



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“Logística Internacional y la Satisfacción del cliente de la empresa de carga Everest
Cargo S.A.C., Callao - 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

Martinez Constantini Aldair Felix Antonio (ORCID: 0000-0001-5496-3740)

ASESOR:

Dr. Leon Espinoza Lessner Augusto (ORCID: 0000-0002-9983-8967)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercial Internacional

CALLAO – PERÚ

2019

Dedicatoria

Le dedico el presente trabajo de investigación a mi madre Carola, ya que con su esfuerzo me brindo todo su apoyo para lograr mis metas y objetivos. Tu apoyo fue incondicional durante mi formación universitaria, lo cual no hubiera podido lograr sin ti, madre querida. A Antonio, mi padre, quien gracias a su sacrificio y arduo trabajo me brindo lo que hoy tengo. Agradecerles a ambos, ya que por ellos estoy en una etapa fundamental de mi formación universitaria.

Agradecimiento

Empezar agradeciendo a Dios, quien me guía día a día. Agradezco a mi madre Carola, por brindarme una educación llena de valores y moralidad, esforzándose todos los días por verme en un excelente profesional. A mi padre Antonio, que con su esfuerzo me impulso durante mi carrera. Por último, agradecer a la Universidad Cesar Vallejo y a mi asesor por brindarme todo el apoyo para realizar mi investigación.

Página del jurado

Declaratoria de autenticidad

Yo, Martínez Constantini Aldair Félix Antonio con DNI N° 75203624 a efecto de concluir con las pautas de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo de Tesis. Manifiesto bajo juramento que la totalidad de documentación que añadido es veraz y original.

Además, manifiesto bajo juramento que la totalidad de los datos e información que se muestra en la reciente tesis son originales y veraces.

Es decir, acepto el compromiso que compete ante alguna falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información añadida por lo cual me someto a lo dispuesto en el reglamento académico de la Universidad César Vallejo.

Callao, 11 de diciembre 2019



ALDAIR FELIX ANTONIO MARTINEZ CONSTANTINI

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
Índice de figuras.....	vii
Índice de tablas.....	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO	15
2.1. Diseño de Investigación	15
2.2. Variables de Operacionalización	16
2.3. Población y Muestra	23
2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	24
2.5. Métodos de Análisis de Datos	27
2.6. Aspectos Éticos	27
III. RESULTADOS.....	28
IV. DISCUSIÓN.....	41
V. CONCLUSIONES.....	46
VI. RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS	48
ANEXOS	54
Matriz de consistencia.....	54
Validación de instrumentos.....	55
Acta de aprobación de originalidad de tesis	67
Reporte TURNITIN.....	68
Autorización de publicación de tesis al repositorio	69
Versión final del trabajo de investigación.....	70

Índice de figuras

	Pág.
Figura 01: <i>Gráfica Estadística - Cadena de Suministro</i>	39
Figura 02: <i>Gráfica Estadística - Planificación</i>	40
Figura 03: <i>Gráfica Estadística - Control</i>	41
Figura 04: <i>Gráfica Estadística - Toma de Decisión</i>	31
Figura 05: <i>Gráfica Estadística - Cliente</i>	32
Figure 06: <i>Gráfica Estadística – Servicio</i>	33

Índice de tablas

	Pág.
<i>Tabla 01: Matriz de Operacionalización: Variable 1</i>	21
<i>Tabla 02: Matriz de Operacionalización: Variable 2</i>	22
<i>Tabla 03: Muestra - Nivel de confiabilidad</i>	24
<i>Tabla 04: Interpretación del coeficiente de alfa de c.</i>	25
<i>Tabla 05: VARIABLE 1 - LOGÍSTICA INTERNACIONAL</i>	26
<i>Tabla 06: VARIABLE 2 - SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</i>	26
<i>Tabla 07: VARIABLE 1 Y 2</i>	27
<i>Tabla 08: Dimensión 1 (Agrupada) "Cadena de Suministro"</i>	28
<i>Tabla 09: Dimensión 2 (Agrupada) "Planificación"</i>	40
<i>Tabla 10: Dimensión 3 (Agrupada) "Control"</i>	30
<i>Tabla 11: Dimensión 4 (Agrupada) "Tomada de Decisión"</i>	31
<i>Tabla 12: Dimensión 5 (Agrupada) "Toma de Decisión"</i>	32
<i>Tabla 13: Dimensión 6 (Agrupada) "Servicio"</i>	33
<i>Tabla 14: Prueba de Normalidad</i>	34
<i>Tabla 15: Prueba de Normalidad Variable 1 - 2</i>	35
<i>Tabla 16: Prueba de Correlación - Logística Internacional y Satisfacción del Cliente</i>	36
<i>Tabla 17: Correlación Hipótesis 1</i>	37
<i>Tabla 18: Correlación Específica 2</i>	38
<i>Tabla 19: Correlación Específica 3</i>	50

