recorrido cortos o largos, teniendo en cuenta también los intermediarios que se requieran para poder entregar la mercancía (Lee, Kh, Choi, 2021, p.9) y para escoger el canal de distribución adecuado para la compañía estas se deben adaptar a los cambios tecnológicos, ya que, pueden variar según el sector escogido, propósitos, costes, precios, estrategias empresariales y sector industrial (Li, 2019, p.1349).

Despacho, empaque y embalaje

El despacho es la actividad que prepara y acondiciona el espacio donde será manipulada la mercancía, que generalmente son paletas completas o tonelajes listos para ser cargados y descargados del almacén en condiciones perfectas (Escudero, 2019, p. 21).

Mientras, el picking es una tarea importante en el almacén, consiste en la ubicación de la mercadería y agregarla en el embarque de forma eficiente y cumplir con los estándares de calidad. (Santoya y Romero, 2021).

En cuanto, a las actividades de empaque y embalaje son elementos claves para que la mercancía pueda ser movilizada desde los lugares de su producción hasta su cliente final de las diferentes partes del mundo con la debida precaución y seguridad (Wang, Zhan y Wang, 2020, p.6).

Modelos de distribución

Existen modelos o herramientas para optimizar la operatividad de la distribución urbana de mercaderías para la gestión de flotas de vehículos que son monitoreados en tiempo real. Una herramienta como Vehicle Routing Problem (VRP) diseñada para dar solución a los problemas de ruteo de vehículos facilitan la gestión de reparto (Henríquez-Fuentes, Cardona, Rada-Llanos y Robles, 2018).

Un modelo de distribución es el tipo de infraestructura que crea una compañía para hacer llegar sus productos hacia el mercado, uno de ellos es el modelo centralizado que tiene una mayor cantidad de almacenes confiando en el transporte para reducir sus tránsitos y sus costes dando como resultado una mejora en los tiempos de entrega (Liu, Yang, Xia y Lim, 2018, p.2).

Estrategias logísticas de Adquisición

La adquisición estratégica es importante para el abastecimiento a nivel global, es la parte más competitiva para integrar eficientemente los proveedores con las empresas, cabe añadir que las adquisiciones van acordes con el

comercio ya que sus procesos permiten modelar los objetivos financieros y de rentabilidad (Herrera, 2017, p.56).

Gestión de compras

La gestión de compras es la adquisición de bienes y servicios que tiene la empresa con el objetivo de asegurar su proceso de productividad, es un proceso de evaluación y gestión de todas las actividades de la función de compras hacia oportunidades que sean coherentes con la capacidad de la empresa, es decir, es la implementación y planificación en que las empresas la coordinación las compras con los proveedores (Tarigan y Siagian, 2021).

Asimismo, la gestión de compras globales es una estrategia interna de una empresa y se manifiesta en dos facetas fundamentales: primero, el grado de centralización sobre la configuración de las compras y segundo, el grado de estandarización de las compras (Quintens, Pauwels y Matthyssens, 2006).

Selección de proveedores

La selección de proveedores es una gestión importante de la empresa, ya que las decisiones erróneas pueden provocar diversas dificultades en la cadena de suministro, asimismo, esta operación es un factor crítico para alcanzar una ventaja competitiva a largo plazo y para esta selección deben influir la fiabilidad y la flexibilidad, factores claves en la selección eficaz de proveedores (Yoon, Talluri, Yildiz, Ho, 2017, p.4).

También, la selección de proveedores significa construir asociaciones estratégicas a largo plazo que se centran en objetivos estratégicos destinados a proporcionar valor a los clientes y la rentabilidad de la cadena de suministro para adquirir beneficios específicos y crear una ventaja competitiva y un rendimiento financiero (Tarigan y Siagian, 2021).

Asimismo, la selección de proveedores de una empresa es un factor clave para la obtención de productos y servicios teniendo en cuenta si dará un impacto positivo acorde a su productividad, competitividad y calidad, es decir esto ocurre cuando se quiere ampliar la cartera de proveedores y tener un parámetro de

comparación para optar por cambiar su producto o servicio (Hasan, Jiang, Uilah y Noor-E-Alam, 2020, p.2).

Selección de mercados

La selección de mercados permite conocer y tomar una decisión del entorno en el que se enfoca la empresa, es un requisito típico para la adopción y aplicación de métodos sistemáticos por parte de los directivos (Bals y Turkulainen, 2017).

Por otro lado, el mercado meta está segmentado por el mercado potencial que ha sido identificado como lo que desea la empresa, planeando la debida mercadotecnia donde se da inicio a la planeación estratégica analizando y seleccionando todos los recursos de la compañía (Kogan, Ross, Wang y Westerfield, 2017, p.10).

Transporte o distribución física internacional

Navarro (2018) mencionó que la distribución física internacional es la actividad de dirección o movimiento del flujo de materiales y productos, desde su punto de producción, puerto de origen hasta el lugar de almacenamiento o punto de consumo a través de los canales de distribución. Del mismo modo, Ramírez (2015) atribuyó que esta actividad consiste en gestionar estratégicamente el desplazamiento de mercancías al menor costo total para satisfacer al consumidor en el mercado internacional con la característica de justo a tiempo (p.17).

Por otro lado para realizar este servicio se debe conocer la normativa de contratos del transporte internacional, también un tipo de seguro que cubra cualquier tipo de riesgo que lo cubra y por último cumplir con los requisitos de envases y embalajes para su respectivo traslado a los mercados destino (Ansari, Besdere, Ouyang y Smilowitz, 2018, p.11).

Un desafío importante en la cadena de transporte es lograr brindar servicios confiables, principalmente debido a la falta de flexibilidad, ya que, existe una demanda global de soluciones de transporte inteligentes y sostenibles con

un enfoque ecológico siendo un indicador importante en el rendimiento de este servicio (Saeedi, Wiegmans, Behdani y Zuidwijk, 2017).

Asimismo, en el sector del transporte de mercancías y la logística se adoptaron iniciativas ecológicas como: líderes y seguidores en sostenibilidad, adopción de prácticas verdes y de sistemas de información. También, se hallaron estrategias emergentes como el combustible alternativo, los vehículos alternativos (eléctricos e híbridos) y conducción ecológica; y por otro lado estrategias de sistemas de información emergentes como los sistemas de control de emisión y las aplicaciones GPS (Centobelli, Cerchione, Esposito y Shashi, 2020).

Por otro lado, el transporte marítimo juega un papel importante para el comercio internacional y sus vínculos son fundamentales para la interconexión con los agentes logísticos (Kalogeraki, Apostolou, Polemi y Papastergiou, 2018) y es la espina dorsal de la cadena de distribución logística marítima (Sanchez-Gonzalez, Díaz-Gutiérrez, Leo y Núñez-Rivas, 2019).

Sin embargo, la logística marítima se enfrenta a nuevos desafíos y oportunidades como el rápido desarrollo de tendencias digitales y tecnologías: big data y el Internet de las cosas, la implementación de drones para la vigilancia de las terminales y las grúas automatizadas. Estas estrategias tecnológicas brindan una mejor eficiencia, capacidad, seguridad y rentabilidad (Zhou, Liu, Stephen, Lee y Peng Chew, 2018).

En la lucha contra el coronavirus, el comercio electrónico transnacional proporcionó un nuevo impulso a la industria de la carga aérea de China, como el uso de drones de carga para una entrega sin contacto y precisa; utilizadas para transportar material médico y preventivo, de igual manera la tecnología blockchain tuvo un gran potencial para promover el desarrollo de la tecnología logística (Li, 2020).

Por otra parte, el transporte multimodal es la utilización de dos o más tipos de transporte diferentes para el traslado de mercancías a fin de favorecer la reducción de costos, acortando la distancia y tiempo de entrega, es así que las empresas se interesaron por este mecanismo debido a la globalización y las

diversas necesidades de los consumidores, lo que conlleva a determinar rutas logísticas óptimas para mejorar la calidad de sus servicios. (Kim, Lee, Seo y Kim, 2020).

Definición de la calidad de servicio logístico

Se puede definir a la calidad de servicio como una actitud de percepción de lo que se espera en función del desempeño real de las empresas sin ser evaluada las expectativas del cliente (Le, Nguyen y Truong, 2020). Asimismo, la calidad de servicio se centra en los resultados de aportación de la industria en la fase de traslado de la mercancía, manteniendo comunicados a sus clientes el manejo de operatividad; dado que es importante proporcionar al consumidor utilidad en términos de tiempo y espacio (Gil, Ruiz y Servera, 2008).

Thai (2013) afirmó que la calidad de servicio desempeña un papel fundamental para contribuir a los resultados de una empresa y a su éxito comercial, que está compuesta por dos dimensiones: la capacidad técnica y el valor percibido. Ospina (2015) indicó también que la calidad de servicio mide la eficiencia y competitividad ejecutados por los proveedores externos logísticos haciendo uso de los recursos necesarios que tienen sus empresas.

Arellano (2017) investigó los aportes de la calidad de servicio para la empresa como: (1) Incrementar la rentabilidad en sus ventas, (2) Fidelidad por parte los clientes, (3) Venta de nuevas ofertas a la misma cartera, (4) Generar nuevos clientes a través del vínculo personal, (5) Gestionar una política de calidad en el servicio) y (6) Mantener una cartera de clientes. Mientras, Huma, Ahmed, Ikram y Khawaja (2019) consideraron a la calidad de servicio como un instrumento para medir el valor percibido por el cliente (prestación y procedimiento del servicio).

En ese sentido, Atencio y González (2007) mencionaron que el cliente es quien define un precio equivalente a la satisfacción de sus necesidades; es decir que la calidad de servicio es aquel mérito que obtiene el cliente al adquirir los bienes y servicios sin estar asociados a relaciones directas con costes de producción. Lo mismo manifestó Duque (2015) la calidad de servicio se encuentra determinada en dos tendencias relacionadas con la perspectiva: la

calidad objetiva, aquella que el proveedor cree que da; y la calidad subjetiva, aquella proveniente del consumidor.

Sin embargo, Mentzer, Flint y Hult (2001) dijeron que la calidad de servicio es un componente clave del marketing que contribuye a la satisfacción del cliente, asimismo afirmó Pérez (2008) la calidad de servicio significa el nivel de placer de los compradores en conexión al servicio que adquirieron, ya que son ellos quienes determinan la calidad y solicitan el continuo mejoramiento de la atención.

Hoffman y Bateson (2002) afirmaron que es considerada una actitud a largo plazo, medida por una evaluación global de acuerdo al desempeño del servicio. En tanto, la calidad de servicio es definida como el entendimiento global de los clientes dando a resaltar un servicio concreto, siendo una forma como una empresa opera su negocio bajo la posición del cliente (Song y Yeo, 2017).

Por otra parte, Solimun y Fernández (2018) indicaron que la calidad de servicio es la comparación entre dos factores principales: (a) la percepción del cliente sobre el servicio real recibido-percibido y (b) el servicio real esperado-deseado. De la misma manera, Martínez, García y Guerrero (2018) se refirieron a un servicio de calidad cuando las percepciones son superiores o igualitarias a las expectativas que el usuario se había planteado.

Indicadores de Gestión

Los indicadores de gestión son herramientas que se usan para medir el rendimiento y éxito de los procesos, permite medir los objetivos propuestos por parte de la empresa para así identificar si se están cumpliendo con lo establecido o si se requiere de correcciones, básicamente son parámetros que miden aquellos datos cuantitativos o cualitativos que reflejan el desempeño de una organización (Haber y Schryver, 2019, p.17).

Los KPI's (key performance indicator) son métricas que permiten identificar el rendimiento, valorar y evaluar los rendimientos de un proceso o el desarrollo de una tarea por una persona, lo cual está vinculado a un objetivo de la estrategia de compañía, asimismo, indican el nivel de desempeño en base a

los objetivos que sean fijados con anterioridad a la estrategia organizacional de la empresa, también se pueden definir como una medida que suele expresarse en porcentajes (Avella, 2019).

Eficacia y Eficiencia

El indicador de eficacia indica que cosas se deben realizar correctamente, es decir mide el logro de los resultados propuestos operacionalmente los requerimientos del cliente para que se pueda comparar en lo que recibe el cliente y lo que el cliente espera, en cambio el de eficiencia se enfoca en el nivel de ejecución del proceso, como se realizan los procesos de las cosas a la vez midiendo el rendimiento de los recursos que se usaron en su proceso (García, Caballo, Barragán, Mercado, Olarte y Meza, 2019, p.72).

Indicadores estratégicos

Un indicador estratégico mide el rendimiento de las acciones para que pueda llegar al propósito de la compañía que se haya fijado sea a mediano o largo plazo y hacer una comparación de sus prácticas y resultados con los del sector (Dolonce, Norris, 1994, p. 64).

Indicadores de productividad

Este tipo de indicadores son herramientas que se emplean para asuntos empresariales con el propósito de medir el rendimiento y la efectividad de los procesos en las industrias ayudando a tomar decisiones de las acciones de los negocios, separando cuales son efectivas y descartan la que no les sirven (Ding y Zhan, 2021, p.16)

Indicadores de gestión logística

Estos indicadores también se usan para medir el rendimiento que se puedan calcular las actividades logísticas, evaluando el desempeño y los resultados que se generan en cada uno de los procedimientos que la empresa realice y se puedan mejorar los procesos logísticos y sean más apropiados para cada uno de ellos (Barbu y Militaru, 2019, p.359).

Modelos de la calidad de servicio

El modelo de la Escuela Nórdica

Los servicios son un proceso intangible que necesita de un modelo de calidad donde se refleje la percepción del cliente, en tanto, Grönroos (1984) crea el modelo de la Escuela Nórdica que se enfoca en el concepto de la calidad percibida en los servicios, sobre el comportamiento de los consumidores y su influencia que tenían en la evaluación post-consumo.

El modelo Service Quality

El modelo Service Quality o SERVQUAL (Parasuraman y otros, 1985, 1988) fue utilizado para realizar estudios en diversos tipos de servicios, permite conocer la satisfacción del usuario determinada por la brecha entre sus expectativas y lo que percibe al recibir el servicio, en este sentido, su medición implica establecer dimensiones para su evaluación (Torres y Vásquez, 2015, p.64 - 65).

El modelo Service Performance

En 1992, Cronin y Taylor crearon el modelo Service Performance o SERVPERF, que muy similar al modelo service quality, se basa únicamente en el rendimiento del servicio y el orden de relación causal entre la calidad del servicio y satisfacción del consumidor en la intención de compra (Souto y Correia-Neto, 2017).

Otros modelos de calidad de servicio

El modelo de desempeño evaluado determina puntuaciones ponderadas para la evaluación de la mejora en la experiencia de satisfacción a la calidad y servicio (Teas, 1993).

El modelo de los tres componentes está compuesto por: (a) service product; referente al diseño del servicio, (b) service delivery; el proceso de entrega y (c) environment; el ambiente que rodea al servicio (Rust y Oliver, 1994).

El modelo Jerárquico Multidimensional basado en las percepciones de los usuarios para la evaluación del desempeño del servicio obtenido en múltiples niveles cuya finalidad es tener una percepción global (Brady y Cronin, 2001).

Dimensiones de la calidad de servicio

Tabla 1

Dimensiones de la calidad de servicio, definición y autores.

Dimensiones	Definición	Autores
Empatía	<ul style="list-style-type: none"> Expresar a través del estilo de servicios de los empleados a través de la atención, el cuidado, la capacidad de comprender las necesidades y crear sentimientos de seguridad y protección para los clientes. 	(Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988, p.); (Cronin y Taylor, 1992, p.60); (Le, Nguyen y Truong, 2020, p.3)
Fiabilidad o confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Expresar la capacidad de brindar servicios consistentes y oportunos. La fiabilidad del paquete: durante el tiempo de envío, de entrega y no retraso 	(Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988, p.39); (Cronin y Taylor, 1992, p.60); (Kant y Jaiswal, 2017); (Palese y Usai, 2018) (Le, Nguyen y Truong, 2020, p.3)
Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> Respuesta eficaz. Capacidad de respuesta mediante el correo electrónico. 	(Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988, p.39); (Kant y Jaiswal, 2017) (Le, Nguyen y Truong, 2020, p.3)
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> Estado del pedido. 	(Kant y Jaiswal, 2017); (Zailani, Jafarzadeh, Iranmanesh, Nikbin y Selim, 2018)
Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> Expresar a través de la apariencia de las instalaciones, equipos, uniformes del personal, artículos y materiales utilizados para la realización de los servicios. Tangibilidad de página web y el transporte. Avances tecnológicos. 	(Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988, p.39); (Cronin y Taylor, 1992, p.60); (Palese y Usai, 2018); (Le, Nguyen y Truong, 2020, p.3)
Garantía	<ul style="list-style-type: none"> Implica amabilidad, profesionalidad y seriedad. Puntualidad y disponibilidad. 	(Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988, p.39); (Cronin y Taylor, 1992, p.60); (Palese y Usai, 2018); (Zailani, Jafarzadeh, Iranmanesh, Nikbin y Selim, 2018); (Le, Nguyen y Truong, 2020, p.3)
Fidelidad del cliente	<ul style="list-style-type: none"> Genera una recompra o una publicidad sin costo de inversión 	(Pelayo-Maciel y Ortiz-Villavelazquez, 2019)
Calidad de interacción	<ul style="list-style-type: none"> Compuesta por la actitud, comportamiento y la experiencia. 	(Brady y Cronin, 2001, p. 44)
Calidad de entorno	<ul style="list-style-type: none"> Relaciona al ambiente físico, el tiempo de espera, elementos tangibles y validez del servicio. 	
Calidad de resultado	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de la instalación, condiciones de diseño y para socializar. 	
Calidad técnica	<ul style="list-style-type: none"> Se enfoca en todo lo concerniente al soporte físico, los medios materiales y la organización interna; es decir la manera como el consumidor recibe el servicio. 	(Grönroos, 1994, p. 37)
Calidad funcional	<ul style="list-style-type: none"> Es la forma o la imagen en que los consumidores perciben de la empresa. 	
Calidad de servicio operativo	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de los horarios, ofrecer el servicio con prontitud, capacidad suficiente. 	(Tontini, Söilen y Zanchett, 2017)
Calidad del servicio personal	<ul style="list-style-type: none"> La mentalidad de servicio, accesibilidad, experiencia. 	
Calidad de servicio técnico	<ul style="list-style-type: none"> Utiliza los recursos físicos, sistemas de información. 	

Certificaciones para empresas logísticas

Operador Económico Autorizado

La Organización Mundial de Aduanas, citado por Rodríguez (2017) mencionó que la certificación OEA (Operador Económico Autorizado) asegura el pase internacional de las mercancías proveniente de una Aduana de nacional y siempre que cumpla las normas dispuestas por la organización y que ofrece ventajas como: reducción de los tiempos de movilización, disminuye los procesos documentarios y de inspección física, garantiza la satisfacción del cliente, reconocimiento como operadores seguros y confiables, además del goce de beneficios tributarios (p. 9).

Certificación de la Asociación Comercial Aduanera contra el Terrorismo

La certificación C-TPAT son las siglas de Customs Trade Partnership Against Terrorism (Asociación Comercial Aduanera contra el Terrorismo), es un programa gubernamental voluntario que otorga las autoridades de aduanas de los Estados Unidos que asegura la mercancía libre de armas, drogas o explosivos, para su obtención la empresa debe cumplir los requisitos como capacidad de seguridad física de las instalaciones, seguridad de los contenedores y procesos, seguridad tecnológica y personal capacitado (Williams, Garver y Richey, 2019).

Certificación internacional ISO 9001

Certificación internacional ISO 9001 involucra los sistemas de gestión, los procesos operativos, la eficiencia del personal de una empresa, además las empresas que estén bajo esta norma se vuelven más competitivas dentro del mercado, ya que les permite reconocer los riesgos y aprovechar las oportunidades de su gestión en producción y servicio brindando (Mora-Córdova, Lituma-Loja y González-Illescas, 2020).

Certificación internacional ISO 9001-2015

Estos autores definieron la certificación internacional como una regla estandarizada de control de calidad de las organizaciones, definiendo normas de manera genérica para ser aplicada en todo tipo de organizaciones,

independientemente de su tamaño, actividad o ubicación geográfica, es favorable para las empresas ya que para mantener su sello las compañías deben seguir reglas. Frente a sus potenciales socios. Para así, buscar una mejora continua de los procesos internos, para obtener mejor rendimiento y satisfacción mayor por parte de los accionistas (Redacción, 2020).

Certificación internacional ISO 45001-2018

Estos investigadores mencionaron que esta norma se llevó a cabo en el año 2018 es un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo enfocada para los trabajadores de dicha empresa, se tiene que tener en cuenta las tareas que se ejercen, los requisitos legales y los requisitos de sus procesos. (Purwanto, Asbari y Santoso, 2020).

Empresa importadora A

Esta empresa tiene ochenta años de experiencia en servicios logísticos integrales, realizando actividades como la comercialización mayorista y distribución a nivel de todo el Perú, los pilares de su organización son: eficiencia, comunicación, cooperación, proactividad y compromiso. Asimismo, cuenta con un aproximado de 720 colaboradores, siete centros de distribución y comercializa 39 marcas.

Tabla 2

Clasificación de las actividades que realiza la empresa A

Servicios	Actividades	Desarrollo
Representación de marcas	Logística internacional	Selección de proveedores a través de licitaciones anuales.
	Sistema de gestión integrada	Manejan un sistema modular Enterprise Resource Planning (ERP) SAP, que combina casi la totalidad de áreas en la organización con el fin de una toma de decisiones óptimas.
	Almacenaje	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un adecuado almacenamiento de sus productos, tomando en cuenta los lineamientos de seguridad requeridos.
Representación de marcas	Acondicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores homologados. • Maquila especializada. • Rotulado y etiquetado de acuerdo a las normas de comercialización de productos perecibles.
Distribución de mercadería	Distribución y transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Personal calificado y capacitado • Unidades vehiculares con GPS • Monitoreo frecuente • Estándares de calidad de servicio
Gestión in puto de venta	Canales de distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la industria nacional en principales canales de ventas como el canal moderno, canal tradicional y canales especializados. Equipo de mercaderismo

Nota: En esta tabla se explica las actividades que realiza la empresa A

Empresa importadora B

Esta empresa pertenece al rubro textil, desempeñándose en la comercialización y confección de prendas de vestir con 35 años en la industria. Es una empresa que realizó la importación de sus insumos para la elaboración de sus productos, cuenta con tres puntos de venta en la capital del país y un almacén y centro de fabricación. Tiene dos políticas: confianza y calidad.

Tabla 3

Detalle de las importaciones de la empresa B

Mes	Partida	Aduana	País	Fob	Cif	Adv	Imp. Arancel
Enero	5112111000	Aérea del Callao	Italia	3,568.00	3,711.52	408.27	1,149.84
Marzo	5112111000	Marítima del Callao	Italia	18,642.70	19,056.36	2,096.18	5,903.62
Agosto	5112111000	Marítima del Callao	Italia	16,751.93	17,237.18	0.00	3,102.69
Noviembre	5112111000	Marítima del Callao	Italia	60,817.06	63,843.06	0.00	11,491.77

Nota: En esta tabla se explican las importaciones 2018 de insumos para la fabricación de productos.

Empresa importadora C

Es una empresa que brinda servicios de construcción y electricidad. Su política es satisfacer de forma competitiva las necesidades de sus clientes, ofreciendo servicios que cumplen altos estándares de calidad, seguridad y medio ambiente. Entre sus clientes se encuentran: centros mineros y otras empresas privadas y del estado. Los productos más importados fueron los artículos de ferretería, cableados, entre otros insumos para construcción.

Tabla 4

Detalle de las importaciones de la empresa en el año 2019

Mes	Aduana	País	Fob	Cif	Adv	Imp. Arancel
Junio	Aérea del Callao	China	11827.47	13309.10	109.27	2595.93
Junio	Aérea del Callao	México	2190.48	2467.25	48.44	501.26
Junio	Aérea del Callao	Filipinas	1439.95	1640.19	98.41	411.36
Junio	Aérea del Callao	Estados Unidos	4580.84	5144.15	140.20	1091.39
Julio	Aérea del Callao	México	18,642.70	19,056.36	2,096.18	5,903.62
Julio	Aérea del Callao	Estados Unidos	7066.90	7585.51	0.00	1365.39
Diciembre	Aérea del Callao	España	906.40	1341.40	0.00	241.45

III. METODOLOGÍA

En el capítulo de la metodología del estudio se ha desarrollado el tipo y diseño de estudio utilizado, se presentó la matriz de categorización, también se especificó el escenario y los participantes del estudio, así como también se eligió la técnica e instrumentos para su aplicación, se elaboró la tabla de criterios de búsqueda y conocer la totalidad de los documentos revisados, por último, se cita los aspectos éticos.

3.1 Tipo y diseño de investigación

El modelo de estudio fue de tipo aplicada. De tipo aplicado por que se adapta a los conocimientos y se desempeña en detallar el estudio. El desarrollo de la investigación fue de enfoque cualitativo porque se recogió datos de una realidad en un entorno referente a lugar, fecha o situación (Hernández y Mendoza, 2018).

El diseño de estudio es fenomenológico, puesto que sólo se observó el comportamiento de la variable, en corto tiempo y descubrir su relación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.381).

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística

Tabla 5

Resumen de la Matriz de categorización apriorística

Problema General	Objetivo General	Categoría	Subcategoría	Criterio 1	Criterio2	Criterio 3	Criterio 4
¿Cuáles fueron las estrategias de logística integral y la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021?	Investigar las estrategias de logística integral y la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021	Estrategias de logística integral (Martínez y Kadi, 2019, p.82).	Estrategias logísticas de abastecimiento (Hao, 2021, p.331)	Almacenaje (Calzado,2020, p.6)	Acondicionamiento (Baglio, M., Perotti, S., Dallari, F., & Garagiola, E. R., 2019, p.6).	Control de inventarios (Watson y Roberts,2020, p.24)	Logística inversa (Chan, Man, Fangy Campbell, 2020, p.2).
			Estrategias logísticas de distribución (Éi, Rong y Shen, 2020, p.11)	Medios de transporte (Gabdulina,Amanbeyeva,Zeinullina,Tiesso vav Azykkanova, 2020,p.2)	Canal de distribución (Lee,Kh,Cq,Choi, Ci, 2021, p.9)	Despacho, envase y embalaje (Wang, Zhan y Wang, 2020, p.6)	Modelo de distribución (Liu, Yang, Xia y Lim, 2018, p.2)
			Estrategias logísticas de adquisición (Herrera, 2017, p.56)	Gestión de compras (Di, Nenni y Riemma, 2020, p.11)	Selección de proveedores (Hasan, Jiang, Ulah y Noor-E-Alam, 2020, p.2)	Selección de mercados (Kogan, Ross, Wang y Westerfield, 2017, p.10)	Transporte internacional (Ansari, Besdere, Ouyang y Smlowitz, 2018, p.11)
			Calidad de servicio logístico (Ashraf, Ilyas, Imtiaz y Ahmad, 2019, p. 468)	Indicadores de Gestión (Haber y Schryver, 2019, p.17)	Indicadores de Eficacia y Eficiencia (García, Caballo, Barragan, Mercado, Olarte y Meza,2019, p.72)	Indicadores estratégicos (Dolonce, Norris, 1994, p. 64)	Indicadores de productividad (Ding y Zhan, 2021, p.16)
		Dimensiones de la calidad de servicio (Zailani, Jafarzadeh, Iranmanesh, Nikbin y Selim, 2018)	Confiabilidad (Le, Nguyen y Truong, 2020, p.3)	Capacidad de respuesta (Kant y Jaiswal , 2017, p.13)	Elementos Tangibles (Palese y Usai, 2018, p.32)	Garantía (Zailani, Jafarzadeh, Iranmanesh, Nikbin y Selim, 2018, p.25)	
		Certificaciones de la calidad de servicio (Guo, Bai, Gong, 2019)	Certificación Internacional ISO 9001:2015 (Redacción, 2020)	Certificación Internacional ISO 9001:2018 (Purwanto, Asbari y Santoso, 2020)	Certificación OEA (Operador Económico Autorizado) (Urquiza, 2021).	Certificación C-TPAT (Asociación Comercial Aduanera contra el terrorismo) (Sullivan y Garza, 2021).	

3.3 Escenario de estudio

Se estudiaron los escenarios sobre los cuales se trabajaron en base a las estrategias de logística integral y la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, sobre su sistema de gestión en la cadena de reparto, abastecimiento, adquisición y calidad logística.

3.4 Participantes

En esta sección se consideró a los profesionales y colaboradores del área logística, que tenga el conocimiento del proceso de distribución, de abastecimiento (almacén), de adquisición o importación, y también del área de control de calidad y o comercial; para lo cual se comparó con las teorías de los investigadores expertos a fin de tener un mejor manejo de la investigación.

Tabla 6

Descripción de los participantes

SUJETO	Cargo del Participante	Profesión
1	Jefe del área de abastecimiento y logística de la empresa A	Ingeniero industrial
2	Jefe de Almacén de la empresa A	Ingeniero industrial
3	Gerente general de la empresa B	Abogada
4	Jefa del área logística y de abastecimiento de la empresa C	Ingeniera Industrial
5	Controller de la empresa C	Ingeniero Industrial

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El procedimiento que se usó, fue a base de entrevistas estructuradas con preguntas o esquemas ya construidos enfocados con el objetivo de la investigación (Bernal, 2010, p.256). Este instrumento se realizó a los profesionales implicados en la logística de las empresas respectivamente.

Asimismo, la entrevista es un mecanismo que accede a recolectar la información de manera verbal a causa de preguntas formuladas, tiene la finalidad de modificar datos para proponer soluciones a dicho problema de investigación (Crotte, 2011, Ramallo y Roussos, 2008).

3.6 Procedimientos

Para el avance de la indagación se recopiló datos mediante las plataformas de búsqueda como Scopus, EBSCO, Proquest, Google Académico, lo que permitió revisar distintos artículos de revistas indexadas, libros, capítulos de libro, tesis. Asimismo, estos documentos se estudiaron en varios idiomas, pero principalmente en inglés por ser un idioma universal a fin de obtener mayor información y en un menor porcentaje en español por ser el idioma de las autoras. Se presenta la siguiente tabla de las palabras claves utilizadas para la investigación.

Tabla 7

Resumen de criterios de búsqueda

Tipo de documento	Plataforma de búsqueda	Cantidad	Palabras claves de búsqueda
Artículo científico	Science Direct Google academic SSRN IEEE XPLORE Scielo SAJE Journals Ricea DL ACM Springer Link Sabinet Taylor & Francis Emerald Insight	90	Quality, Management Indicators Logistics, service quality, innovation, Social networking services, Strategic, Models and methods
Libro	Google Académico	4	Metodología, Integral Logistics
Documentos	Resolución	1	Ética
Tesis	Google academic UNAD UNIPILOTO UNAN PUCE	9	Estrategia, Logística, Mass distribución companies

3.7 Rigor científico

En este aspecto se tomó en cuenta la confiabilidad y validez de la información para recolectar información en una investigación cualitativa. Según, Hernández, Fernández y Baptista (2014) las doctrinas del reduccionismo se enfocan en la aplicación de posiciones: la credibilidad, imparcialidad y autenticidad (p. 453).

Los estados definidos pueden ser: (a) la credibilidad, esta fase del averiguador se basa en la definición de las acciones en general relacionados a las personas que se asocian a centrarse en algo concreto del problema, evitando plantear nuestras propias creencias y opiniones puesto que todo debe estar

corroborado bajo una adecuación inferencial, (b) la dependencia, esta terminación considerada como un tipo de se puede considerar como una especie de credibilidad cualitativa y se debe evitar que las opiniones generen incoherencia, (c) la transferencia, determina el nivel de similitud, la muestra debe ser diversa y los resultados deben ser convalidados, (d) Confirmación, en este criterio se debe minimizar los sesgos y tendencias del investigador, utilizando la lógica para poder interpretarlos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 454 - 458).

3.8 Método de análisis de información

Se recopiló información sobre nuestras categorías de logística integral y la calidad de servicio y sus seis subcategorías y 27 criterios, a través de artículos. Por otro lado, para las investigaciones previas se recogió información de artículos científicos en inglés que explicaron las subcategorías del estudio ubicados en la matriz. Además, se aplicaron las entrevistas a los expertos de lo cual se adquirió mayor información.

3.9 Aspectos éticos

Para el desarrollo de toda investigación científica y el uso de información es necesario manejar conductas éticas que el investigador y el asesor deben utilizar. La conducta no ética no puede ser aprobada puesto que carece de lugar en la práctica científica, esta debe ser erradicada. Aquel que hace uso de una conducta no ética se corrompe a sí mismo. Por lo general la ética trata con circunstancias de conflicto sujeta a juicios morales (Ávila, 2002, p. 94).

Según el código de ética de la institución de las autoras se debe acatar la autoría a cargo. Los investigadores deben contribuir eficazmente asimismo activamente asociado al diseño, avance y preparación de la información haciéndose cargo del mismo, tratando de no realizar la autoría fantasma. Además, el plagio es un delito ya sea de modo parcial o total. Por esta razón, el proyecto de investigación se encuentra debidamente citado y referenciado.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se detallaron los resultados, luego de haber realizado la aplicación del instrumento a los participantes; mediante tablas se agruparon las preguntas y respuestas de cada entrevistado para un mejor entendimiento. Asimismo la finalidad del desarrollo del desarrollo de este capítulo fue responder al objetivo general y objetivos específicos planteados y comparar los estudios obtenidos en el desarrollo de la investigación.

Se entrevistaron a cinco profesionales de diferentes empresas importadoras, fueron seleccionados en relación a su amplia experiencia profesional en el área logística desde 4 a 15 años laborando, pues esto nos permitió responder con mayor seguridad el tema de la investigación, asimismo, el 40% de los entrevistados fueron mujeres y el 60% fueron varones.

De acuerdo al objetivo general planteado en la investigación fue investigar las estrategias de logística integral y calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima 2021, se pudo analizar que el registro de inventario y control de pedidos, la medición de procesos de calidad, contar con transporte propio o alquilado facilita la gestión de distribución y que es necesario un sistema de localización de la unidades, desconocen los modelos de calidad pero mide la satisfacción de sus clientes a través de las dimensiones de calidad.

Se desarrollaron los resultados de acuerdo al orden de los objetivos específicos que fueron planteados en la investigación. Respecto al objetivo específico 1, los entrevistados concordaron en primer lugar, que el 100% usa realiza el registro de su inventario y control de pedidos (ver tabla 8), el 100% miden sus procesos de calidad, donde un 40% mencionó que usan los Kpi (Key Performance Indicator) para la gestión de la calidad y un 60% usa otro sistema para gestionar todos los procesos de su empresa (ver tabla 9).

En relación al objetivo específico 2; los entrevistados afirmaron que un 100% cuenta con transporte ya sea alquilado o propio, también se identificó que usan un sistema de GPS como método de seguridad (ver tabla 10), el 80% los entrevistados convinieron que sí importan las dimensiones de la calidad como confianza, fiabilidad, tiempo de entrega, imagen en los servicios que ofrecen; sin embargo, un 20% manifestó que prefiere usar un modelo japonés denominado

las 5S (ver tabla 11). El 80% mencionó que las inducciones y capacitaciones las reciben únicamente los ingresantes (ver tabla 11).

En base al objetivo específico 3; el 100% convino que como estrategias de selección de producto es importante las muestras para realizar testeos (ver tabla 12); asimismo un 100% afirmó que es importante contar con una certificación de calidad, pero solo un 60% mencionó que la empresa donde labora si tiene una certificación ISO-9001, un 20% indicó que tiene más de una certificación (sanitaria y ambiental) y otro 20% piensa que el certificado de calidad es muy costoso y lo implementará más adelante (ver tabla 13).

En las siguientes *Tablas*, se representó a los entrevistados: S1 y S2 como representantes a la empresa distribuidora (empresa A), S3 pertenece a la empresa textil (empresa B) y el S4 y S5 representaron a la empresa que presta servicio de construcción y electricidad (empresa C).

Para responder el objetivo específico 1 se hicieron un total de diez preguntas, para investigar las estrategias de logística de abastecimiento y los indicadores de gestión que las empresas han realizado. Las respuestas se ubican en las *Tabla 8* y *Tabla 9* con sus respectivas imágenes relacionadas a las *tablas* del capítulo de resultados.

Tabla 8

Resultados de las estrategias de logística de abastecimiento

OE1	S1	S2	S3	S4	S5
Investigar las estrategias de logística de abastecimiento y los indicadores de gestión de calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021	Mediante el sistema WMS nos ayuda a tener una mejor ubicación por producto, por fecha y lote, también contamos con otro sistema SAP que aporta a ver el flujo de las ventas y su estado en los inventarios.	Mediante el sistema Azymetrica, es nuestro método para controlar los reportes constantes. Usamos también el sistema SAP quien controla todos los pedidos, las órdenes de compra y los temas financieros	Manejamos el sistema de SIMCO, permite hacer las facturas, las guías, el control de inventario hasta hacer medidas.	Hacemos el ingreso y salida de los materiales a través de un sistema que manejamos que es un sistema de Concar.	Virtual y físicamente, y control de movimientos para pedidos

Nota. Se representaron dos respuestas de la logística de abastecimiento.

En la *Tabla 8*, se analizaron las preguntas: De acuerdo al control de inventarios ¿Cómo gestiona la salida y entrada de sus productos? y ¿Utilizan

algún método y/o herramienta para controlar los envíos de pedidos de mercadería?, se obtuvo como resultado que un 80% mencionó que usa un sistema para la gestión del inventario y control de pedidos y un 20% realiza el registro del inventario y el control de movimiento de manera manual y virtualmente.