RESUMEN

Se realizó esta investigación para encontrar y determinar la relación entre la logística internacional y la satisfacción del cliente, tomando como población a 40 trabajadores de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C., teniendo en cuenta una muestra de 35 trabajadores, como base se tomaron teorías de algunos autores con respecto a las variables propuestas, así mismo se utilizaron investigaciones internacionales y nacionales como apoyo, las cuales manejan un objetivo similar. En esta investigación se empleó el método del cuestionario, y como técnica fue la encuesta, la cual estuvo compuesta por 20 ítems en escala de Likert. Se utilizó la aplicada, teniendo en cuenta que se utilizaron teorías y tesis. Este trabajo fue validado por nuestro asesor principal y adicionalmente por dos expertos en el tema, para finalizar con la validación se pudo realizar la encuesta en el distrito del Callao, con los trabajadores de la empresa, obteniendo resultados mediante el SPSS 23 con una medición de 0.955 por Alfa de Cronbach, el cual nos dice que existe confiabilidad, en pocas palabras, el instrumento es fiable y también las preguntas propuestas tienen una muy alta confiabilidad y podrá ser

Palabras clave: Logística Internacional, Satisfacción del cliente, Empresa de Carga.

ABSTRACT

This research was carried out to find and determine the relationship between international logistics and customer satisfaction, taking as a population 40 workers from the Everest Cargo SAC freight company, taking into account a sample of 35 workers, based on theories of Some authors regarding the proposed variables, international and national research were also used as support, which handle a similar objective. In this investigation the questionnaire method was used, and as a technique it was the survey, which was composed of 20 items on the Likert scale. The applied one was used, taking into account that theories and theses were used. This work was validated by our main advisor and additionally by two experts in the field, to finish the validation the survey was carried out in the Callao district, with the workers of the company, obtaining results through SPSS 23 with a measurement of 0.955 by Cronbach's Alpha, which tells us that there is reliability, in a nutshell, the instrument is reliable and also the proposed questions have a very high reliability and can be applied to the sample in general.

Keywords: International Logistics, Customer Satisfaction, Cargo Company.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

La logística internacional ha llegado para colocarse en una gran inyección de los flujos comerciales a nivel internacional mediante el aumento de las exportaciones e importaciones, así como otras formas más avanzadas en la internacionalización empresarial. En la actualidad la logística internacional está vinculada a muchas ramas del comercio exterior, puesto que con el tiempo se va aumentando la contratación y el uso de los procesos logísticos, sobre todo en empresas de transporte que serán decisivas al momento de hacerles más competitivas o para lograr lo contrario.

Internacional: La empresa ECU Worldwide USA cuenta con un gran movimiento dentro de todos los procesos logísticos, considerando que esto ayuda a muchos clientes con su cadena, gracias al transporte internacional, además de buscar disminuir lo máximo posible el nivel de costos y tiempos, lo que quiere decir que mantiene gran cantidad de clientes satisfechos por el gran servicio logístico que brinda, y genera que los clientes no tengan ninguna molestia al trabajar sus despachos con ellos.

Nacional: La empresa MSL del Perú S.A.C., busco trabajar con forwarders quienes se encargan de contactar a clientes directos, tanto exportadores como importadores a quienes se les brinda todo el servicio logístico internacional. Sin embargo, esto puede ser un problema debido a que los costos pueden variar si una empresa tan grande como MSL ingresara al mercado con tarifas directas, lo cual generaría un gran cambio en los montos de fletes aéreos y marítimos, que es de donde los forwarders generan una utilidad.

Sector: El INEI (Instituto de Estadística e Informática) nos brindó detalles sobre el año 2018, el sector de la logística internacional, dentro del cual se encuentran el sector de almacenaje, correo y mensajería, transporte internacional, etc.; los cuales crecieron un 3.3%; gracias además al impulso por la actividad de transporte. Esto también se debe gracias a la excelente logística internacional que se está empleando en el transporte, lo que deja a los clientes satisfechos con respecto a tiempos y costos. La producción del sector transporte ha crecido 5.6% desde el 2017 y 2016, en los cuales se reportaron

también un crecimiento continuo, gracias a la gran demanda que existe para el transporte aéreo, marítimo y de agenciamiento de aduanas.