Figura 1

Representación gráfica de la pregunta 3 y 4 de la guía de entrevista



Tabla 9

Resultados de los indicadores de gestión de la calidad de servicio logístico

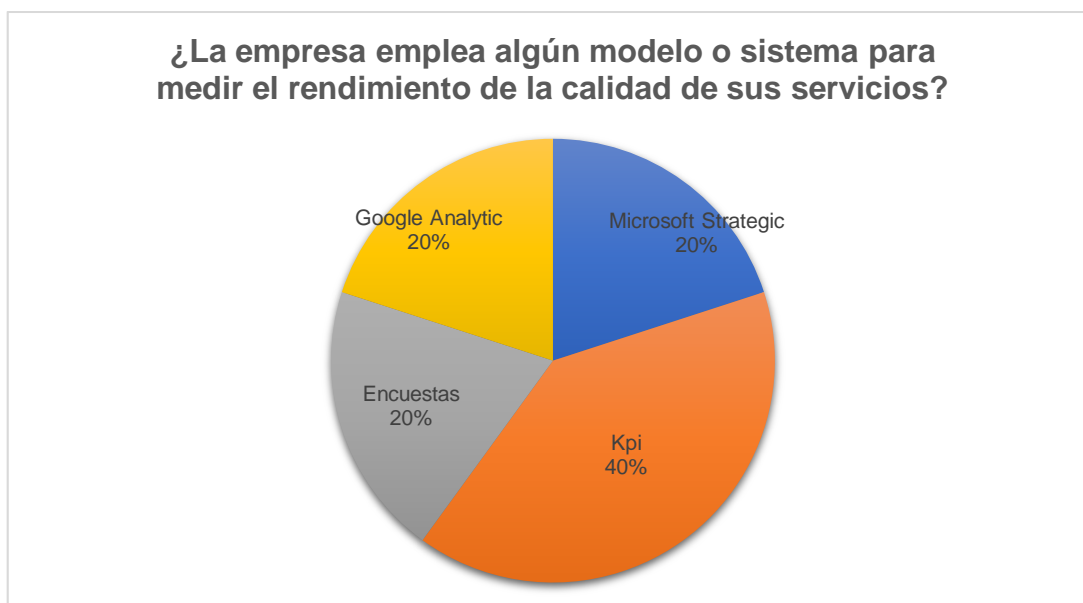
OE1	S1	S2	S3	S4	S5
Investigar las estrategias logísticas de abastecimiento y los indicadores de gestión de calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021	No se enfocan mucho en medir la satisfacción de los clientes pero si cuenta con plataformas digitales para medir la venta y distribución por medio del Power BI esta plataforma se interactúa con Google Analytic quien brinda los ratios de entregas, tiempo de demorado de cada despacho.	Contamos con el sistema llamado Microsoft Strategic el cual almacena toda la data de ventas e inventarios referente a los precio, es decir que por medio de este sistema tenemos toda la historia.	Todo lo medidos con el sistema SIMCO y estábamos pensando en realizar a base de encuestas virtuales y manuales, para medir la satisfacción y la calidad, en el 2018 lo intentamos pero dejamos de continuarlo,	Todo lo medimos con Kpi. Kpi de precio Kpi de tiempo de atención de suministro Kpi de inventario	A través de Kpi

Nota. Se representaron tres respuestas de la logística de abastecimiento.

En la *Tabla 9*, se respondieron a las preguntas ¿La empresa emplea algún modelo o sistema para medir el rendimiento de la calidad de sus servicios?, ¿utiliza alguna plataforma para medir la satisfacción de sus clientes?, ¿Utiliza algún otro modelo? ¿Para qué área?, se obtuvo como resultado que un 40% mencionó que usan los Kpi para la gestión de la calidad, un 20% consideró al Power BI y Google Analytic para medir los procesos de venta y distribución, otro 20% utiliza el sistema Microsoft Strategic para el histórico o data de las ventas y el inventario, mientras que el 20 % manifestó que el no usa otro sistema, ya que solo usa un mismo sistema para gestionar todos los procesos de su empresa, dijo que podría medir la satisfacción del cliente a través de encuestas virtuales o manuales.

Figura 2

Representación gráfica de la pregunta 20 de la guía de entrevista



Por otro lado, con respecto al objetivo específico 2 se hicieron un total de siete preguntas, estas describen las interrogantes sobre las estrategias de logística de distribución y las dimensiones de calidad de servicio logístico, las respuestas se representaron en la *Tabla 10* y *Tabla 11*, con sus respectivas figuras.

Tabla 10

Resultados de las estrategias logísticas de distribución

OE2	S1	S2	S3	S4	S5
Identificar las estrategias de distribución y las dimensiones de la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021	Tercerizamos transporte de 12 y 10 toneladas y camiones de 20 y 24 toneladas. Se está pensando implementar el TMS que sería para el transporte para el geo localizador.	Alquilamos camiones acondicionados para alimentos perecibles	La movilidad es propia de la empresa, contamos con un seguro que se activa en caso de robos. Cubrimos el traslado con el seguro hasta los almacenes de los clientes.	Subcontratamos normalmente se monitorea a las unidades por GPS,	Transporte terrestre: se utilizan camiones de 5ton, 10ton, 15ton, 30ton, pudiendo ser de tipo furgones, baranda y plataforma. Cada unidad cuenta con control satelital, tipo "GPS"

Nota. Se representaron dos respuestas de la logística de abastecimiento.

En la *Tabla 10*, se respondieron a las preguntas ¿Qué medios de transporte utilizan para el envío de productos? y ¿Qué estrategias emplea para la distribución de los productos?, se obtuvo como resultado que un 40% afirmó que subcontrata movilidad y cuentan con sistema GPS, mientras que un 20% mencionó que la empresa cuenta con movilidad propia y tiene un seguro contra robos, otro 20% indicó que implementará un sistema de gestión de transporte y un 20% no menciona.

Figura 3

Representación gráfica de la pregunta 8 y 9 de la guía de entrevista

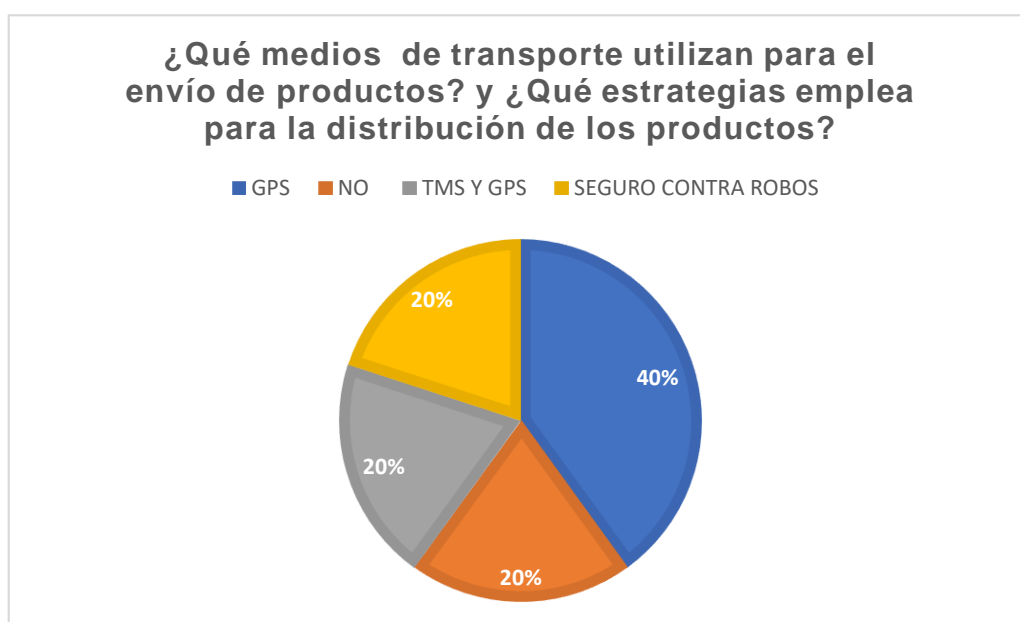


Tabla 11

Resultados de las dimensiones de la calidad de servicio logístico.

OE2	S1	S2	S3	S4	S5
Identificar las estrategias logísticas de distribución y las dimensiones de la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021	Se aplican el tema de marketing siendo las 5S, la experiencia aporta a tener más relevancia al momento de introducir un producto dependiendo de su categoría.	El personal es capacitado mensualmente.	Darle confianza y comodidad, ha generado una recomendación de parte de nuestros clientes. El personal está capacitado.	El tiempo de entrega del proyecto tiene un impacto es sumamente importante nosotros. Porque si nosotros nos pasamos un día, recibimos una penalidad; por otro lado los ingresantes reciben una inducción.	La imagen y confiabilidad que tienen nuestros clientes, la hemos logrado por la calidad de nuestros servicios. Recibe inducción cada dos meses

Nota. Se representaron dos respuestas de dimensiones de la calidad.

En la *Tabla 11*, se respondieron a las preguntas ¿La calidad de sus servicios logísticos tiene un efecto significativo de confiabilidad en los clientes? y ¿El personal cuenta con el conocimiento necesario para contestar a las preguntas de los clientes y/o dar soluciones en situaciones difíciles?, se obtuvo como resultado que un 20% afirmó que importa la imagen y la confiabilidad, un 20% mencionó que el tiempo de entrega es mas importantes para evitar penalidades, mientras que un 20% prefiere generar confianza y comodidad, por otro lado un 20% indicó que el uso de las 5S del modelo japonés (clasificación, orden, limpieza, estandarización y disciplina) otorga experiencia; un 20% no contestó.

Por otro lado, el 80% mencionó que su personal está capacitado o recibe capacitación, solo un 20% no mencionó nada sobre el tema.

Figura 4

Representación gráfica de la pregunta 23 de la guía de entrevista

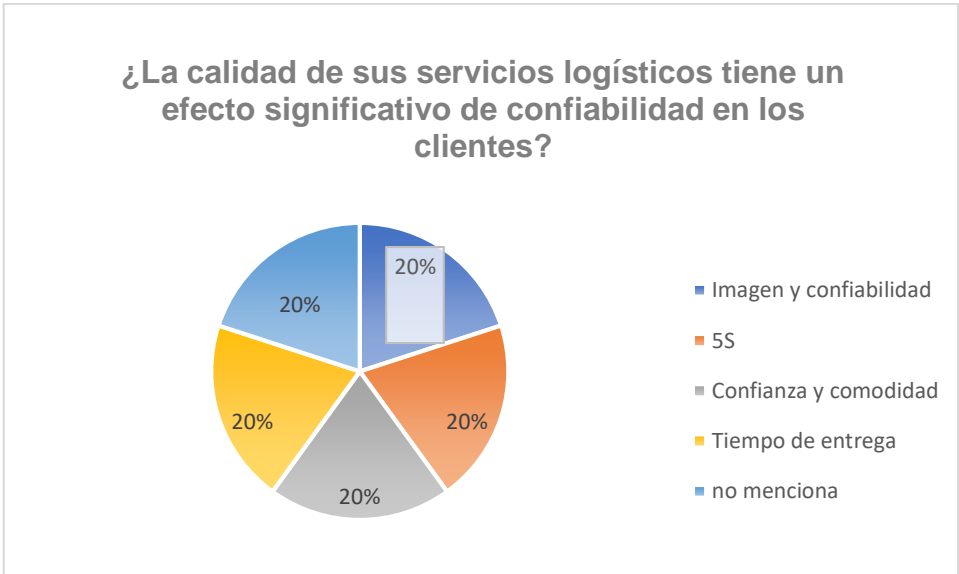
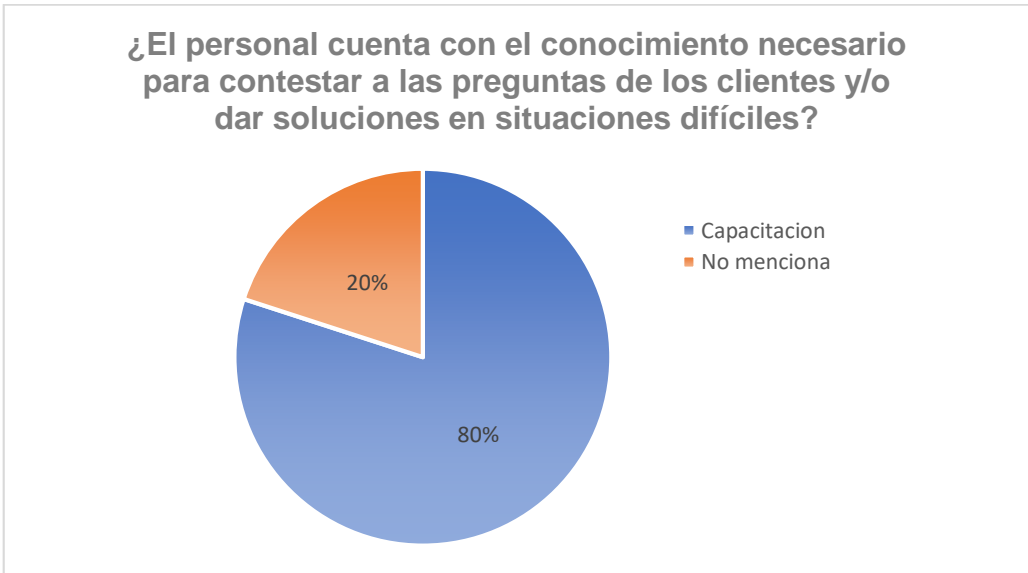


Figura 5

Representación gráfica de la pregunta 25 de la guía de entrevista



Para responder el objetivo específico 3 se hicieron un total de siete preguntas, para investigar las estrategias de logística de adquisición y la certificación de calidad que las empresas realizaron, asimismo, las respuestas se ubicaran en las *Tabla 12* y *Tabla 13* con sus respectivas imágenes relacionadas a las *tablas* del capítulo de resultados.

Tabla 12

Resultados de las estrategias de logística de adquisición

OE3	S1	S2	S3	S4	S5
Determinar las estrategias de logística de adquisición y las certificaciones de calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021.	El area de marketing que realiza el estudio de mercado trabaja conjuntamente las marcas ya posicionadas o marcas nuevas.	Desconoce	Participamos en ferias de moda, fijarte el precio de exportación más el flete. Les pedimos que traigan muestras para hacer las pruebas (testeo).	Para la evaluación de proveedores revisamos la página dela SUNAT, solicitamos su cartera de clientes y si tiene ISOs, pedimos los certificados de la materia prima, realizamos diferentes pruebas.	Desconoce

Nota. Se representaron dos respuestas de la logística de adquisición.

En la *Tabla 12*, se respondieron a las preguntas ¿Qué estrategias emplean para la selección de sus productos a importar? se obtuvo como resultado que un 60% comentó que desconoce el proceso, un 20% indicó que realizan búsqueda en la Sunat, consideran si tienen certificaciones ISOs para el tema de proveedores y que piden muestras para realizar testeo, mientras otro 20% manifestó que asiste a ferias, considera el precio y también pide muestras para testeo.

Figura 6

Representación gráfica de la pregunta 14 de la guía de entrevista

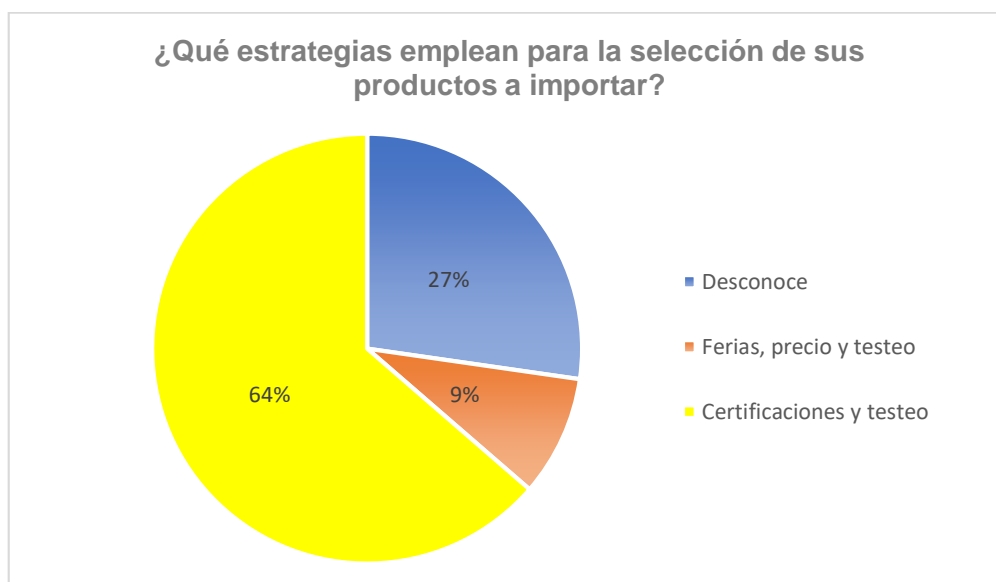


Tabla 13

Resultados de las certificaciones de calidad de servicio logístico

OE2	S1	S2	S3	S4	S5
Determinar las estrategias logísticas de adquisición y las certificaciones de calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021.	Certificación ISO Ambiental, ISO 9001, certificación de DIGESA y SANIPES.	Certificación ISO 9001	Aun no contamos con el certificado de calidad, pero para otras gestiones tenemos el certificado de homologación	Certificado de calidad ISO 9001	No menciona

Nota. Se representaron dos respuestas de la guía de entrevista.

En la *Tabla 13*, se respondió a la interrogante ¿Su empresa cuenta con algún certificado de gestión de calidad de sus servicios?, se obtuvo como resultado que un 60% afirmó que su empresa cuenta con certificado ISO 9001, por otro lado un 20% mencionó que la empresa no cuenta con certificado de calidad, pero si con certificación de homologación, y el 20% desconoce.

Asimismo, se respondió la siguiente interrogante ¿Su empresa cuenta con alguna certificación o piensa instaurarla en un corto plazo? ¿En qué área? cabe resaltar que un 34% manifestó que cuenta con una certificación, un 33% dijo que su empresa tiene más de una certificación y 33% no mencionó nada sobre el tema, este contexto se representó en la *figura 7*.