Empresa: La empresa Everest Cargo S.A.C. quien tiene socios estratégicos para poder realizar el servicio logístico internacional, lo cual lo hace una debilidad ya que depende mucho de otras empresas para poder efectuar su servicio, y hace que corran riesgos como una elevación en los costos de flete internacional, o de agenciamiento de aduanas. Tales precios hacen que el mercado este muy disputado por el mismo producto, y la aplicación de alguna estrategia no suele funcionar en muchas ocasiones dado que existen muchos conceptos que generan sobrecostos y dejan insatisfechos a muchos clientes. Everest Cargo S.A.C. tiene como ventaja los costos por almacenaje y transporte local que hacen que se ahorren costos y tiempos, pero también corre el riesgo de que sus equipos se dañen y deban recurrir a terceros.

Contraste: La comparación realizada entre las agencias de carga internacional ECU Worldwide, MSL del Perú y Everest Cargo S.A.C., se puede identificar que ECU tiene un factor importante dentro del rubro de logística internacional generando una gran satisfacción al cliente por su excelente calidad de servicio, actualmente en la empresa no se puede brindar un excelente servicio debido a temas de sobrecostos, por lo que tampoco cuenta con la logística adecuada para poder brindarles el servicio integral completo. Actualmente está creciendo el comercio en el Perú por lo que los forwards son quienes se beneficiaran por toda la logística internacional que se buscara realizar dentro del traslado de la mercancía desde origen hasta destino, sin tener inconvenientes.

Por ello, debido al problema que existe en la calidad de los servicios ofrecidos se ha decidido investigar ¿Cómo se relaciona logística internacional y la satisfacción del cliente en la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao - 2019?; y lo importante que es mantener un excelente sistema para evitar sobre costos y tiempo perdido para el cliente.

1.2. Trabajo Previos

Al desarrollar esta investigación, se planteó distintos temas o estudios que van relacionados al tema principal propuesto, los cuales podremos ver a continuación:

1.2.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Maximiliano (2016) en su investigación titulada “Satisfacción del cliente y Logística internacional en los sistemas de distribución” para obtener el grado académico de magister en administración en la universidad Nacional del Sur, Argentina. Cuyo principal objetivo fue abordar el marco de las tecnologías de información aplicadas para el desarrollo y aplicación de una herramienta de gestión que mejore la eficiencia de las operaciones en la distribución de mercaderías con respecto al transporte de cargas. De tipo aplicada, enfoque descriptivo – correlacional y un diseño no experimental – transversal. Con una población de 105 personas y una muestra de 98 trabajadores. Utilizando el instrumento del cuestionario mediante una encuesta. No obstante, debemos mencionar que la relación entre ambas variables fue relativamente significativa, puesto que según se muestra dentro de la correlación de Pearson, la cual dio un valor de 0,852. El autor concluye a) Realizar una revisión de la gestión en la logística internacional, permitió establecer la importancia y complejidad que enfrentan estas. b) Se logro identificar las relaciones entre ambas variables y sus procesos principales, dando un marco posible de integración. c) Se realizo una aplicación del sistema dentro de una empresa real para observar cómo funciona todo el sistema y que resultados dentro de la calidad en las soluciones obtenidas.

Santamaría (2016) en su investigación con el título “Análisis de la logística internacional y la satisfacción de clientes de los concesionarios de la Industria Automotriz en Colombia”. Para la obtención el grado de Maestría en Administración en la Universidad de Nacional de Colombia. Cuyo principal objetivo fue hallar como se encuentra relacionada la relación entre la logística internacional y la satisfacción del cliente de los concesionarios automotrices e identificarlos con los distintos factores que afectan a la satisfacción del cliente. De tipo aplicada, enfoque descriptivo – correlacional y un diseño

no experimental – transversal. Contando con una población de 139 personas y una muestra de 125 clientes. Utilizándose el instrumento del cuestionario mediante una encuesta. No obstante, se debe mencionar que la relación entre ambas variables es relativamente significativa, según muestra el coeficiente de correlación Pearson que da como valor de 0,834. El autor concluye que la satisfacción de cliente se ve influenciada en todo lo que se hace, por lo cual se debe cumplir con sus expectativas para que tenga una suma relevancia, además de mejorar la oportunidad de mantener un mercado competitivo.

Gonzales (2016) en la revista Transporte y Territorio, investigo sobre Transporte y Logística Internacional. Su principal objetivo fue el desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías en el campo de la logística Internacional. La cual fue de tipo aplicada con un nivel descriptivo – correlacional y un diseño no experimental. La población consto de 50 personas. Los cuales fueron encuestados por el instrumento cuestionario. Entre los resultados se tienen siguientes: a) Mejorar los resultados en la gestión empresarial, por lo que es de gran importancia el proceso logístico de cualquier organización. B) Beneficios tanto para empresas como a los consumidores con respecto a los sectores de seguridad en el sector logístico el cual es un elemento significativo. C) Desarrollo rápido y amplio del comercio, adaptándose a las nuevas tecnologías, mejorando la funcionalidad de la cadena de suministro y optimizando los resultandos.