Figura 7

Representación gráfica de la pregunta 28 de la guía de entrevista

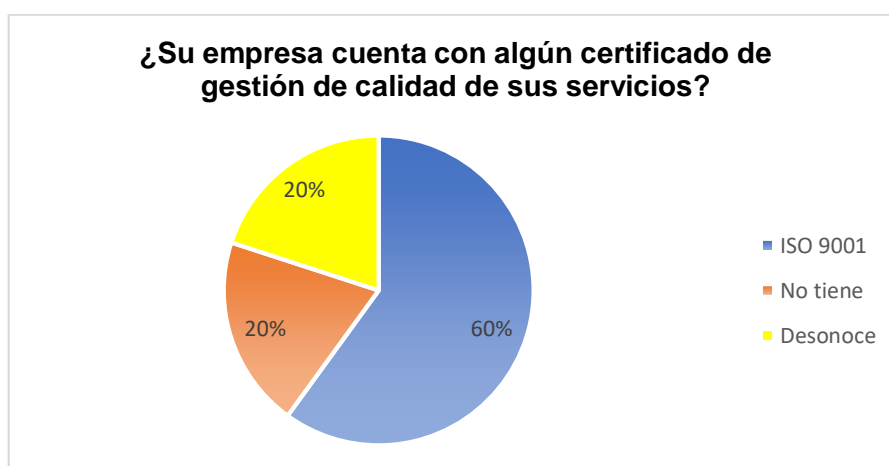
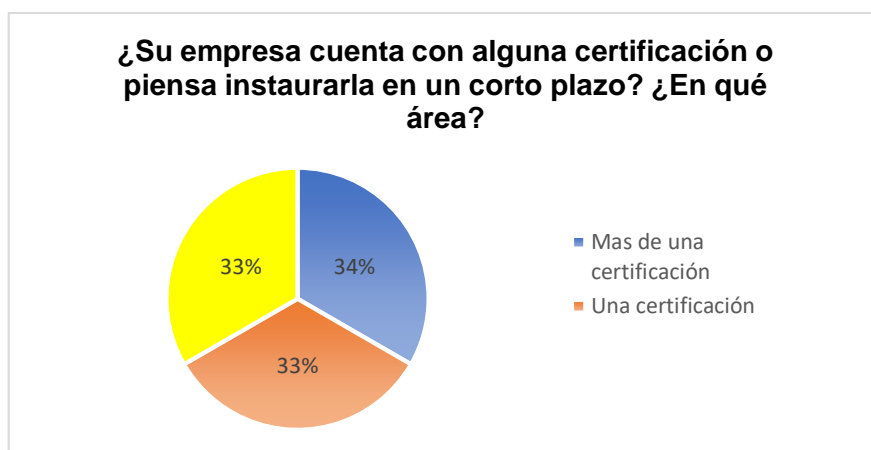


Figura 8

Representación gráfica de la pregunta 29 de la guía de entrevista



Los resultados del presente estudio fueron semejantes a los estudios descritos por Nurprihatin, Rembulan, Christianto y Hartono (2021), en cuanto a la creación de un sistema que facilite la toma de decisiones en los procesos de la cadena de suministros, sin embargo también fueron diferentes porque el autor menciona de un sistema de carga y manipulación Cross Docking, y los entrevistado mencionan que cuentan con diferentes sistemas de gestión de procesos. Por otro lado, los resultados del estudio fueron similares a los resultados de Tuba y Celik (2021) y Ortiz y Gonzales (2018) porque identificar los indicadores y preferencias de sus consumidores como factores de flexibilidad, fiabilidad, tangibles, empatía y coste, permiten la mejora y el avance de los procesos que la componen y generar aumento para la satisfacción de los clientes.

Por otro lado, los resultados del presente estudio fueron semejantes a los estudios descritos por Suresh y Vasantha (2021), Knop (2019) y Gulc (2017) porque muestran que la calidad del servicio logístico tuvo un impacto favorable en el nivel de satisfacción de los clientes a través las dimensiones de la calidad del servicio como la tangibilidad, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, el aseguramiento y la empatía, pero que desconocen los modelos o no utilizan algún modelo específico de calidad de servicios, sino que es medible a través de los Kpi, encuestas por frecuencia de comprador.

Los resultados del presente estudio fueron similares a los estudios descritos por Janjevic y Winkenbach (2020), porque se refieren a caracterizar las variables como la gobernanza de las operaciones de transporte y el plazo de entrega como parte de las estrategias de distribución y los entrevistados mencionaron como estrategias de distribución a la seguridad del transporte, la accesibilidad y creación de rutas, la implantación de un sistema que mejore los tiempos de entrega. Asimismo, Gaikwad y Sunnapwar (2020) estudiaron las estrategias Lean, Green y Six Sigma (LGSS) e indicaron que es una estrategia de sostenibilidad para la empresa. Los resultados del presente estudio fueron diferentes a los estudios descritos por Choi (2020) menciona sobre los logísticos y lo importante que es tener un plan de contingencia, ya que ninguna de las empresas participantes espero encontrarse con una pandemia. También fueron diferentes a los estudios de Sayabek, Rui, Khakimzhan, Dimash y Assel (2020) en la utilización de nuevas tecnologías, básicamente mejorar la logística de una empresa para los entrevistados es la implantación de sistemas y obtener alguna certificación.

V. CONCLUSIONES

Con relación a los resultados que se obtuvieron para esta presente investigación en base a las entrevistas realizadas a las empresas de la logística integral y la calidad de servicio logístico se llegó a concluir lo siguiente:

1. Se encontró que la logística integral y la Calidad de servicio Logístico aplicadas en las empresas A, B y C se aplican de diferentes modos y cada una de ellas aporta con un porcentaje considerable de eficiencia, puesto que hacer uso de los KPI's de los sistemas para la gestión de la calidad tales como el Power BI, Google Analytic y el Microsoft Strategic les contribuye para un mejor proceso de ventas, proceso de distribución, la data de ventas y el inventario.
2. Se concluyó que el uso de software aportan a la creación y gestión de rutas más rápidas, generando rentabilidad a las empresas a corto plazo, mejora el flujo y traslado de mercancías a sus clientes, ofreciendo así un servicio orientado a la satisfacción en el tiempo de entrega.
3. Las empresas entrevistadas están al margen de la importancia de ofrecer una buena calidad de servicio, hablando de excelencia coinciden en el secreto de las mejoras y desarrollo para el buen manejo de la logística integral y el uso de las herramientas tecnológicas para reforzar la relación con los clientes ya fidelizados y futuros clientes.

VI. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para este trabajo de investigación son las siguientes:

1. Se recomienda que las empresas sigan empleando la logística integral aplicando todos los parámetros y procedimientos que sean necesarios con la finalidad de crear oportunidades de mejora y crecimiento económico para las empresas.
2. Se recomienda contar con las certificaciones como: ISO Ambiental, ISO 9001, Certificación del In (para ahorro de costos), en el caso de distribución de alimentos con la certificación de DIGESA y SANIPES; que le permitan a cada empresa el fácil procesamiento y la calidad de sus servicios para una mejor gestión de sus ventas y la distribución de sus productos, ya que está comprobado que contribuye a un mejor desarrollo logístico y de efectividad para las empresas.
3. Se aconseja que las empresas entrevistadas que apliquen algún tipo de software como el WMS (Warehouse Management System) en sus gestiones; ya que, agiliza el proceso de entrada y la salida de productos, los procesos de compra, el control de inventarios y el flujo de ventas, permitiéndoles tener un análisis más detallado con la finalidad de evitar futuras pérdidas.
4. Proponer a las áreas comerciales que opten por una constante innovación para ofrecer un servicio de excelencia y poder destacar frente a la competencia, fidelizar a sus clientes y generar una mayor rentabilidad para sí mismas.

REFERENCIAS

- Ansari, S., Başdere, M., Li, X., Ouyang, Y. y Smilowitz, K. (2018). *Avances en modelos de aproximación continua para sistemas logísticos y de transporte: 1996-2016*. Investigación sobre transporte, Parte B: Metodológica, 107, 229-252. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191261517303612>
- Arellano Díaz, H. O. (2017). La calidad de servicio como ventaja competitiva.
- Atencio Cárdenas, E., & González Pertuz, B. (2007). *Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ)*. Revista de Ciencias Sociales, 13(1), 172-186. <http://ve.scielo.org/pdf/rcs/v13n1/art13.pdf>
- Ávila, M. G. (2002). *Aspectos éticos de la investigación cualitativa*. Revista Iberoamericana de educación, 29, 85-104. <http://files.formacionintegral.webnode.es/200000047-db9aadd8e7/ASPECTOS%20%C3%89TICOS%20DE%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20CUALITATIVA.%20GONZ%C3%81LEZ.PDF>
- Avella Romero, M. C. (2019). *Importancia de los KPI en la Logística y su impacto en el servicio al cliente (Doctoral dissertation, Universidad Santiago de Cali)*. <https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/1016/IMPORTANCIA%20DE%20LOS%20KPIs.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Awasthi, A., Sayyadi, R., & Khabbazian, A. (2018). A combined approach integrating gap analysis, QFD and AHP for improving logistics service quality. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 29(2), 190-214. 10.1504/IJLSM.2018.089171.
- Bals, L., & Turkulainen, V. (2017). Achieving efficiency and effectiveness in Purchasing and Supply Management: Organization design and outsourcing. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 23(4), 256-267. [10.1016/j.pursup.2017.06.003](https://doi.org/10.1016/j.pursup.2017.06.003)
- Bashir, R., Gaur, B., & Salil, A. (2021, March). *Logistics and IoT Based Survival Strategies to Facilitate Supply Chain Engineering During Pandemic*.

In 2021 International Conference on Computational Intelligence and Knowledge Economy (ICCIKE) (pp. 1-7). IEEE. [10.1109 / ICCIKE51210.2021.9410682](https://doi.org/10.1109/ICCIKE51210.2021.9410682)

Barbu, A., & Militaru, G. (2019). The Key Indicators Used to Measure the Performance of the Service Companies: A Literature Review. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 19(1), 355-364. <https://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/wp-content/uploads/2019/08/1-3.pdf>

Baglio, M., Perotti, S., Dallari, F., & Garagiola, E. R. (2019). Benchmarking logistics facilities: a rating model to assess building quality and functionality. *Benchmarking an International Journal*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2019-00299>

Beheshti, Hooshang M.; Clelland, Iain J.; Harrington, K. Vernard (2020). *Competitive Advantage with Vendor Managed Inventory*. *Journal of Promotion Management*, 26(6), 836–854. <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1794507>

Brady, M. K., & Cronin Jr, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of marketing*, 65(3), 34-49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>

Brito, MP y Dekker, R. (2002). *Logística inversa: un marco (No. El 2002-38)*. Artículos de investigación del Instituto Económico <file:///C:/Users/pc/Downloads/feweco20021018095304.pdf>

Bosona, T. (2020). Logística de última milla de carga urbana: desafíos y oportunidades para mejorar la sostenibilidad: una revisión de la literatura. *Sostenibilidad*, 12 (21), 8769. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/21/8769>

Cardenas, I., Borbon-Galvez, Y., Verlinden, T., Van de Voorde, E., Vanellander, T. y Dewulf, W. (2017). Urban Logistics, urban freight distribution and last

mile delivery and pick-up. Competition and regulation in network industries, 18 (1-2), 22-43. <https://doi.org/10.1177/1783591717736505>

Chávez, R. S., Escajeda, J. D. H., & Chávez, M. G. S. (2017). Calidad de los servicios logísticos/Quality of Logistics services. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 6(11), 54-71. <https://www.ricea.org.mx/index.php/ricea/article/view/89/365>

Chan, C. K., Man, N., Fang, F., & Campbell, J. F. (2020). Supply chain coordination with reverse logistics: A vendor/recycler-buyer synchronized cycles model. *Omega*, 95, 102090. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0305048318302925>

Centobelli, P., Cerchione, R., Esposito, E., & Shashi. (2020). *Evaluating environmental sustainability strategies in freight transport and logistics industry. Business Strategy and the Environment*. [10.1002/bse.2453](https://doi.org/10.1002/bse.2453)

Choi, T. M. (2020). Risk analysis in logistics systems: A research agenda during and after the COVID-19 pandemic. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.102190>

Choi, T. M. (2021). Risk analysis in logistics systems: A research agenda during and after the COVID-19 pandemic. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.102190>

Chow, G., & Heaver, T. D. (2018). Logistics strategies for north america. In *Global Logistics and Distribution Planning* (pp. 359-374). Routledge. file:///C:/Users/GYAN/Downloads/PJMS_2018_17_1_s_175-193_Olah.pdf

Cimini, C., Lagorio, A., Romero, D., Cavalieri, S., & Stahre, J. (2020). Smart Logistics and the Logistics Operator 4.0. *IFAC-Papers Online*, 53(2), 10615-10620. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2020.12.2818>

- Cronin, J.J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring service Quality: A Reexamination and Extension *Journal of Marketing*, 56, 55-68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Crotte, I. R. R. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de educar*, 12(24), 277-297. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>
- Ding, C., & Zhang, R. (2021). The Measurement and Influencing Factors of Total Factor Productivity in the Chinese Rural Distribution Industry. *Sustainability*, 13(15), 8581. <https://doi.org/10.3390/su13158581>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad de servicio y sus modelos de medición. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Flamarique, S. (2019). Manual de gestión de almacenes. Libros de Marge. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=P7SPDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA94&dq=Flamarique,+2019&ots=m0b4NS9pk-&sig=zmlSYCjDn1zDPmyzMe_5-OgBWcc#v=onepage&q=Flamarique%2C%202019&f=false
- Flores, V. (2019). Logística integral y Satisfacción del cliente de los servicios en Guayaquil. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20194/1/UPS-GT003194.pdf>
- Fuentes Campillo, K. L., & Palacios Cortés, E. J. (2018). Impacto de los Operadores Logísticos en el comercio exterior en Colombia. Recuperado de: <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00004794.pdf>
- García, J., Cazallo, A., Barragan, C. E., Mercado, M., Olarte, L., & Meza, V. (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en empresas del sector construcción del Departamento del Atlántico, Colombia. *Revista espacios*, 40(22). <http://www.revistaespacios.com/a19v40n22/a19v40n22p16.pdf>

- Gaikwad, Lokpriya; Sunnapwar, Vivek (2020). *An integrated Lean, Green and Six Sigma strategies. The TQM Journal*, 32(2), 201–225. 10.1108/tqm-08-2018-0114
- Gamariel, MBONIMANA y Annet, B. (2021). Efecto del control de inventario sobre la rentabilidad: un caso de Skol Brewery Ltd. *Social Science Learning Education Journal*, 6 (11), 695-708. <file:///C:/Users/pc/Downloads/2875-Article%20Text-5629-1-10-20211109.pdf>
- Gil Saura, I., Ruiz Molina, M. E., & Servera Frances, D. (2008). Logistic service quality and technology: a comparison between supplier–retailer and retailer–consumer relationships. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18(5), 495-510. <https://doi.org/10.1080/09593960802573385>
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>
- Gulc, A. (2017). Models and methods of measuring the quality of logistic service. *Procedia Engineering*, 182, 255-264. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.187>
- Gopalakrishnan, K., Prentkovskis, O., Jackiva, I. y Junevičius, R. (Eds.). (2020). *TRANSBALTICA XI: ciencia y tecnología del transporte: actas de la Conferencia Internacional TRANSBALTICA, 2-3 de mayo de 2019, Vilnius, Lituania*. Springer Nature. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=AyTLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=\(Gopalakrishnan,+Prentkovskis,+Jackiva+y+Junevi%C4%8Dius,+2020\).&ots=ulClnX5Mb&sig=VCroaYEvFoMwWe4ip1Wd8D6I8OQ#v=onepage&q=\(Gopalakrishnan%2C%20Prentkovskis%2C%20Jackiva%20y%20Junevi%C4%8Dius%2C%202020\).&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=AyTLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=(Gopalakrishnan,+Prentkovskis,+Jackiva+y+Junevi%C4%8Dius,+2020).&ots=ulClnX5Mb&sig=VCroaYEvFoMwWe4ip1Wd8D6I8OQ#v=onepage&q=(Gopalakrishnan%2C%20Prentkovskis%2C%20Jackiva%20y%20Junevi%C4%8Dius%2C%202020).&f=false)
- Gupta, A., Singh, R. K., & Suri, P. K. (2018). Sustainable service quality management by logistics service providers: an Indian perspective. *Global*

business review, 19(3_suppl), S130-S150.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0972150918758098>

Haber, J. y Schryver, C. (2019). How to create key performance indicators. *The CPA Journal*, 89 (4), 24-30.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2210670720305497>

Haro Sarango, A. F. (2021). El tamaño de la empresa y su influencia en la productividad del sector comercio.
<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2021.1781>

Hasan, MM, Jiang, D., Ullah, AS y Noor-E-Alam, M. (2020). Resilient supplier selection in logistics 4.0 with heterogeneous information. *Expert systems with applications*, 139, 112799.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0957417419304956>

Henriquez, G, Cardona, J., Rada, J y Robles, R. (2018). Medición de Tiempos en un Sistema de Distribución bajo un Estudio de Métodos y Tiempos.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v29n6/0718-0764-infotec-29-06-00277.pdf>

Herrera, K. C. (2017). Estrategias sustentables en logística y cadenas de suministro. *Revista Login: Investigación Científica y Tecnológica*, 1(1).
<http://revistas.sena.edu.co/index.php/LOG/article/view/1021/1123>

Hernández, R. y Mendoza, C. P, (2018). Metodología de la investigación: Las pautas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: Mc Graw Hill.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65000949/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638934738&Signature=g2sZtERyH43Ur~lhsqrf6Wdwun75QeyscBPIr3AN0BtSBM65hT1BS5P7tnBb~EbFPMpV-u~IOcn1wbaagdS19jHxrCG0cEvCVvzA0XR4O1pfH3fyjLL-YSLMaqOkgtxYEkGrJfmHupHwYQcuXOOP~B0qt1OryFSRVdNBbWT0DLvNChBV2qBCfD72Lr1EY-

[XcJLPhn2DICw2w8C6r0RjKbuwMb0CC~mj7xgw5iqJjiCyXYDIQo3rJmBnLOxUeMTtvI0AxrVcjO7yDY5uf1Fb0aO71PIRdGhgtwmY3AyZo-r9TKLca1sqvw3RMh9tx1dPbXSYXiq8-E7qLOm7fk0qQww &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://www.researchgate.net/publication/328111111)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). México D. F.: McGraw Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf> .

Hüseyinoğlu, I. Ö. Y., Sorkun, M. F., & Börühan, G. (2018). Revealing the impact of operational logistics service quality on omni-channel capability. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2017-0169>

Huma, S., Ahmed, W., Ikram, M., & Khawaja, M. I. (2019). The effect of logistics service quality on customer loyalty: case of logistics service industry. *South Asian Journal of Business Studies*. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-10-2018-0114>

Janjevic, M., Merchán, D., & Winkenbach, M. (2021). Designing multi-tier, multi-service-level, and multi-modal last-mile distribution networks for omni-channel operations. *European Journal of Operational Research*, 294(3), 1059-1077. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0377221720307566>

Kant, R., & Jaiswal, D. (2017). The impact of perceived service quality dimensions on customer satisfaction: An empirical study on public sector banks in India. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2016-0051>

Kalaitzi, D., Matopoulos, A., Bourlakis, M., & Tate, W. (2018). *Supply chain strategies in an era of natural resource scarcity*. *International Journal of Operations & Production Management*, 38(3), 784–809. [10.1108/IJOPM-05-2017-0309](https://doi.org/10.1108/IJOPM-05-2017-0309)

- Kalogeraki, E.-M., Apostolou, D., Polemi, N., & Papastergiou, S. (2018). *Knowledge management methodology for identifying threats in maritime/logistics supply chains*. *Knowledge Management Research & Practice*, 16(4), 508–[524.10.1080/14778238.2018.1486789](https://doi.org/10.1080/14778238.2018.1486789)
- Krasnoff, L. (2013). *Construyendo una justificación práctica*. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=imBpAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA87&dq=the+practical+justification+of+a+thesis&ots=gy4u0lqziW&sig=8GhkYNzJn6p7FDEPZge6O7_NWw#v=onepage&q=the%20practical%20justification%20of%20a%20thesis&f=false
- Kechagias, E. P., Gayialis, S. P., Konstantakopoulos, G. D., & Papadopoulos, G. A. (2020). An application of an urban freight transportation system for reduced environmental emissions. *Systems*, 8(4), 49. <https://doi.org/10.3390/systems8040049>
- Knop, K. (2019). Evaluation of quality of services provided by transport & logistics operator from pharmaceutical industry for improvement purposes. *Transportation Research Procedia*, 40, 1080-1087. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2019.07.151>
- Kim, G. S., Lee, S. W., Seo, Y. J., & Kim, A. R. (2020). Multimodal transportation via TSR for effective Northern logistics: Perspectives of Korean logistics companies. *Maritime Business Review*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MABR-07-2019-0029/full/html>
- Kogan, L., Ross, SA, Wang, J. y Westerfield, MM (2017). *Selección de mercado*. *Revista de teoría económica*, 168, 209-236. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022053116301119>
- Kumar Dadsena, K., Sarmah, S. P., & Naikan, V. N. A. (2019). *Risk evaluation and mitigation of sustainable road freight transport operation: a case of*

- trucking industry. International Journal of Production Research*, 1–23.
[doi:10.1080/00207543.2019.1578429](https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1578429)
- Krumwiede, D. W., & Sheu, C. (2002). A model for reverse logistics entry by third-party providers. *Omega*, 30(5), 325-333.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S030504830200049X>
- Le, D. N., Nguyen, H. T., & Truong, P. H. (2020). Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36(2), 89-103.
- Li, M. (2019). Over-reliant distribution channels. *Production and operations management*, 28 (6), 1347-1365.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/poms.12981>
- Liu, G., Hu, J., Yang, Y., Xia, S. y Lim, MK (2020). Vehicle routing problem in cold chain logistics: a joint distribution model with carbon trading mechanisms. *Resources, conservation and recycling*, 156, 104715.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344920300379>
- Magill, L. J., Jafarifar, N., Watson, A., & Omotayo, T. (2020). *4D BIM integrated construction supply chain logistics to optimise on-site production. International Journal of Construction Management*, 1–10.
[doi:10.1080/15623599.2020.178662](https://doi.org/10.1080/15623599.2020.178662)
- Martínez Marín, S. J., García Díaz, J. L., & Guerrero Reyes, J. L. (2018). Quality management system and ISO 9001: 2008 certification-Barriers and challenges to SMEs. *Espacios. CIOS*. Vol.39N09Ao2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/7273/RevistaESPA_CIOS_Vol.39N09Ao2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez, L., & El Kadi, O. (2019). Integral logistics and total quality, a customer-oriented organizational management philosophy. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(7), 202-232.