Alves (2016) en Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, de Rio de Janeiro, Brasil, investigo sobre A Percepção da Satisfação pelos clientes de Marcas próprias. Su principal objetivo fue la de realizar un análisis con la satisfacción de los clientes sobre su experiencia, compromiso y confianza, favoreciendo la lealtad y, por consiguiente, la aceptación de la marca en los supermercados en el municipio de Campina Grande, Paraíba. La cual fue de tipo aplicada con un nivel descriptivo – correlacional y un diseño no experimental. La población estuvo constituida por 823 clientes. Los cuales fueron encuestados por el instrumento cuestionario. Entre los resultados se tienen los siguientes: a) El 68% de los compradores clasificaron el valor de las marcas propias como bueno o muy bueno. b) Se afirma que cuanto mayor sea la satisfacción, mayor es la confianza del consumidor en las marcas propias. El resultado de la dimensión permite evaluar la influencia que la satisfacción del consumidor en comprar productos de marca

propia, ejerce sobre la confianza. Resulta que confianza del consumidor es una reacción a la satisfacción, es decir, mientras mayor sea la confianza, mejor sería su reacción.

Rubio (2014) en la revista científica “La satisfacción del cliente y la logística internacional en los grandes supermercados del Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)”; el cual tuvo como objetivo principal el conocer la relación entre la satisfacción del cliente y la logística internacional que se brinda por parte de los distintos supermercados. Contando con una metodología de tipo aplicada, descriptiva y diseño no experimental, teniendo como población a clientes que visitan estos supermercados, mediante una muestra 167 mujeres y 213 hombres, utilizándose el instrumento de cuestionario. Llegando a las conclusiones: a) El servicio de calidad y la satisfacción de los consumidores, es muy importante para poder lograr una toma de decisiones mediante la información por la gerencia. b) Los clientes son muy importantes para la calidad de productos y destacan el comportamiento de todo el personal, así como su excelente servicio y la agilidad con la que son atendidos. c) Es importante comentar que existe una cantidad de variables, las cuales no se calificaron por parte de los clientes y se tiene que observar por la empresa.

Fernández (2014) en la Revista Cultura científica y tecnológica en “La logística internacional y su impacto en la eficiencia de la Cadena de Suministro en Maquilladores de Ciudad Juárez” el cual tuvo como objetivo proponer un análisis descriptivo de las dimensiones que afectan todo el trámite dentro de la cadena de suministros y las relacionan con la Logística internacional y el abastecimiento. Se llegó a las siguientes conclusiones: a) La cual cuenta con una metodología de tipo aplicada, descriptiva y diseño no experimental, la cual tuvo como población 40 clientes, utilizando el instrumento de cuestionario impacto positivo. a) La empresa tuvo un gran impacto positivo con respecto a la Logística internacional dentro del abastecimiento de las materias primas. b) Gracias a la eficiencia dentro de la cadena de suministro la empresa tuvo un gran impacto directo con respecto a la satisfacción de los clientes.

1.2.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Alvarado (2016) en su investigación “Diseño de un Sistema de Asignación y Control para la Lavandería “Sra. Washi” – 2016” el cual tuvo como objetivo principal la

asignación y control que permita tomar medidas correctivas en el uso eficiente de los recursos para generar ahorro en costos y establecer una metodología para la fijación de precios que genere un incremento en el margen de contribución total” .Con una metodología de tipo aplicada, nivel descriptiva – correlacional y un diseño no experimental. Constituida por una población de 120 personas y la muestra fue de 95 personas. Se utilizó el instrumento del cuestionario. Llegando a las siguientes conclusiones a) Ya que no se cuenta con un adecuado control, con el punto de ganancia reduciéndose cada vez, y lo que ocasiona que todos los beneficios dentro de la empresa también se reduzcan. b) El control cuenta con un sistema mejor y adecuado, el cual se viene ajustando para el modelo de negocio actual buscando de manera individual a cada cliente según sus especificaciones en cuanto a todo el tipo de recursos que necesita y utilizara. c) Debe mejorarse la eficiencia en el uso de los materiales para, además, conseguirlos a mejorarse costos y con esto ampliar el margen de contribución calculado. Según el análisis existe una relación positiva entre el diseño de sistema de Asignación y el control, utilizando la estadística de Spearman, cual proporciono un resultado de 0.8109, y un nivel de significancia de 0.00, validando la hipótesis y confirmando la presencia de relación positiva entre las variables, es decir, se debe realizar un análisis del diseño de sistema de asignación para que el control sea eficiente y no afecte a los clientes.