<file:///C:/Users/pc/Downloads/DialnetLogisticaIntegralYCalidadTotalFilosofiaDeGestionOr-7062704.pdf>

Martinez Rueda, B. S. Mejoramiento del proceso compra, recepción y despacho de productos por medio de la estandarización de ítems pertenecientes a la cadena de abastecimiento de los diferentes campos de la empresa Petrocasinos SAS en la bodega Garibaldi. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/22597>

Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2001). Logistics service quality as a segment-customized process. *Journal of marketing*, 65(4), 82-104. <https://doi.org/10.1509/jmkq.65.4.82.18390>

Mendoza, S. H., & Avila, D. D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9 (17), 51-53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>

Mejías Acosta, A., Godoy Durán, E., & Piña Padilla, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Revista Científica Compendium*, 21(40). <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/1656>

Melnik, AN, Ermolaev, KA y Kuzmin, MS (2019). Mecanismo de adecuación de los indicadores de control de la actividad innovadora de las empresas a sus objetivos estratégicos de desarrollo. *Revista global de gestión de sistemas flexibles*, 20 (3), 189-218. (indicador estratégico). <https://link.springer.com/article/10.1007/s40171-019-00210-z>

Murfield, M., Boone, C. A., Rutner, P., & Thomas, R. (2017). Investigating logistics service quality in omni-channel retailing. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. 10.1108/ijpdIm-06-2016-0161

Navarro Palomino, L. E. (2018). Logística de distribución y su relación con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, en el año 2016.

- Nurprihatin, F., Rembulan, G. D., Christianto, K., & Hartono, H. (2021, March). Decision support system for truck scheduling in logistic network through cross-docking strategy. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1811, No. 1, p. 012009). IOP Publishing.
- Onstein, Alexander T. C.; Tavasszy, Lóránt A.; van Damme, Dick A. (2018). *Factors determining distribution structure decisions in logistics: a literature review and research agenda*. *Transport Reviews*, (), 1–18. 10.1080/01441647.2018.1459929
- Ovita, A., Pradana, M., & Nugraha, D. W. (2020). The effect of service quality and brand trust on customer loyalty during COVID-19 pandemic: moderating effect of customer satisfaction. https://www.researchgate.net/profile/Diki-Wahyu-Nugraha/publication/350036970_The_effect_of_service_quality_and_brand_trust_on_customer_loyalty_during_COVID-19_pandemic_moderating_effect_of_customer_satisfaction/links/604c5894458515e529a40cd9/The-effect-of-service-quality-and-brand-trust-on-customer-loyalty-during-COVID-19-pandemic-moderating-effect-of-customer-satisfaction.pdf
- Palese, B., & Usai, A. (2018). The relative importance of service quality dimensions in E-commerce experiences. *International Journal of Information Management*, 40, 132-140. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.02.001>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12-40.
- Pérez-Sauquillo, R. (2018). Análisis del Operador Económico Autorizado. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/28991/TFM000890.pdf?sequence=1&isAllowed=>
- Pérez-Cárdenas, A. M. (2008). Calidad de servicio como estrategia en la administración pública de los servicios de salud en Maracaibo

(Venezuela). *Clío América*, 2(3), 122-151.
<https://doi.org/10.21676/23897848.358>

Peng, X. S., Ji, S. F., & Ji, T. T. (2020). Promoting sustainability of the integrated production-inventory-distribution system through the Physical Internet. *International Journal of Production Research*, 58(22), 6985-7004.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00207543.2019.1687953>

Pineda Soto, C. T. (2018). Canales de distribución, caracterización y panorama actual.

https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17716/Pineda_SotoCindyTatiana2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Pinto, C. A. S. (2020). Knowledge management as a support for supply chain logistics planning in pandemic cases. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 17(3), 1-11.

<https://doi.org/10.14488/BJOPM.2020.033>

Popova, N., Kataiev, A., Nevertii, A., Kryvoruchko, O., & Skrynkovskyi, R. (2020). Marketing aspects of innovative development of business organizations in the sphere of production, trade, transport, and logistics in VUCA conditions. *Studies of Applied Economics*, 38(3), 1.

https://www.researchgate.net/profile/Andrey-Kataev/publication/348606378_Marketing_aspects_of_innovative_development_of_business_organizations_in_the_sphere_of_production_trade_transport_and_logistics_in_VUCA_conditions/links/6092d4a8a6fdccaebd0dc793/Marketing-aspects-of-innovative-development-of-business-organizations-in-the-sphere-of-production-trade-transport-and-logistics-in-VUCA-conditions.pdf

Póvoa, A. P. B., Corominas, A., & de Miranda, J. L. (Eds.). (2017). *Optimization and Decision Support Systems for Supply Chains. Lecture Notes in Logistics*.

[10.1007/978-3-319-42421-7](https://doi.org/10.1007/978-3-319-42421-7)

- Pokrovskaya, O. (2018). La terminalística como metodología de evaluación integral de los sistemas de transporte y almacenamiento. En *MATEC Web of Conferences* (Vol. 216, p. 02014). Ciencias EDP. <https://doi.org/10.1051/matecconf/201821602014>
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, P. B. (2020). Effect of integrated management system of ISO 9001: 2015 and ISO 22000: 2018 implementation to packaging industries quality performance at Banten Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 17-29. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/213>
- Purwanto, A., Fahlevi, M., Zuniawan, A., Kusuma, R. P., Supriatna, H., & Maryani, E. (2020). The Covid-19 pandemic impact on industries performance: an explorative study of Indonesian companies. *Journal of Critical Review*, 7, 1965-1972. https://www.researchgate.net/profile/Mochammad-Fahlevi/publication/342704124_THE_COVID-19_PANDEMIC_IMPACT_ON_INDUSTRIES_PERFORMANCE_AN_EXPLORATIVE_STUDY_OF_INDONESIAN_COMPANIES/links/5f1507cd4585151299aac4ba/THE-COVID-19-PANDEMIC-IMPACT-ON-INDUSTRIES-PERFORMANCE-AN-EXPLORATIVE-STUDY-OF-INDONESIAN-COMPANIES.pdf
- Quintens, LRJ, Pauwels, PFJ y Matthyssens, P. (2006). Estrategia global de compras: conceptualización y medición. *Dirección de marketing industrial*, 35 (7), 881-891. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.05.009>
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (Eds.). (1993). *Service quality: New directions in theory and practice*. Sage Publications.
- Santoya Vargas, E. M., & Romero Herazo, A. E. (2021). Diseño de una propuesta para el mejoramiento del proceso de preparación y despacho de repuestos en la empresa Indufrial SA planta Cartagena. <http://186.28.225.13/bitstream/123456789/4686/1/2021EdwinManuelSantoyaVargas.pdf>

- Sarabi, EP y Darestani, SA (2021). Development of a decision support system for the selection of logistics service providers using fuzzy MULTIMOORA and BWM in mining equipment manufacturing. *Applied soft computing*, 98,106849. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.106849>
- Seth, N., Deshmukh, S. G., & Vrat, P. (2005). Service quality models: a review. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), 913–949. [10.1108/02656710510625211](https://doi.org/10.1108/02656710510625211)
- Shin, W., Tan, T. R., Stoller, P. C., Yew, W., & Liew, D. (2020). Issues on the logistics challenges in the pandemic period. *Journal of Critical Reviews*, 7(8), 776-780. <https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/en/covidwho-832984>
- Solimun, S., & Fernandes, A. A. R. (2018). The mediation effect of customer satisfaction in the relationship between service quality, service orientation, and marketing mix strategy to customer loyalty. *Journal of Management Development*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JMD-12-2016-0315/full/html>
- Song, K. J., & Yeo, G. T. (2017). A Study on Extraction of International Freight Forwarders' Service Quality Factors: the Case of South Korea. *Journal of Digital Convergence*, 15(8), 45-58. <https://doi.org/10.14400/JDC.2017.15.8.45>
- Sodhi, M. S., & Tang, C. S. (2021). Supply chain management for extreme conditions: Research opportunities. *Journal of Supply Chain Management*, 57(1), 7-16. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jscm.12255>
- Suresh, S., & Vasantha, S. (2021). Influence of logistics service quality among customer satisfaction using IOT based techniques. *Materials Today: Proceedings*. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.11.764>

- Thai, V. V. (2013). Logistics service quality: conceptual model and empirical evidence. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 16(2), 114-131. 10.1080 / 13675567.2013.804907
- Tang, C. S., & Veelenturf, L. P. (2019). The strategic role of logistics in the industry 4.0 era. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 129, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2019.06.004>
- Tarigan, Z. J. H., & Siagian, H. (2021). *The effects of strategic planning, purchasing strategy and strategic partnership on operational performance* (Doctoral dissertation, Petra Christian University). [http://repository.petra.ac.id/19161/1/11a.The effects of strategic planning purchasing strategy and strategic Partnership on operational performance.pdf](http://repository.petra.ac.id/19161/1/11a.The%20effects%20of%20strategic%20planning%20purchasing%20strategy%20and%20strategic%20partnership%20on%20operational%20performance.pdf)
- Teas, R.K. (1993). Expectations, Performance Evaluation and Customers' Perceptions of Quality. *Journal of Marketing*, 57, 18-34
- Mogollón Hidalgo, MG, & Pérez Cortez, VC E-service quality y su relación con la e-confianza y la e-satisfacción del cliente en e-retails de tiendas por departamento en Lima Metropolitana. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654530>
- Mora-Córdova, D. E., Lituma-Loja, A. A., & González-Illescas, M. L. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1274>
- Wang, J., Lim, M. K., Zhan, Y., & Wang, X. (2020). An intelligent logistics service system for enhancing dispatching operations in an IoT environment. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 135, 101886. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1366554519309767>
- Williams, Z., Garver, M. S., & Richey Jr, R. G. (2019). Security capability and logistics service provider selection: an adaptive choice study. *International*

Journal of Physical Distribution & Logistics Management.
<https://doi.org/10.1108/JPDLM-04-2018-0173>

Xie, Y., Tai, AH, Ching, WK, Kuo, YH y Song, N. (2021). Inspección conjunta y control de inventario para artículos en deterioro con demanda dependiente del tiempo y tasa de deterioro. *Annals of Operations Research*, 300 (1), 225-265.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10479-021-03943-2>

[Yoon, J., Talluri, S., Yildiz, H. y Ho, W. \(2017\) Models for Supplier Selection and Risk Mitigation: A Holistic Approach](https://minervaaccess.unimelb.edu.au/bitstream/handle/11343/192649/Ho%20%20Models%20for%20Supplier%20Selection%20and%20Risk%20Mitigation.pdf)
<https://minervaaccess.unimelb.edu.au/bitstream/handle/11343/192649/Ho%20%20Models%20for%20Supplier%20Selection%20and%20Risk%20Mitigation.pdf>

Zailani, S., Jafarzadeh, S., Iranmanesh, M., Nikbin, D., & Selim, N. I. I. (2018). Halal logistics service quality: conceptual model and empirical evidence. *British Food Journal*.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-07-2017-0412/full/html>

Ziyadin, S., Sousa, R. D., Malayev, K., Yergobek, D., & Nurlanova, A. (2020). The influence of logistics innovations on management of freight-transportation processes.
<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/71323/1/Ziyadin%20%20Sousa%20et%20al%20PJMS%202020%20Logistics%20Innovations.pdf>

Zhou, C., Li, H., Liu, W., Stephen, A., Lee, L. H., & Chew, E. P. (2018, December). Challenges and opportunities in integration of simulation and optimization in maritime logistics. In *2018 Winter Simulation Conference (WSC)* (pp. 2897-2908). IEEE. [10.1109 / WSC.2018.8632202](https://doi.org/10.1109/WSC.2018.8632202)

Anexo 1: Matriz de categorización apriorística

Ámbito temático	Problema general	Objetivo general	Categoría	Subcategoría	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
Cadena logística	¿Cuáles fueron las estrategias de logística integral y la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021?	investigar la las estrategias de logística integral y la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021	Estrategia de logística integral La estrategia integral se crea con la finalidad que la SCM se flexible, integrado tanto los recursos, información, operarios y departamentos con el propósito de entregar los pedidos a sus clientes. (Martinez y Kadi, 2019, p.82).	Estrategias logísticas de abastecimiento Este proceso realiza gestiones con efectividad a lo largo de todas categorías de gastos y reduciéndolas, dando visibilidad a los precios y las proyecciones. (Hao, 2021, p.331).	Almacenaje La logística de almacenamiento se encarga todo lo referido a los almacenes: guarda, protege y conserva la mercancía durante la estadía que sea necesario, además también trata la gestión, su transporte, manipulación y acondicionamiento de las mismas desde su recepción hasta su despacho. (Calzado,2020, p.6)	Acondicionamiento La funcionalidad de una instalación destinada para la logística indica si y en qué medida el edificio es adecuado para el proceso de almacenamiento, picking y clasificaciones, pues estos almacenes cumplen diferentes funciones como la de albergar existencias en estanterías y los pedidos de los clientes se reúnen antes de la entrega; otra función como cross-docking, donde las mercancías se mueven directamente de la zona de recepción de un almacén a la zona de expedición. (Baglio, M., Perotti, S., Dallari, F., & Garagiola, E. R., 2019, p.6)	Control de inventarios El control de inventarios es la actividad que administra las mercancías del almacén, con la finalidad de recolectar información de entra y salida de los productos, minimizando el ahorro de sus costes, (Watson y Roberts, 2020, p.6)	Logística Inversa Son las actividades que abarcan el manejo y la gestión de equipos para que se pueda recuperar los productos, componentes, materiales o incluso sistemas técnicos completos (Chan, Man, Fangy, Campbell, 2020, p.2).
				Estrategias logísticas de distribución La estrategia de distribución se enfoca en la toma de decisiones hechas por las compañías sobre los canales y tipos de distribución que se van a usa para poder captar y llegar al mayor número de clientes. (El, Rong y Shen, 2020, p.11).	Medios de transporte Los medios de transporte aportan significativamente a la circulación de bienes y personas para beneficios de la sociedad dando como resultado un avance al desarrollo e integración social. (Gabdulina, Amanbeyevea, Zeinullina, Tiessovay Azykanova, 2020, p.2)	Canal de distribución Un canal de distribución son los recursos que ayudan al desplazamiento de los productos hasta que llegue al consumidor final y seleccionar la mejor vía que considere la empresa para que llegue a su destino. (Lee, Kh, Cq, Choi, Cl, 2021, p.9)	Despacho, envase y embalaje Es la actividad que realiza y acondiciona el espacio donde será manejada la mercancía, la mayoría de veces son paletas completas o tonelajes listos para cargadas y descargados. (Wang, Zhan y Wang, 2020, p.6)	Modelo de distribución Son modelos y herramientas para optimizar la distribución de mercancías para la gestión de flotas de vehículos que permiten monitorear en tiempo real, una de ella se llama Vehicle Routing Problem para dar solución a los problemas de ruteo de vehículos. (Liu, Yang, Xia y Lim, 2018, p.2)
				Estrategias de logística de adquisición La función estratégica de las adquisiciones consiste en establecer una base de abastecimiento mundial que sea competitiva e integra efectivamente a los proveedores en los procesos de negocios de las empresas. (Herrera,2017, p.59)	Gestión de compras Tienen como enfoque principal el abastecimiento de los bienes y servicios que la empresa necesita asegurándose de adquirir la cantidad, calidad y precio para un periodo de tiempo determinado siendo herramientas indispensables del departamento de compras. (Di Pasquale, Nenni y Riemma, 2020, p.11)	Selección de proveedores La selección de proveedores debe tener como criterio principal, la capacidad del proveedor para mejorar y trabajar bajo políticas de cofabricación, sin prescindir de las características valoradas tradicionalmente como la calidad, el servicio, el precio y los planes de pago (Hasan, Jiang, Uilah y Noor-E-Alam, 2020, p.2)	Selección de mercados La selección de mercados siempre va a requerir en primer lugar un análisis DAFO que detecte las debilidades, oportunidades, fuerzas y Amenazas del mercado para identificar su análisis interno y externo propio de la empresa. (Kogan, Ross, Wang y Westerfield, 2017, p.10)	Transporte internacional El transporte es la necesidad de trasladar la mercancía entre distintos países de origen y destino siendo sus funciones de naturaleza geográfica, estratégica, políticas, geoestratégicas, actividades económicas y funciones sociales. (Ansari, Besdere, Ouyang y Smilowitz, 2019, p. 359).

Matriz de categorización apriorística

Ámbito temático	Problemas específicos	Objetivos específicos	Categoría	Subcategoría	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
Cadena logística	¿Cuáles fueron las estrategias logísticas de abastecimiento y los indicadores de gestión de calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021?	Estudiar las estrategias logísticas de abastecimiento y los indicadores de gestión de calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021		Indicadores de Gestión El indicador de gestión (KPIs) es un valor medible que reduce la eficacia con la que la empresa va logrando los objetivos empresariales propuestos por este. (Haber y Schryver, 2019, p.17)	Eficacia y Eficiencia Mide el logro de los resultados planteados que están ejecutándose por la compañía, dándole enfoque a la parte operacional en los procesos de compra de los clientes (lo que compra el cliente y lo que espera recibir). (García, Caballo, Barragan, Mercado, Olarte y Meza, 2019, p.72).	Indicadores estratégicos Estos indicadores miden la evolución del contexto respecto a las metas establecidas, facilitan información de la situación revisando si están correctos, un ejemplo de Kpi sería la cuota de mercado ya que ahí está el crecimiento que está posicionado como objetivo (Dolonce, Norris, 1994, p.64).	Indicadores cualitativos y cuantitativos Son diseñados para medir opiniones y circunstancias que estén asociadas a la calidad de un proceso, producto o servicio, destacando para medir también su productividad en el trabajo. (Ding y Zhan, 2021, p.16)	Indicadores de gestión logística Son medidas de rendimiento que se puede cuantificar y siempre se relacionan con la actividad logística evaluando el rendimiento que se obtiene en cada uno de los procesos que tiene la empresa. (Barbu y Militaru, 2019, p. 359).
	¿Cuáles fueron estrategias logísticas de distribución y las dimensiones de la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021?	Identificar las estrategias logísticas de distribución y las dimensiones de la calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021	Calidad de servicio Se centra en los resultados de aportación de la industria en la fase de traslado de la mercancía, manteniendo comunicados a sus clientes el manejo de operatividad; dado que es importante proporcionar al consumidor utilidad en términos de tiempo y espacio. (Ashraf, Ilyas, Imtiaz y Ahmad, 2018, p. 468)	Dimensiones de la calidad de servicio Se refieren al conjunto de variables que se relacionan como resultado de la satisfacción de los clientes (Zailani, Jafarzadeh, Iranmanesh, Nikbin y Selim, 2018)	Confiabilidad Es la capacidad de un ítem de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado esta impacta directamente sobre los resultados de la empresa, debiendo aplicarse no sólo a máquinas sino a la totalidad de los procesos de la cadena de valor de la empresa. (Le, Nguyen y Truong, 2020, p.3)	Capacidad de respuesta Es la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. Seguridad: conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. (Kant y Jaiswal, 2017, p.13)	Elementos Tangibles Los elementos tangibles es todo aquello que es material como en las empresas tienen un soporte físico y se concretan en algo material y son identificados rápidamente por parte de las empresas. (Palese y Usai, 2018, p.32)	Garantía Son mecanismos para fijar el cumplimiento de una obligación es decir reducen el riesgo para el prestamista por ejemplo recuperan una cuenta por cobrar mediante la venta de un activo (Zailani, Jafarzadeh, Iranmanesh, Nikbin y Selim, 2018, p.25)
	¿Cuáles fueron las estrategias logísticas de adquisición y las certificaciones de calidad de servicio de empresas importadoras, Lima-2021?	Determinar las estrategias logísticas de adquisición y las certificaciones de calidad de servicio de empresas importadoras, Lima-2021.		Certificaciones de calidad Buscan mayor diferenciación con la de su competencia, asimismo refuerzan la marca corporativa dándole seguridad y confianza para afianzar su expansión como una garantía de calidad (Guo, Bai, Gong, 2019).	Certificación Internacional ISO 9001:2015 Es como una regla estandarizada de control de calidad de las organizaciones, definiendo normas de manera genérica para ser aplicada en todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño, actividad o ubicación geográfica (Redacción, 2020).	Certificación Internacional ISO 9001:2018 En el año 2018 por medio de las auditorias para establecer la conservación de la certificación de calidad, teniendo la implantación del programa SAP y el cambio que implica en logo los procesos de la compañía y la segunda en la preparación de la re-certificación de calidad y la implantación de la nueva norma ISO 9001 en su versión 2018, (Purwanto, Asbari y Santoso, 2020).	Certificación OEA (Operador Económico Autorizado) La aplicación de la certificación en las aduanas brinda una mejor relación entre clientes y operadores económicos autorizados aplicándose en otros mercados destacando la mayor ventaja competitiva (Urquiza, 2021).	Certificación C-TPAT (Asociación Comercial Aduanera contra el terrorismo) Creado para garantizar la seguridad fronteriza, disminuyendo las revisiones por parte de las autoridades aduanales y facilitando la internacionalización de la empresa (Sullivan y Garza, 2021).

ANEXO 2: Instrumento de validación por juicio de expertos

ENTREVISTA: Para el personal del área de logística y de calidad de una empresa importadora, Lima-Perú.

NOMBRE DEL JUEZ	
PROFESIÓN	
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	
CARGO	
TITULO DE TESIS:	
ESTRATEGIAS DE LOGÍSTICA INTEGRAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO LOGISTICO DE EMPRESAS IMPORTADORAS, LIMA - 2021	
DATOS DE LAS TESIS	
AUTORAS	Rengifo Yugra, Jenifer Silva Cullampe, Regina Alicia
PROGRAMA	Negocios Internacionales
INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de entrevista estructurada
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	<u>GENERAL</u> Describir las estrategias de logística integral y calidad de servicio logístico de empresas importadoras, Lima-2021.
DETALLE DE LAS PREGUNTAS DEL INSTRUMENTO	<u>El instrumento consta de 2 categorías, 6 subcategorías y 23 criterios, teniendo en cuenta la revisión del marco teórico y tiene por objetivo ser complementada con la validación de profesionales expertos, para su posterior aplicación.</u>
Estrategias de logística integral	
1. ¿La empresa cuenta con un modelo o sistema de gestión para controlar toda su cadena de suministro?	
Logística abastecimiento	
2. Durante y pos pandemia ¿Qué estrategias se han empleado en la gestión de abastecimiento?	
3. De acuerdo al control de inventarios ¿Cómo gestiona la salida y entrada de sus productos?	
4. ¿Utilizan algún método y/o herramienta para controlar los envíos de pedidos de mercadería?	
5. ¿Sus almacenes tienen el espacio suficiente para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?	
6. ¿Sus almacenes tienen las condiciones suficientes para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?	

7. De acuerdo a la logística inversa, ¿Cuál es el proceso de la empresa en caso de escenarios de retorno de productos?	
Logística de distribución	
8. Para la gestión de transporte interno ¿Qué medios de transporte utilizan para el envío de productos? Detallar	
9. ¿Qué sistema de localización o seguimiento emplea la empresa para monitorear el traslado de la mercadería?	
10. ¿Cuáles son los canales de distribución que la empresa opera?	
11. ¿Qué estrategias emplea para la distribución de los productos?	
Logística de adquisición	
12. ¿Qué criterios han implementado para la selección de sus proveedores?	
13. ¿Sus proveedores garantizan el óptimo abastecimiento de los requerimientos de sus clientes?	
14. ¿Qué estrategias emplean para la selección de sus productos a importar? Detalle.	
15. ¿Qué estrategias emplean para la selección del mercado o plaza a ingresar?	
16. De acuerdo a la gestión de importación ¿Qué tipo de transporte internacional es el más empleado por su empresa? Explique.	
Calidad de servicios	
17. Tomando en cuenta su experiencia laboral ¿Qué significa para usted calidad del servicio?	
18. De acuerdo a sus productos de marcas propias ¿Qué impacto tiene la calidad de servicios en la intención de compra del consumidor?	
19. Referente a sus marcas propias y marcas representativas ¿Cómo mediría usted la percepción y también las expectativas de los clientes?	
Indicadores de calidad	
20. ¿La empresa emplea algún modelo o sistema para medir el rendimiento de la calidad de sus servicios? Detalle.	
21. En cuanto a las marcas propias que tiene la empresa ¿utiliza alguna plataforma para medir la satisfacción de sus clientes?	
22. ¿Utiliza algún otro modelo? ¿Para qué área?	

Dimensiones de la calidad de servicio	
23. ¿La calidad de sus servicios logísticos tiene un efecto significativo de confiabilidad en los clientes?	
24. ¿La empresa brinda el servicio tal y como se le explica al cliente (tiempo y seguimiento de mercancía)?	
25. ¿El personal cuenta con el conocimiento necesario para contestar a las preguntas de los clientes y/o dar soluciones en situaciones difíciles?	
26. De acuerdo a los elementos tangibles ¿La empresa cuenta con almacenes propios y flota para la gestión de la mercancía, o subcontrata alguno de estos servicios?	
27. En cuanto al acondicionamiento ¿Piensa usted que las instalaciones de los centros de almacenaje influyen en la calidad del servicio? ¿Por qué?	
Certificaciones	
28. En cuanto a las certificaciones ¿Su empresa cuenta con algún certificado de gestión de calidad de sus servicios?	
29. En cuanto a las certificaciones ¿Su empresa cuenta con alguna certificación o piensa instaurarla en un corto plazo? ¿En qué área?	
COMENTARIO GENERAL	
OBSERVACIONES	

ANEXO 3: Documentos de validación firmados por los expertos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la Escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en el Campus Este-SJL, requerimos validar el contenido de los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar y obtener información fiable en nuestro informe de investigación.

El título del Informe de investigación es: **“Estrategias de logística integral y calidad de servicio logístico de una empresa importadora, Lima-2021”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especialistas para poder aplicar el instrumento en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de comercio internacional y negocios internacionales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Matriz de categorización apriorística.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Firma
Jenifer Rengifo Yugra
DNI 45855968



Firma
Regina Alicia Silva Cullampe
DNI 70862981

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Navarro Soto Fabiola Cruz
 I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Investigadora - UCV
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Guía de entrevista
 I.5. Autor del instrumento: Rengifo Yugra Jenifer y Silva Cullampe Regina Alicia

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?


.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80

Lima, 25 de Octubre del 2021



.....
 Fabiola Cruz Navarro Soto
 DNI: 21010733
 Teléfono: 998595925



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Alberto Samuel Monzón Troncoso
- I.2. Especialidad del Validador: Doctor en Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Investigadora - UCV
- I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Guía de entrevista
- I.5. Autor del instrumento: Rengifo Yugra Jenifer y Silva Cullampe Regina Alicia

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Lima, 25 de Octubre del 2021


 Alberto Samuel Monzón Troncoso
 DNI:
 Teléfono:

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: José Alberto Chombo Jaco
- I.2. Especialidad del Validador: Doctor de Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Guía de entrevista estructurada
- I.5. Autor del Instrumento: Rengifo Yugra Jenifer y Silva Cullampe Regina Alicia

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lima, 14 de Octubre del 2021



Mg. José Alberto Chombo Jaco
 DNI: 09652149
 Teléfono: 974158898

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICION

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Leonardo Castilla Jibaja
 I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales
 I.3. Cargo e institución donde labora: Profesor
 I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Guía de entrevista
 I.5. Autor del instrumento: Rengifo Yugra Jenifer y Silva Cullampe Regina Alicia

II. ASPECTOS DE VALIDACION E INFORME:

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

III. OPINION DE APLICACION:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

80

Lima, 03 de Noviembre del 2021



Mg. Leonardo Castilla Jibaja
 DNI: 61385862
 Teléfono: 991885657



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Informante: Mg. Rocío Karim Collao Díaz
- I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Investigadora - UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Guía de entrevista
- I.5. Autor del Instrumento: Rengifo Yugra Jeniffer y Silva Gullampe Regina Alicia

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

96%

Lima, 25 de Octubre del 2021

.....
 Mg. Rocío Karim Collao Díaz
 DNI: 09633975
 Teléfono: 987555759

ANEXO 4: Entrevistas realizadas a los participantes

ENTREVISTA AL SUJETO 1 DE LA EMPRESA A

Nombre del entrevistado: Jeyson Pablo Aylas Bendezu

Profesión: Ingeniero industrial

Experiencia en años: 4 años

Cargo que ocupa: Jefe en el área de abastecimiento y logística

Rubro comercial de la empresa: Empresa de distribución, comercialización e importación.

Entrevistador: ¿La empresa cuenta con un modelo o sistema de gestión para controlar toda su cadena de suministro?

Entrevistado: Sí, contamos con varios modelos. El Sistema de Gestión Empresarial - SAP controla todos los pedidos, las órdenes de compra, los inventarios y los temas financieros, también contamos con un sistema llamado Microsoft Strategic; almacena toda la data de ventas e inventarios referente a los precios, es decir que por medio de este sistema tenemos toda la data.

Entrevistador: Durante y post pandemia ¿Que estrategias se han empleado en la gestión de abastecimiento?

Entrevistado: De las estrategias que se han venido implementando, gracias a Dios hemos podido mantenernos durante la pandemia y no hubo despidos. Sin embargo, algunas áreas fueron reubicadas, puesto que en el año 2017 cambiamos la estrategia de planificación e hicimos un forecasting (método de previsión de resultados). Nos dimos cuenta que nuestra oportunidad de mejora estaba en la calidad de información, en la data que teníamos no era una data confiable, decidimos mejorarlas y obtuvimos un mejor cálculo de la producción e incrementando las ventas en el año 2018 y 2019. Por otro lado, analizando estas proyecciones por marca, por código y por conjunto de venta notamos que en ciertas categorías teníamos proyecciones de ventas elevadas y como en nuestros almacenes también teníamos un almacén relativamente nuevo (en la zona de Los Olivos) vimos la necesidad de cargar un poco más nuestros Stock de unidades de inventario.

Entrevistador: De acuerdo al control de inventarios ¿Cómo se gestiona la salida y entrada de sus productos?

Entrevistado: Por medio del WMS Logistics (sistema de gestión de almacenes).

Entrevistador: ¿Utilizan algún método y/o herramienta para controlar los envíos de pedidos de mercadería?

Entrevistado: Cabe añadir que, se lleva trabajando con este sistema desde el año 2004 teniendo una base de datos ya especificada para identificar el volumen de históricos de ventas. Mediante este sistema construimos las proyecciones de demanda, los casting de planificación y la demanda del estudio de los precios siendo así que el estudio de los márgenes otorga esa información que se ofrece dentro del sistema. Contamos con otro sistema que facilita ver el flujo de las ventas y su estado conectándose a través de un aplicativo móvil, donde el grupo de mercaderistas prepara una encuesta y se hace un levantamiento de precio y levantamiento de mercadería para verificar si está próximo a coeducación. Asimismo, en el levantamiento de mercadería vencida estamos al pendiente de nuestros lotes, pues al detectar un producto con próxima fecha de vencimiento son retirados de los anaqueles para no perjudicar el prestigio de la marca.

Entrevistador: ¿Sus almacenes tienen el espacio suficiente para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?

Entrevistado: El sistema para el almacenamiento se llama el sistema WMS es un sistema para la gestión de inventarios para todo el tema de almacenamiento, este sistema nos permite ubicar rápidamente los productos (rack y espacio). Tenemos sistemas robotizados que permiten hacer un eficaz picking de mercadería, hay sistemas robotizados también para el movimiento de las paletas ayudando a tener un mejor control de inventarios. En resumen este sistema nos ayuda a tener una mejor ubicación por producto, por fecha y lote para mejorar el inventario, haciendo que el picking sea mucho más rápido; ya que antes de esto se realizaba manualmente atrasando el tiempo de entrega y eficacia.

Entrevistador: ¿Sus almacenes tienen las condiciones suficientes para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?

Entrevistado: Hace 4 años se implementó un nuevo centro de distribución que cuenta con 2000 mil posiciones sobre espacios. En Lima, contamos con tres centros de distribución en total, uno en el distrito de los Olivos y dos en Av. Ayllón, divididos por categorías. El volumen fuerte de los productos que más se venden están en el centro de distribución de los Olivos, donde se tienen inventarios de todas las categorías de las marcas representadas y marcas propias como (Pringles, mentos, kellos, florida, compass, Aconcagua), mientras en Ayllón 1 están la categoría de golosinas, vinos y cervezas, y en Ayllón 2 los productos de primera necesidad como arroz, atún y aceite, finalmente este centro de distribución está enfocado para la distribución rápida y de pedidos directos de ecommerce. Por otro lado, tenemos otros centros de distribución ubicados en la provincia de Cusco, Arequipa y Trujillo.

Entrevistador: De acuerdo a la logística inversa, ¿Cuál es el proceso de la empresa en caso de escenarios de retorno de productos?

Entrevistado: No contestó.

Entrevistador: Para la gestión de transporte interno ¿Qué medios de transporte utilizan para el envío de productos? Detallar.

Entrevistado: Se tiene transporte pequeño de 12 y 10 toneladas y camiones de 20 y 24 toneladas para el canal moderno como supermercados e hipermercados; ya que compran en gran volumen como por ejemplo por órdenes de 60 palets y cada camión carga aproximadamente 24 a 30 palets, regularmente los camiones en paletizado son de 24 pallets y cuando son despachos para provincia son de 12 a 24 pallets tienen un transporte interno de la empresa contando con camiones propios. Asimismo, tercerizamos transporte de cinco compañías para el canal moderno o para el canal tradicional (mercadería a granel), la mercadería que se lleva en móviles chicos para tiendas pequeñas, mercados o mayorista siendo su tipo de distribución diferente al canal moderno porque en este caso se envía la mercadería paletizado, rotulada, filiada con un código de barra EPN (para identificar qué contiene ese pallet) brindándonos el servicio de transporte como hipermercados y supermercados; ya que cada cliente tiene diferente sistema de ingreso, ya que no se puede mezclar en ruta para dos cadenas ya que hay un horario de ingreso y de salida.

Entrevistador: ¿Qué sistema de localización o seguimiento emplea la empresa para monitorear el traslado de la mercadería?

Entrevistado: Se tiene un sistema de localización para saber la ubicación de los camiones como el WMS (Warehouse Management System), se está pensando implementar el TMS (Sistema de Gestión de Transporte) que sería para el transporte como geolocalizador, permitiendo saber la mejor ruta de ahorro; ya que brindaría información sobre el ahorro de combustible, personal, estiba y otros. Logrando una mejor visualización en términos de tiempo y rapidez.

Entrevistador: Pregunta 10. ¿Cuáles son los canales de distribución que la empresa utiliza?

Entrevistado: Nosotros usamos dos canales de distribución como son el canal moderno y canal tradicional.

Entrevistador: ¿Qué estrategias emplea para la distribución de los productos?

Entrevistado: (Lo detalló en otra pregunta)

Entrevistador: ¿Qué criterios han implementado para la selección de sus proveedores?

Entrevistado: Al momento de seleccionar nuestros proveedores se prioriza mucho el nivel de servicio (calidad o nivel de porcentaje de entrega), por otro lado se evalúan constantemente aquellos procesos en donde la cadena de suministro pueda generar un cuello de botella siendo factores como políticos y la pandemia, viendo el tema como esa empresa va innovando ante las circunstancias que se presenten y cuenten con un stock de seguridad, el tema de la calidad de sus productos cumplan con todos los requisitos de salubridad.

Entrevistador: ¿Sus proveedores garantizan el óptimo abastecimiento de los requerimientos de sus clientes?

Entrevistado: Si; ya que cuentan con proveedores que abastecen el stock de productos.

Entrevistador: De acuerdo a la gestión de importación ¿Qué tipo de transporte internacional es el más empleado por su empresa?

Entrevistado: Bueno, el área de marketing realiza el estudio de mercado trabajando conjuntamente con las marcas ya posicionadas o marcas nuevas, verifican la tendencia del producto según su categoría para tomar información o alguna referencia que se necesite, también, se evalúan los precios, el comportamiento en el mercado hacia el sector que tenga más demanda, y se calcula en base a los ingresos que se reflejan en el instituto de informática sobre el porcentaje e indicadores de la empresa.

Entrevistador: Tomando en cuenta su experiencia laboral ¿Cómo asegura la calidad del servicio?