Aramayo (2015) en su investigación “La relación entre la Planificación de importaciones y manejo de inventarios con pérdidas en empresas de ventas de libros. El caso de las pérdidas en librerías Crisol en el periodo 2014 – agosto 2015” La cual tuvo como principal objetivo elaborar una cadena de suministro que se encuentre ligado al 100% con los objetivos de la empresa. Con una metodología de tipo aplicada, nivel descriptiva – correlacional y un diseño no experimental. Constituida por una población de 65 personas y la muestra fue de 50 personas. Llegándose a las siguientes conclusiones a) Se maneja un sistema el cual permita hallar las cantidades necesarias para cada recurso, lo cual se buscará importar y así mismo representara el 40% total de la mercedaria, según la experiencia de la gerencia con respecto a la planificación de sus importaciones. b) El error se concentra en todas las categorías en las que se brinda el análisis que hallara todas las características con el fin de poder detallarlas y brindar una explicación más a detalle. c) Existe Una gran influencia por parte de las editoriales, las cuales presionan y colocan condiciones de compra mínima en los lotes, lo que originan que todos busquen aprovechar diferentes ofertas que aparecen dentro del mercado, generando que otros quieran adquirir

los productos y lotes que no fueron colocados. Según el análisis existe una relación positiva entre Planificación de importaciones y el manejo de inventarios, utilizando la estadística de Spearman, cual proporcione un resultado de 0.8605, y un nivel de significancia de 0.00, validando la hipótesis y confirmando la presencia de relación positiva entre las variables, es decir, analizar la planificación de las importaciones y el manejo de inventarios para observar cómo afecta en las pérdidas de la empresa Crisol, de tal forma se podrá manejar mediante los distintos planes y objetivos.

Carbonell (2018) en su investigación para la obtención del título profesional de licenciada en Negocios Internacionales, Perú, sobre “Gestión de la Satisfacción del cliente y la Logística Internacional de la empresa la Hanseática S.A. – San Isidro, 2018” lo que tuvo como principal objetivo el determinar la relación entre gestión de procesos y el área de logística Internacional de la empresa la Hanseática S.A., este trabajo fue de tipo aplicada, bajo un nivel descriptivo y un diseño no experimental - transversal. La población se encontró constituida por los trabajadores de la empresa y la muestra fue establecida por 33 personas mediante el instrumento del cuestionario. Se llegó a las siguientes conclusiones: a) Demostrándose la correlación existente entre la gestión de procesos y el área logística de la empresa de 91.3%, indicando que una correcta gestión mejorara el área investigada. b) Demostrándose la correlación entre las variables gestión de calidad y área Logística de la empresa de 90.9%, podemos indicar que se necesita de la correcta documentación con un manual de calidad para su cumplimiento. c) Se demostró una relación entre productividad y el área logística de la empresa, hallándose una correlación del 88.4% entre las variables, teniendo en cuenta que la forma más eficiente para generar recursos es midiendo y teniendo una productividad acorde, para el manejo eficiente de recursos. Según el análisis existe una relación positiva entre satisfacción del cliente y la logística internacional, utilizando la estadística de Spearman, cual proporcione un resultado de 0.8724, y un nivel de significancia de 0.00, validando la hipótesis y confirmando la presencia de relación positiva entre las variables, es decir, la satisfacción del cliente tiene un gran impacto ante la logística internacional, puesto que se busca realizar con eficiencia los procesos de la misma para satisfacer al cliente.

Contreras (2018) en su, investigación para optar por el grado académico de Maestro en Gestión Pública, de Universidad Cesar Vallejo de Chiclayo, Perú, “La cadena de suministros y su relación con la eficiencia del Área logística de la ONG Vida, Lima – 2018” la cual tuvo como objetivo principal conocer la relación existente entre la cadena

de suministros y la eficiencia del área de logística de la ONG VIDA, Lima – 2018. La cual cuenta con una metodología de tipo aplicada, descriptiva y diseño no experimental, la cual tuvo como población 520 clientes de la ONG VIDA, con una muestra probabilística de 221 clientes, utilizando el instrumento de cuestionario. Se concluyó lo siguiente a) Existe una relación positiva dentro de lo que se considera la cadena de suministros y la eficiencia dentro del área de logística de la ONG VIDA. b) Para aumentar la eficiencia del área logística de la ONG VIDA, se debe mejorar aún más la cadena de suministros. c) El aumento de la eficiencia del área logística brindara un buen estándar de cómo se maneja la cadena de suministro en la ONG VIDA. Según el análisis existe una relación positiva entre La cadena de suministros y la eficiencia del área logística de la ONG VIDA, utilizando la estadística de Spearman, cual proporcione un resultado de 0.8310, y un nivel de significancia de 0.00, validando la hipótesis y confirmando la presencia de relación positiva entre las variables, es decir, la cadena de suministros mantiene una relación con la eficiencia del área de logística de la ONG VIDA puesto que se busca realizar con eficiencia los procesos de la misma para satisfacer al cliente.

Herazo (2018) con su investigación para obtener su Título Profesional de Licenciado en Administración, de universidad San Ignacio de Loyola, Perú, “Relación de la Satisfacción del cliente y Logística internacional de los clientes de Latam en vuelos nacionales el 2017”, la cual tuvo como objetivo principal el determinar la relación entre la calidad de servicio, satisfacción y lealtad de los clientes de Latam del Aeropuerto Jorge Chávez en sus rutas nacionales en el 2017. De tipo aplicada con un nivel descriptivo – correlacional y un diseño no experimenta – transversal. La población consistió en pasajeros mayores de 15 años, y que habían volado desde Jorge Chávez hacia algún destino nacional durante el 2017. La muestra fue de 385 personas quienes habían viajado por la línea Latam mediante una encuesta por cuestionarios. Teniendo como resultados, que el 65% de los clientes indican que están satisfechos con el servicio obtenido gracias a la calidad de servicio, por lo cual una relación entre las variables. Llegándose a las siguientes conclusiones: a) Un servicio de calidad cuenta con la potestad más positiva de relación entre satisfacción y lo que se considera la lealtad de la marca gracias a los clientes fidelizados. b) Los clientes en la actualidad piensan que la aerolínea es una de las mejores alternativas, pero no descartan una opción de tomar los servicios de otra si lo hubiera. Según el análisis existe una relación positiva entre la logística internacional y la cadena de suministro, utilizando la estadística de Spearman, cual proporcione un resultado de

0.8753, y un nivel de significancia de 0.00, validando la hipótesis y confirmando la presencia de relación positiva entre las variables, es decir, se debe realizar un análisis de la satisfacción de los clientes para que la logística internacional no afecte a los clientes.

Huertas (2018) en su investigación “La relación entre la logística internacional y la satisfacción del cliente en Ancro S.R.L., Santa Anita – 2018” la cual tuvo como principal objetivo determinar la relación entre logística Internacional con la satisfacción del cliente en Ancro S.R.L., Santa Anita -2018. Mediante una investigación de tipo aplicada con un nivel descriptivo y un diseño no experimental. Con una población de 60 colaboradores, quienes se tomaron una muestra de 52 trabajadores, bajo encuestas con el instrumento del cuestionario. Así mismo el autor concluyo que se debe brindar un mejor servicio para mantener al cliente satisfecho, mediante un control en el procesamiento de todos los pedidos logístico Llegando a las siguientes conclusiones: a) Se infiere que hay una correlación con satisfacción del cliente, afirmando que mientras mejor sea la gestión, mayor será la satisfacción del cliente. Teniendo en cuenta el manejo del aprovisionamiento, almacén, producción y distribución para contar con el producto o servicio final en tiempo y lugar solicitado por el cliente. b) Se razona en que la dimensión del aprovisionamiento está relacionada con la satisfacción, es decir, un aprovisionamiento oportuno repercute en lograr que el cliente este satisfecho. c) La producción está relacionada con un cliente satisfecho, puesto que la organización involucra medios para la fabricación o producción de servicios, lo que logra la satisfacción del cliente. Según el análisis existe una relación positiva entre la logística internacional y la cadena de suministro, utilizando la estadística de Spearman, cual proporciono un resultado de 0.9201, y un nivel de significancia de 0.00, validando la hipótesis y confirmando la presencia de relación positiva entre las variables, es decir, se debe realizar un análisis sobre la satisfacción de clientes para saber cómo afectara la logística internacional a la misma.

Mosquera (2017) investigo sobre “Relación entre satisfacción del cliente y logística internacional del Food Truck ubicado en el distrito de San Isidro” la cual tuvo como objetivo principal determinar el factor de la logística internacional está más relacionado con la satisfacción del cliente de Food Truck del distrito de San Isidro, Lima, 2017. Con una metodología de tipo aplicada, nivel descriptiva – correlacional y un diseño no experimental. La población total estaba constituida por clientes que consumían los distintos servicios y productos de los Food Truck que se encuentran en el distrito de San

Isidro. El tamaño de la muestra, será de 385 personas mediante el instrumento de cuestionario. Se tuvo las siguientes conclusiones, a) Se demostró que si hay una relación con ambas variables de la calidad de servicio. b) Demostrándose la existencia entre la satisfacción del cliente de manera positiva junto a la tangibilidad, gracias a los resultados observados dentro de las encuestas realizadas. c) La seguridad es algo relacionado a la variable satisfacción obtenidos según las encuestas realizadas a todos los clientes dentro del food truck. Según el análisis existe una relación positiva entre la logística internacional y la cadena de suministro, utilizando la estadística de Spearman, cual proporcione un resultado de 0.8532, y un nivel de significancia de 0.00, validando la hipótesis y confirmando la presencia de relación positiva entre las variables, es decir, por lo cual se realizará un estudio de la logística internacional para verificar como afecta a la satisfacción del cliente.