Entrevistado: Primero, se evalúa el producto y transacciones por medio de nuestros clientes y en base a eso se introduce para que sectores y que categoría se distribuye dicho producto, si en premium, medio o económico.

Entrevistador: Referente a sus marcas propias y marcas representativas ¿Cómo mediría usted la percepción y también las expectativas de los clientes?

Entrevistado: Se aplica la metodología 5S, la experiencia aporta a tener más relevancia al momento de introducir un producto dependiendo de su categoría.

Entrevistador: En cuanto a las marcas propias que tiene la empresa ¿utiliza alguna plataforma para medir la satisfacción de sus clientes?

Entrevistado: No se enfocan mucho en medir la satisfacción de los clientes pero si cuenta con plataformas digitales para la venta y distribución por medio del Power BI (Inteligencia comercial) para tener el control de las ventas, inventarios, pedidos y los despachos, en esta plataforma se interactúa con Google Analytic (herramienta de medición) que brinda los ratios de entregas, el tiempo de demora de la entrega de cada despacho.

Entrevistador: En cuanto a las certificaciones ¿Su empresa cuenta con algún certificado de gestión de calidad de sus servicios?

Entrevistado: Contamos con la certificación ISO Ambiental, ISO 9001, certificación de DIGESA y certificación SANIPES.

Entrevistador: En cuanto a las certificaciones ¿Su empresa cuenta con alguna certificación o piensa instaurarla en un corto plazo? ¿En qué área?

Entrevistado: La certificación Lean Six Sigma Logistics, esta va ayudar a posicionar en el mercado como una empresa que garantiza todos los procesos correctos de almacenamiento y distribución, dando ahorro en costos, a largo plazo se espera contar con este certificado calculando 2 años como mínimo.

ENTREVISTA AL SUJETO 2 DE LA EMPRESA A

Nombres de la entrevistada: Eric Bala Barca

Profesión: Ingeniera industrial

Experiencia en años: 5 años

Cargo: Jefe de Almacén

Entrevistador: ¿La empresa cuenta con un modelo o sistema de gestión para controlar toda su cadena de suministro?

Entrevistado: Si.

Entrevistador: Durante y post pandemia ¿Qué estrategias se han empleado en la gestión de abastecimiento?

Entrevistado: Para la gestión de pedidos, la empresa optó por aumentar el recojo de productos desde los locales de los clientes.

Entrevistador: De acuerdo al control de inventarios ¿Cómo gestiona la salida y entrada de sus productos?

Entrevistado: Contamos con el sistema llamado Microsoft Strategic el cual almacena toda la data de ventas e inventarios referente a los precios, es decir que por medio de este sistema tenemos toda la historia.

Entrevistador: ¿Sus almacenes tienen el espacio suficiente para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?

Entrevistado: Si, pues solo son almacenes de tránsito, llegan los productos, se consolidan los camiones y se despacha.

Entrevistador: ¿Cuál es el proceso de la empresa en caso de escenarios de retorno de productos?

Entrevistado: Recepción, selección, revisión, almacenaje.

Entrevistador: Para la gestión de transporte interno ¿Qué medios de transporte utilizan para el envío de productos? Detallar

Entrevistado: Alquilamos camiones acondicionados para alimentos perecibles.

Entrevistador: ¿Qué estrategias emplea para la distribución de los productos?

Entrevistado: Genera consolidación de camiones según su capacidad, rutas sucesivas y ventanas horarias de los clientes.

Entrevistador: ¿Sus proveedores garantizan el óptimo abastecimiento de los requerimientos de sus clientes?

Entrevistado: Si, hasta la fecha si se cumplen.

Entrevistador: Tomando en cuenta su experiencia laboral ¿Qué significa para usted calidad del servicio?

Entrevistado: Entiendo a la calidad del servicio como el grado en el que un servicio satisface las necesidades del cliente.

Entrevistador: ¿La empresa emplea algún modelo o sistema para medir el rendimiento de la calidad de sus servicios? Detalle.

Entrevistado: Si, se cuenta con un área de atención al cliente, donde se hace seguimiento a pedidos completos o no conformes.

Entrevistador: ¿La calidad de sus servicios logísticos tiene un efecto significativo de confiabilidad en los clientes?

Entrevistado: Pues si, la imagen y la confiabilidad que tienen nuestros clientes sobre nosotros.

Entrevistador: ¿El personal cuenta con el conocimiento necesario para contestar a las preguntas de los clientes y/o dar soluciones en situaciones difíciles?

Entrevistado: Si, el personal en la empresa que atiende las llamadas o preguntas de los clientes cuenta con el conocimiento necesario.

Entrevistador: ¿Cuántas veces al año recibe capacitaciones o talleres?

Entrevistado: Los ingresantes reciben inducción, al resto de personal es entre una a dos veces al año.

Entrevistador: ¿Piensa usted que las instalaciones de los centros de almacenaje influyen en la calidad del servicio? ¿Por qué?

Entrevistado: Si, se requiere el acondicionamiento de las instalaciones son importantes, pues se cuenta con los recursos para realizarlo.

Entrevistador: En cuanto a las certificaciones ¿Su empresa cuenta con algún certificado de gestión de calidad de sus servicios?

Entrevistado: Tenemos varias certificaciones pero si cuenta con la ISO 9001.

ENTREVISTA AL SUJETO 3 DE LA EMPRESA B

Nombre de la entrevistada: Elizabeth Margarita Tolentino De la Cruz

Profesión: Abogada

Experiencia en años: 11 años

Cargo que ocupa: Gerente general

Rubro comercial de la empresa: Textil (confecciones de prendas de vestir)

Entrevistador: Durante y post pandemia ¿Que estrategias se han empleado en la gestión de abastecimiento?

Entrevistado: En este caso como la pandemia se originó de un momento para otro, si bien es cierto la pandemia se originó en el continente asiático, el cual nosotros lo veíamos demasíadamente lejos, estando con las noticias que se escuchaba todos los días, la verdad que nosotros aquí en Perú realmente nuestro sistema de salud estamos bien cortos en el ámbito en atención de los pacientes, entonces cuando llegó el virus a Perú, nos ha chocado económicamente, salud en varios factores. Nosotros hacemos la importación de los insumos y nos abastecemos casi para 20 mil prendas anuales, pero ya viendo este caso que ocurrió en marzo del año 2020, nos quedamos con bastantes insumos aparte de la materia prima que viene a ser las telas con bastante stock, el cual el movimiento ha sido totalmente lento, si bien es cierto se ha vuelto a reactivar la economía pero para el sector de prendas de vestir las cosas van lentamente, no se han podido activar del todo, a parte que venimos pasando toda la coyuntura política que no hay inversión no hay movimiento en el mercado económico, de cierta manera si bien es cierto para el sector privado que somos muchos estamos bien afectados debido a que el sector público se viene abasteciendo por el estado, ya que les está apoyando, pero en el caso de nosotros que somos independientes tenemos luchar día con día el cual también nos está jugando bastante. Hemos iniciado haciendo cosas que antes no hacíamos como ir a atender al cliente personalmente, como medida preventiva en su atención personalizada, en la parte corporativa, la confección se ha dado por tallas ya que no es igual hacer una confección por talla que a medida.

También logramos reinventarnos fabricando productos que apoyen el protocolo de salud (mamelucos, mascarillas, entre otros) para seguir adelante.

Entrevistador: De acuerdo con lo que dice usted, se ha priorizado el tema de la salud, por ende muchas empresas han tenido que mantenerse cerradas o disminuir sus colaboradores. Por otro lado, nos ha tocado hacer reducción de personal, debido a todo a la pandemia ya que el apoyo por parte del estado no ha sido al cien por ciento, si bien es cierto el sector público ha hecho su apoyo a ciertas empresas, pero a no entiendo porque no habido un apoyo limitado, sido así, si bien es cierto las medianas las pymes son las que reactivan la economía aquí en el Perú.

Entrevistador: De acuerdo al control de inventarios ¿Cómo se gestiona la salida y entrada de sus productos?

Entrevistado: mira nosotros manejamos un sistema que se llama el sistema de SIMCO (sistema para control de gestión), es un sistema que nosotros lo adquirimos hace ya más de 15 años, es ese sistema nos permite hacer las facturas, las guías, el control de inventario hasta hacer medidas. Se trabajó para que este producto tenga todo. Registrar todo el insumo, a excepción de los botones que lo controlamos en cantidad de bolsas pero no por unidad. Todo lo que se pueda controlar el metraje.

Entrevistador: ¿Utilizan algún método y/o herramienta para controlar los envíos de pedidos de mercadería?

Entrevistado: Bien, los pedidos se controlan a través de las guías, previo a esto para nosotros fabricar algo, nos basamos en una orden de pedido.

Entrevistador: ¿Sus almacenes tienen el espacio suficiente para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?

Entrevistado: Se tiene un almacén con el espacio suficiente.

Entrevistador: ¿Sus almacenes tienen las condiciones suficientes para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?

Entrevistado: El almacén cuenta con tres pisos. En el primer piso planta de producción, en el segundo piso la planta de control de calidad, y en el tercer piso

la parte logística donde se registran las prendas terminadas en la parte documentaria.

Entrevistador: De acuerdo a la logística inversa, ¿Cuál es el proceso de la empresa en caso de escenarios de retorno de productos?

Entrevistado: En el mercado se manejan los colores más comerciales, la prenda es confeccionada a medida. Las ocasiones en que una prenda se pueda quedar serian porque el cliente no vino a recoger, ya que existen prendas que no se confeccionaron por la pandemia. Asimismo, las prendas pueden ser rediseñadas. Por otro lado, donamos prendas que fueron hechas a medida. En el caso de los cortes, los residuos de las telas los reciclamos, pues hay personas que vienen para poder darles los residuos de las telas, los conos de los hilos.

Entrevistador: Para la gestión de transporte interno ¿Qué medios de transporte utilizan para el envío de productos? Detallar transportar

Entrevistado: En el caso de la atención personalizada y corporativa tenemos nuestra propia movilidad.

Entrevistador: ¿Qué sistema de localización o seguimiento emplea la empresa para monitorear el traslado de la mercadería?

Entrevistado: los clientes son muy cuidadosos con las direcciones de sus domicilios por la inseguridad que existe. La movilidad cuenta con un seguro que se activa en caso de robos. Si tiene.

Entrevistador: ¿Cuáles son los canales de distribución que la empresa utiliza?

Entrevistado: Tenemos el canal corporativo

Entrevistador: ¿Qué estrategias emplea para la distribución de los productos?

Entrevistado: Nuestros clientes adquieren entre 30 a 100 prendas en el caso de los corporativos, una vez que ingresan a los almacenes de los clientes, quien reciba la prenda firma y sella la guía, a veces le revisan prenda por prenda para la conformidad. La empresa cubre el traslado con el seguro hasta los almacenes.

Entrevistador: ¿Qué criterios han implementado para la selección de sus proveedores?

Entrevistado: En este caso, tenemos proveedores del país Italia. Asistimos a ferias de moda donde encuentras una variedad de fábricas que trabajan con telas, entonces, tienes que fijarte el precio de exportación más el flete. Conocer que fabricas te va a proporcionar ciertas cosas y cuánto será el metraje que te va a permitir traer. Los proveedores nos visitan en nuestras tiendas, se les pide el Tdr (términos de referencia) de la tela que son las características antes de traer un contenedor, asimismo, se puede traer carga suelta ya sea un corte de tres metros para un traje.

Entrevistador: ¿Sus proveedores garantizan el óptimo abastecimiento de los requerimientos de sus clientes?

Entrevistado: Si.

Entrevistador: ¿Qué estrategias emplean para la selección de sus productos a importar?

Entrevistado: En el caso de los insumos, se puede encontrar desde el menor al mayor precio en el mercado peruano. Tenemos un concepto muy errado de China, debemos sacarnos la idea de que es barato y de mala calidad, por otro lado, en el caso de los insumos nosotros pedimos que traigan la muestras para hacer las pruebas de testeo. Las fábricas pueden decirte muchas cosas pero la realidad es otra, prefiero adquirir un insumo que me ayude a calificar con los clientes, tener una estrategia de color, calidad, durabilidad, pero mayormente la calidad es prioritario.

Entrevistador: ¿Qué estrategias emplean para la selección del mercado o plaza a ingresar?

Entrevistado: Con la tecnología manejamos las redes sociales, casualmente con la pandemia, con respecto a los pagos se han implementado aplicativos electrónicos, tuvimos que darle más fuerza al marketing. También nos registramos en la página de la OCE para ver qué concurso público se están presentando para prepararnos con las muestras y el informe económico.

Entrevistador: De acuerdo a la gestión de importación ¿Qué tipo de transporte internacional es el más empleado por su empresa?

Entrevistado: Mira la verdad que usamos ambos, para carga suelta de mil metros de telas o de insumos prefiero traerlo marítimo, pero para carga suelta usamos el transporte aéreo, ya que lo tengo que traer máximo en 5 días.

Entrevistador: De acuerdo a sus productos de marcas propias ¿Qué impacto tiene la calidad de servicios en la intención de compra del consumidor?

Entrevistado: El cliente se siente cómodo, satisfecho con la prenda que está adquiriendo.

Entrevistador: Referente a sus marcas propias y marcas representativas ¿Cómo mediría usted la percepción y también las expectativas de los clientes?

Entrevistado: Darle confianza, comodidad, resolvemos sus dudas, le asesoramos. Una prenda requiere de muchas cosas, entonces le damos detalles de la prenda, preguntamos su condición de compra, presupuesto, consideramos si tiene alergias para explicarle las telas.

Entrevistador: ¿Cómo ustedes controlan la calidad del producto?

Entrevistado: La prenda pasa por un control de calidad, si la prenda no cumple con las especificaciones no sale como producto terminado (acabado y uniformidad).

Entrevistador: ¿La empresa emplea algún modelo o sistema para medir el rendimiento de la calidad de sus servicios? Detalle.

Entrevistado: Usamos el mismo sistema SIMCO para el registro de sus productos.

Entrevistador: En cuanto a las marcas propias que tiene la empresa ¿utiliza alguna plataforma para medir la satisfacción de sus clientes?

Entrevistado: Estábamos pensando en realizar a base de encuesta, en el 2018 lo intentamos pero dejamos de continuarlo, puede ser forma y virtual.

Entrevistador: ¿Utiliza algún otro modelo? ¿Para qué área?

Entrevistado: No

Entrevistador: ¿La calidad de sus servicios logísticos tiene un efecto significativo de confiabilidad en los clientes?

Entrevistado: Sí porque alcanzamos la recomendación del cliente, formamos a ser su sastre de confianza.

Entrevistador: ¿La empresa brinda el servicio tal y como se le explica al cliente (tiempo y seguimiento de mercancía)?

Entrevistado: Si.

Entrevistador: ¿El personal cuenta con el conocimiento necesario para contestar a las preguntas de los clientes y/o dar soluciones en situaciones difíciles?

Entrevistado: Si.

Entrevistador: De acuerdo a los elementos tangibles ¿La empresa cuenta con almacenes propios y flota para la gestión de la mercancía, o subcontrata alguno de estos servicios?

Entrevistado: si contamos con un almacén y movilidad propia, contamos con tres tiendas.

Entrevistador: En cuanto a las certificaciones ¿Su empresa cuenta con algún certificado de gestión de calidad de sus servicios?

Entrevistado: Certificado de homologación.

Entrevistador: En cuanto a las certificaciones ¿Su empresa cuenta con alguna certificación o piensa instaurarla en un corto plazo? ¿En qué área?

Entrevistado: Estamos pensando más adelante solicitar la ISO 9001.

ENTREVISTA AL SUJETO 4 DE LA EMPRESA C

Nombres de la entrevistada: Fiorella Akemi Caballero Sotomayor

Profesión: Ingeniera industrial con maestría en la gestión de abastecimiento y operaciones

Experiencia en años: 10 años

Cargo: Jefa del área de gestión logística

Entrevistador: ¿La empresa cuenta con un modelo o sistema de gestión para controlar toda su cadena de suministro?

Entrevistado: Si, nosotros contamos con el ISO 9001, lo que vendría a ser el área de logística también ha sido certificada con el ISO y actualmente tenemos este ISO con el cual laboramos. Te puedo comentar que principalmente para el funcionamiento del área lo basamos bastante con los KPIS, indicadores de gestión, por ejemplo en lo que vendría hacer el área de compras con los KPIS de tiempo de atención de suministro, el KPI de precio con lo que estamos comprando en relación de presupuesto, también indicadores de la calidad de suministro, cuando nosotros enviamos algo lo contrarrestamos con lo que se ha recibido en obra para poder ver si efectivamente el suministro es conforme a lo que solicitó nuestro cliente interno en las obras. Esto es un poco de lo que te puedo comentar del área logística. También en lo que vendría hacer transportes y almacenes se manejan diferentes indicadores de gestión, por ejemplo el KPI de inventario por ejemplo.

Entrevistador: Durante y post pandemia ¿Qué estrategias se han empleado en la gestión de abastecimiento?

Entrevistado: Bueno, cuando empezó la pandemia nosotros hemos trabajado con office, obviamente ha habido un cambio en los procesos de la gestión logística debido a que ya no se maneja los documentos física; tanto de los documentos de sede lima y también los documentos del proyecto; hemos aprendido bastante a poder, se puede decir el término correcto poder manejar todo digitalmente, hemos corrido con ello, incluso en pos pandemia ahora nos encontramos aun trabajando de manera remota porque nos hemos dado cuenta que a medida en lo que es en relación a la urbanización, es mucho más rentable,

es mucho más favorable poder trabajar desde casa, debido a que los costos fijos han sido reducido los que vendrían hacer pagos de alquiler de local y pagos de suministro, bueno de servicios básicos (luz, agua) esos ya no se hacen y esto ha mejorado las utilidades.

Entrevistador: De acuerdo al control de inventarios ¿Cómo gestiona la salida y entrada de sus productos?

Entrevistado: Nosotros no fabricamos productos, como nos dedicamos a lo que vendría a ser de hacer los servicios de electrificación rural, nosotros compramos suministros ya fabricados, esos ingresos y salidas lo manejamos, bueno tenemos un almacén en Lima que es un almacén de tránsito y almacenes en obra, allí es donde nosotros hacemos el ingreso de los materiales a través de un sistema que manejamos que es un sistema de Concar, y las salidas también lo registramos en un sistema. Es de esa manera que manejamos nuestros inventarios al día porque el sistema pues siempre se dice que si tu inicias, si tu registras información verídica, información correcta no vas a tener problemas a futuro y siempre tratamos de tener esa política dentro de la urbanización (garbage in y garbage out) entonces eso tratamos de que todo se maneje de esa manera respetando siempre nuestros procedimientos y seguir cumpliendo con los estándares que nos pide el ISO 9001, porque como tú sabes, si en caso nosotros incumplimos con un procedimiento y luego pasamos por auditoría podemos llegar a tener disconformidades y perder el ISO, por eso estamos pendientes de poder cumplir con nuestros procesos.

Entrevistador: ¿Utilizan algún método y/o herramienta para controlar los envíos de pedidos de mercadería?

Entrevistado: Utilizamos el sistema CONCAT.

Entrevistador: ¿Sus almacenes tienen el espacio suficiente para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?

Entrevistado: Te comento que en Lima tenemos un almacén de tránsito. La idea de nosotros, nos hemos dado cuenta que a medida que ha habido covid, y hemos, tú sabes que todas la empresas ha habido reducción de personal, a nivel global en realidad ha sido, entonces nosotros el almacén que nosotros tenemos

actualmente en Lima que es de tránsito, es un almacén mediado en relación al que se tenía antes que era más grande, porque ahora lo que nosotros hacemos a raíz de la pandemia, lo que hacemos es consolidar carga, a que me refiero con esto, digamos no el día viernes vamos a mandar materiales a obra contratamos una unidad para que recoja en diferentes puntos durante el día y eso nos evitamos de mandar los materiales a almacén bajarlos y volver al cargar en un transporte, porque tú sabes que se pueden dañar, y lo enviamos directamente a obra. Cuando nosotros estamos en obra, normalmente trabajamos en provincia, son zonas donde no hay alumbrado eléctrico, entonces te imaginaras que hay bastante espacio, y ahí alquilamos lo que vendría a ser un almacén temporal si porque nosotros mandamos bastante lo que son suministros como: postes, accesorios de concreto, o sea hay diferentes tipos de almacenes para los suministros; lo tenemos a la intemperie manteniendo siempre los cuidados debidos para que el suministro pueda estar en óptimas condiciones para su instalación; entonces eso es la política que estamos manejando en lo que vendría a ser los almacenes de tránsito y de obra

Entrevistador: Entonces me dice ¿Qué tipo de almacenes que ustedes manejan es de tránsito y eventualmente almacenes temporales?

Entrevistado: Almacenes de obra, claro es temporal porque solamente es hasta que acaba la obra, lo alquilamos mensualmente.

Entrevistador: ¿Los almacenes que ustedes manejan son propios o alquilados?

Entrevistado: Alquilamos.

Entrevistador: ¿Cuál es el proceso de la empresa en caso de escenarios de retorno de productos?

Entrevistado: Bueno, logística inversa si se maneja pero lo que pasa es que muchas veces, por ejemplo no, cuando nosotros hacemos una obra en provincia volver a traer los materiales a Lima, muchas veces es más costoso y como son materiales que a veces son especialmente para una obra nosotros vendemos el material en obra, pero hay algunas ocasiones si hacemos logística inversa para suministros de alto valor y lo podemos utilizar en otro proyecto y son comerciales, eso esencialmente se realiza cuando se hace la liquidación del proyecto y ya

sabemos cuáles son los materiales que vamos a devolver y lo que hacemos es verificar que todos esos materiales aún estén conformes, porque como tú sabes hay cosas que se pueden vencer con el tiempo y ya no tendría sentido volverlas a traer a Lima; entonces hacemos primero una inspección, verificamos todo el tema de las fichas del producto si están vencidos o no, y luego ya lo regresamos nuevamente a Lima, contratamos una unidad y lo almacenamos en un almacén temporal pero siempre fijándonos bastante en el tiempo de la caducidad del producto.

Entrevistador: ¿Cuentan con transporte interno, flete propio o subcontratan transporte?

Entrevistada: Subcontratamos el transporte.

Entrevistador: ¿Qué sistema de localización o seguimiento emplea la empresa para monitorear el traslado de la mercadería?

Entrevistado: Bueno, como nosotros subcontratamos normalmente se monitorea a las unidades por GPS.

Entrevistador: ¿Cuáles son los canales de distribución que la empresa utiliza?

Entrevistado: Lo que pasa que nuestros clientes no son personas, son empresas si no una sola empresa, nosotros trabajamos para el estado, es decir nuestro cliente vendría ser Luz del Sur, Enel, Enosa.

Entrevistador: ¿Qué criterios han implementado para la selección de sus proveedores?

Entrevistado: Bueno, como nosotros sabemos el tema de comercio internacional, si bien es cierto hay costos que son mucho más baratos sabemos que en China y en otros países siempre hay un factor de riesgo, entonces es sumamente importante poder seleccionar adecuadamente a la empresa con quien se va a trabajar. Un factor importante y clave que manejamos en la organización es poder revisar en la página de la SUNAT quienes son los clientes, quienes han importado tales materiales y vemos quienes son los proveedores, de alguna manera eso no da a confianza, adicionalmente cuando nosotros recibimos lo que vendría a ser el Brochure de la organización pedimos siempre lo que es la cartera de clientes y llamamos a esa empresa para que nos puedan

efectivamente indicar si han comprado o no, muchas veces también esas empresas envían lo que vendría ser las órdenes de compra que han tenido, las entregas, los despachos que han tenido para certificar si efectivamente cumplen con los tiempos de entrega. Otro factor clave, son los ISOs que puede tener una organización porque eso también genera una confianza de saber que esa empresa es una empresa efectivamente seria, adicionalmente cuando nosotros realizamos un compra efectuamos una mayor cantidad de filtro para que el suministro pueda llegar en el tiempo correcto y no tener mayores eventualidades

Entrevistador: ¿Sus proveedores garantizan el óptimo abastecimiento de los requerimientos de sus clientes?

Entrevistado: Sí, siempre hacemos un filtro, también hacemos evaluación de proveedores, lo que es una evaluación de proveedores internacionales es diferente a lo nacional. Según nuestro procedimiento nosotros hacemos una evaluación, cuando tú inicias se hace al año pero luego tienes reevaluación de proveedores que es cada medio año.

Entrevistador: ¿Qué estrategias emplean para la selección de sus productos o insumos a importar?

Entrevistado: Bueno, nosotros cuando compramos en realidad hacemos lo que podría ser inspecciones de calidad. Siempre cuando compramos algún material pedimos los certificados de la materia prima, porque todo parte desde un inicio no, también realizamos diferentes pruebas para estos materiales, nosotros como compramos materiales eléctricos obviamente estos tienen que cumplir con una norma mínima. Internacionalmente existen muchas normas que nos garantizan que los productos son de calidad aparte pues claro se tienen que hacer pruebas de inspección de los suministros que adquirimos.

Entrevistador: De acuerdo a la gestión de importación ¿Qué tipo de transporte internacional es el más empleado por su empresa?

Entrevistado: El más empleado es el transporte marítimo por el tema del costo, pero también hemos utilizado transporte cuando un suministro ha tenido un tiempo de entrega que definitivamente no era muy prolongado, era urgente ahí usamos el flete aéreo.

Entrevistador: Tomando en cuenta su experiencia laboral ¿Cómo asegura la calidad del servicio?

Entrevistado: La logística tiene un papel clave dentro de las organizaciones si tú quieres planificar y efectuar un trabajo en un determinado tiempo debes contar con todos los materiales para que esto se pueda realizar de una manera óptima, entonces el nivel logístico debe ser un nivel óptimo, deben llegar en el tiempo, debe llegar con la calidad debida, deben llegar exactamente con lo que se pidió, porque si tú no tienes ello cuando vas a realiza algún determinado trabajo, y nadie quiere que la obra pare.

Entrevistador: De acuerdo a sus productos de marcas propias ¿Qué impacto tiene la calidad de servicios en la intención de compra de sus clientes?

Entrevistado: Bueno, te digo que cuando nosotros, con el estado tenemos contrato y tenemos tiempo de entrega para la entrega de proyecto, si no nosotros pasamos un día, pasamos a penalidad; entonces el impacto es sumamente importante, porque el estado es muy pero muy riguroso en el tema de los tiempos de ejecución de obras, es muy difícil ampliar obras, también está bastante riguroso con lo que es inspecciones de la calidad de suministros. Incluso te podría decir que entonces los últimos años ha sido mucho más riguroso que en otros años anteriores, antes era muchos más sencillo, ahora si ellos están siendo muchos más exigentes con todo lo que vendría a ser las normas de calidad.

Entrevistador: ¿La empresa emplea algún modelo o sistema para medir el rendimiento de la calidad de sus servicios? Detalle.

Entrevistado: Todo lo medimos con indicadores de gestión.

Entrevistador: ¿Utiliza algún otro modelo? ¿Para qué área?

Entrevistado: Otro indicador no usamos.

Entrevistador: ¿La calidad de sus servicios logísticos tiene un efecto significativo de confiabilidad en los clientes?

Entrevistado: Claro, obviamente a final del años nosotros enviamos los estados financieros, esos son auditados, obviamente que se tienen que entregar todo el tema de la información de inventarios y debe estar al día, es un información real

teniendo en cuenta que eso es auditable y eso es una información sumamente importante para las organizaciones ya que es con ello que tú puedes tramitar nuevas líneas de crédito, en realidad asegura el funcionamiento de una empresa durante el año siguiente cuando se tiene todo de una manera correcta.

Entrevistador: ¿La empresa brinda el servicio tal y como se le explica al cliente (tiempo y seguimiento de mercancía)?

Entrevistado: Nosotros como contamos con procesos y procedimientos, siempre que entra un personal nuevo se la da una inducción, adicionalmente en la estructura de la organización hay decisiones que se toman según la jerarquía, si bien todos están capacitados para resolver conflictos hay cosas que sí deben contar con la aprobación, dependiendo del impacto que se pueda tener, deben tener la aprobación de una jefatura o una gerencia.

Entrevistador: De acuerdo a los elementos tangibles ¿La empresa cuenta con almacenes propios y flota para la gestión de la mercancía, o subcontrata alguno de estos servicios?

Entrevistado: Un almacén propio y subcontratamos unidades de transporte.

Entrevistador: En cuanto a las certificaciones ¿Su empresa cuenta con algún certificado de gestión de calidad de sus servicios?

Entrevistado: Nosotros pasamos este año en el mes de julio para certificar en el ISO 9001 nuevamente.

ENTREVISTA AL SUJETO 5 DE LA EMPRESA C

Nombres de la entrevistada: Jimmy Lugo Mena

Profesión: Ingeniero industrial

Experiencia en años: 15 años

Cargo: Controller en el área de distribución

Entrevistador: ¿Cómo gestiona la salida y entrada de sus productos?

Entrevistado: Se gestiona virtual y físicamente.

Entrevistador: De acuerdo al control de inventarios ¿Cómo gestiona la salida y entrada de sus productos?

Entrevistado: Mediante el control de movimientos.

Entrevistador: ¿Sus almacenes tienen el espacio suficiente para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?

Entrevistado: Si, pues solo son almacenes de tránsito, llegan los productos, se consolidan los camiones y se despacha.

Entrevistador: ¿Tienen el espacio suficiente para el almacenamiento de los productos que ofrece su empresa?

Entrevistado: Si.

Entrevistador: ¿La empresa tiene transporte propio?

Entrevistado: La empresa subcontrata el transporte.

Entrevistador: ¿La empresa emplea algún modelo o sistema para medir el rendimiento de la calidad de sus servicios?

Entrevistado: A través de los Kpi, básicamente de eso se encarga el analista.

Entrevistador: ¿Qué tipo de transporte utiliza para el traslado de los insumos o productos terminados?

Entrevistado: Se utilizan camiones de 5 toneladas, 10 toneladas, 15 toneladas, 30 toneladas. Pueden ser de tipo furgones, baranda y plataforma.

Entrevistador: ¿Qué sistema de localización o seguimiento emplea la empresa para monitorear el traslado de la mercadería?

Entrevistado: Cada unidad cuenta con control satelital, tipo “GPS”.

Entrevistador: ¿Qué criterios han implementado para la selección de sus proveedores?

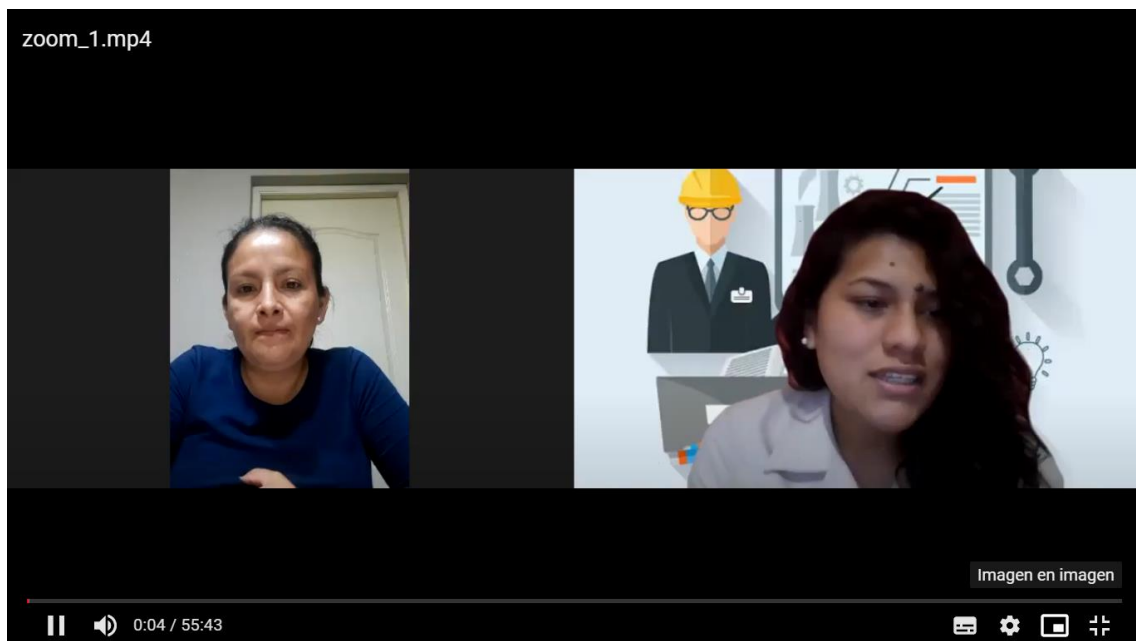
Entrevistado: Generalmente se compra productos o servicios a proveedores frecuentes.

ANEXO 5: Fotos de los entrevistados

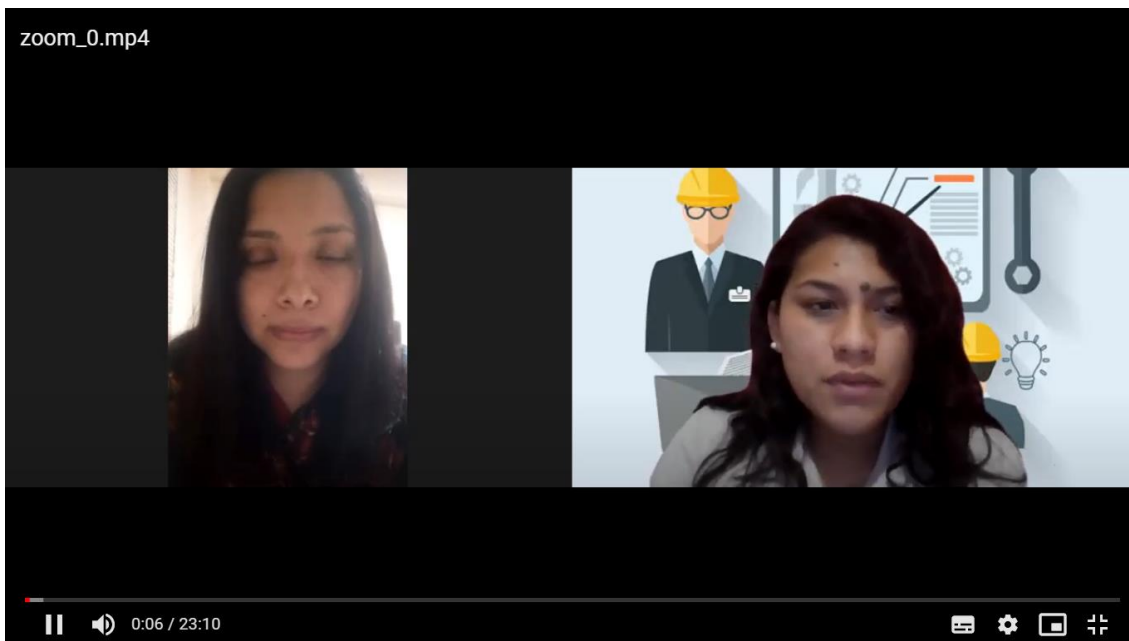
EMPRESA A



EMPRESA B



EMPRESA C



GLOSARIO

KPI'S - Key Performance Indicator

Miden el rendimiento de las estrategias de negocios, marketing o ventas obteniendo información para poder tomar decisiones estratégicas por parte de las empresas.

LGSS (Lean, Green y Six Sigma)

Este certificado se utiliza para que el área de gestión de proyectos use la metodología Lean Six Sigma para que las empresas aprovechen sus recursos, disminuyendo la variabilidad de los procesos eliminando los desperdicios.

Cross Docking

Es una herramienta que impulsa el ahorro de costos, el aumento de la calidad del producto y la reducción de los tiempos de entrega contribuyendo a los procesos de la logística.

ISO – 9001

Norma internacional para sistemas de gestión de calidad.

ISO – 45001

Norma internacional para la gestión de sistemas de seguridad y salud en el trabajo, velan por el bienestar de los trabajadores y visitantes de accidentes y enfermedades laborales.

DIGESA – Dirección General de Salud Ambiental

Evalúa todos los aspectos relacionados con el saneamiento, expidiendo los certificados sanitarios.

SANIPES – Organismo Nacional de Sanidad Pesquera

Fiscaliza las actividades de sanidad e inocuidad pesquera, acuícola y de piensos de origen hidrobiológico.

SUNAT - Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

Administran los tributos del gobierno nacional y los conceptos tributarios y no tributarios que se le encarguen por Ley o de acuerdo a los convenios interinstitucionales.

SIMCO – Sistema de Información Minero Colombiano

Contiene la información integrada, confiable y oportuna del sector minero colombiano y además suministrará las estadísticas oficiales del sector.

WMS – Sistema de Administración de Almacenes

Realiza la gestión de los movimientos y almacenamientos de todos los materiales dentro de su centro de distribución o almacén.

SAP – Systems, Applications, Products in Data Processing

Es un sistema de gestión empresarial que permiten a las organizaciones administrar sus recursos.

GPS- Sistema Americano de Navegación y Localización Mediante Satélites.

Proporciona información relativa a ubicación, velocidad y sincronización horaria.

EBSCO

Biblioteca virtual que ofrece un abanico de información académica.

SCOPUS

Es una base de datos literarios, donde se encuentra diversa información de carácter académico.

C-TPA- Programa Customs- Trade Partnership Against Terrorism

Es una iniciativa para construir una relación de cooperación comercial que refuerce y mejora la cadena de valor empresarial.

Customs Trade Partnership Against terrorism- Asociación Comercial Aduanera contra el terrorismo

Construyen relaciones de cooperación que fortalezcan la Cadena de Suministro general y la seguridad fronteriza.

OEA – Operador Económico Autorizado

Es un certificado, el cual permite ser un operador de confianza para la administración aduanera.

SERVPERF- Modelo de Calidad en la Gestión de Servicios

Mide el nivel calidad de cualquier empresa, donde se conoce las valoraciones del cliente sobre la prestación que recibe, con ello plantear estrategias que benefician a la empresa y cliente.

SERVQUAL – Método para la Medición de la Calidad Logística

Es un instrumento de análisis que se basa en la satisfacción de los clientes, además de las investigaciones cualitativas y cuantitativas. Mide la calidad del servicio que ofrece la organización.

SCM – La Cadena de Gestión de Suministros

Supply Chain Management, es el ciclo de vida del producto o servicio, desde su fabricación hasta su consumo.