Álvarez (2016) en la revista nacional Industrial Data, de la UNMSM, Perú, investigo sobre “Incidencia de la infraestructura sobre la satisfacción de los clientes y logística internacional en la Empresa Municipal Mercado de Productores Agrícolas San Pedro de Riobamba (EMMPA)” la cual tuvo como principal objetivo el proponer un plan de mejoras mediante una mejor logística internacional y la satisfacción del cliente de la infraestructura de la Empresa Municipal Mercado de Productores Agrícolas San Pedro de Riobamba (EMMPA), La investigación es de tipo aplicada, de nivel descriptiva – correlacional y un diseño no experimental – transversal, las herramientas instrumentos y técnicas que se aplicaron en la recolección fue la de las encuestas. La población que se eligió fue a las personas que venden y compran en la empresa EMMPA y la muestra fue de 120 personas. Llegando a las siguientes conclusiones: a) Se demuestra la existencia de una relación entre infraestructura y satisfacción, esto se evidencia gracias a la prueba KMO con lo cual los valores cercanos a y adecuados. b) Se demostró que las variables conforman una estructura que influyen en la satisfacción. c) Las dimensiones de las variables están ajustadas al modelo utilizado. Según el análisis existe una relación positiva entre la logística internacional y la cadena de suministro, utilizando la estadística de Spearman, cual proporcione un resultado de 0.8906, y un nivel de significancia de 0.00, validando la hipótesis y confirmando la presencia de relación positiva entre las variables, es decir, analizar la logística internacional y la satisfacción del cliente para observar cómo afecta al Mercado de productos agrícolas, de tal forma se podrá manejar mediante los distintos planes de contingencia.

1.2. Teorías relacionadas al tema

1.2.1. VARIABLE 1: LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Detallaremos algunas definiciones de Logística Internacional a continuación:

Según Castellano (2015) “La logística internacional es la parte de la cadena de suministros que busca una planificación, implementación y control de toda actividad y servicio, teniendo en cuenta desde el inicio hasta el final para que el cliente está satisfecho. Por lo cual esta se convierte en uno de los más importantes factores que pueden inculcar al fracaso o éxito”

Para Medina (2014) “la logística internacional es un lugar de la cadena de valor que busca planificar, implementar y controlar el movimiento de los servicios, bienes y la información desde un origen hasta el punto final quien es el consumidor [...] la importancia de esta se encuentra en la capacidad que se tenga para solucionar todos los problemas de la manera más eficiente y veloz, en temas como el transporte, almacenaje y embalaje, aumentando la competitividad de las empresas y del país”

Según Pinheiro (2017) “la logística internacional se considera como una administración, por lo que esta definición se encuentra incluida en los medios de transporte, el servicio al cliente, selección del almacenaje, control y distribución, así como una organización la cual debe ofrecer los servicios a todos los clientes posibles según sean sus necesidades y de la manera más eficiente posible”

Según los autores a través de las definiciones llegan a una conclusión sobre la logística internacional se da cuando una empresa tiene la necesidad de volverse más competitiva en todos los factores posibles, sobre todo en el comercio internacional, buscando reducir los tiempos y los costos, de tal manera se obtenga un servicio de calidad.

La presente investigación tomará como referencia el concepto de Castellano para Logística Internacional como herramienta de gestión empresarial. En donde a través de su definición, utilizaremos las dimensiones para darle el respaldo a esta variable, las cuales son Cadena de suministro, planificación y control.

TEORÍA:

La teoría que se eligió, para esta variable, es la de restricciones. Según Uwe Techt (2016) “es un instrumento que permita la toma de decisiones y así buscar resultados a través de un mejoramiento logístico mediante las aplicaciones de esta en la productividad y así lograr una rentabilidad”

1.2.2. VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Según Hernández y Maurbet 2009; (Citado de Gutiérrez y Benites, 2015, p.34) “La satisfacción del cliente es la relación para obtener una adquisición del servicio, la cual utiliza la toma de decisión para realizar a la correcta evaluación de los resultados. Lo que quiere decir es que responda a como el cliente puede sentirse tras el servicio recibido y poder comparar el resultado con una posible expectativa”

Carmelo (2014) “La satisfacción es muy utilizada para la conversión de los términos de la economía y así muestren un impacto en la satisfacción de todos los clientes en las variables de la economía”

Por su parte Zayas (2015) “Plantea que la satisfacción del cliente es el reflejo de las características de todos los medios del trabajo, así como buscar los resultados de una valoración afectiva percibida”

Así mismo Álvarez (2017) “Comenta que la satisfacción del cliente, es mediante al servicio obtenido de manera determinada, y su función fundamental es la toma de decisiones para buscar un objetivo primordial, el cual es mejorar todos los aspectos que determinen la satisfacción”

La presente investigación tomará como referencia el concepto de Hernández y Maurbet para la satisfacción del cliente, donde elegiremos las dimensiones para darle el respaldo a la variable, las cuales son toma de decisión, resultados y clientes.

TEORÍA:

La teoría que se eligió para esta variable, es la teoría del consumidor. Según Carvalho (2014) “Esta teoría se encuentra destinada a la evolución mediante un análisis, y al perfeccionamiento de los tiempos para estimular a todos los grupos de clientes o consumidores disponibles. Esto para que un cliente busque de manera momentánea el servicio y así quedar satisfecho.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. General

¿Cómo se relaciona la logística internacional y la satisfacción de clientes de la Empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019?

1.3.2. Específicos

- ¿Cómo se relaciona la cadena de suministro y la satisfacción de clientes de la Empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019?
- ¿Cómo se relaciona la planificación y la satisfacción de clientes de la Empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019?
- ¿Cómo se relaciona el control y la satisfacción de clientes de la Empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019?

1.4. Justificación del estudio

Hernández (2014), Menciona que el estudio de la investigación siempre debe tener una justificación, puesto que esto lleva un objetivo ya establecido. Y la investigación puede hallar la solución de algún problema o dar a conocer una nueva teoría, generando mayores intenciones de investigación (p.40)

Teórico: El motivo de la realización de este proyecto es el llegar a conocer la como estar relacionado la logística internacional y la satisfacción de clientes, mediante estudios y conocimientos de las dos variables, de tal forma que se encuentren resultados que puedan explicar la presente investigación. Estos resultados permitirán conocer la situación en la que se encuentra la empresa de carga Everest Cargo S.A.C.

Metodológico: Se realizaron estos objetivos ya seleccionados en la investigación, mediante el uso del instrumento de medición por medio del cuestionario para la variable “Logística Internacional”, así como la “Satisfacción de clientes”

Práctico: La investigación tiene como principal objetivo el aportar toda la información útil a un agente de carga internacional del Perú, lo cual también le permitirá a la empresa Everest Cargo S.A.C. incrementar y mejorar sus servicios logísticos para obtener un crecimiento económico y desarrollo empresarial.

Social: Tiene como fin brindar todos los conocimientos valiosos para que sean utilizados en alguna futura investigación sobre logística internacional, y permita que se cree una nueva búsqueda de clientes, los cuales también busquen a la empresa; lo que generará un crecimiento económico por la venta de sus servicios, llegando a una mayor cantidad de clientes locales y generando mayor rentabilidad.

Conveniencia: El trabajo difundirá la logística internacional de un Agente de carga Internacional, lo que hará más conveniente en la sociedad peruana, puesto que cualquier empresa o persona natural que desee obtener alguno de estos servicios o implementarlos, podrá conocer cómo se maneja la empresa Everest Cargo S.A.C y así usar sus servicios.

1.5.Hipótesis

Hernández (2014), señala que la hipótesis busca afirmar la relación que existe entre todas las variables, y además su forma de comportarse; lo cual permita que se entiendan las relaciones que existen entre las variables. Es decir, se establece una causa y efecto en la relación (p.100).

1.5.1. General

La logística Internacional se relaciona positivamente con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019.

1.5.2. Específicas

- La cadena de suministros se relaciona con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019.
- La planificación se relaciona con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019.
- El control se relaciona con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo SA.C. – Callao, 2019.

1.6. Objetivo

1.6.1. General

Determinar cómo se relaciona la logística internacional con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019.

1.6.2. Específicos

- Determinar cómo se relaciona la cadena de suministro y la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019.
- Determinar cómo se relaciona la planificación y la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019.
- Determinar cómo se relaciona el control y la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. – Callao, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

2.1.1. Enfoque de Investigación

Mediante un enfoque cuantitativo, Hernández (2014), lo define como el recaudar toda la información posible, de tal forma se pueda realizar una hipótesis, según los cálculos estadísticos o números, y así demostrar las teorías o formas del comportamiento (p.4).

2.1.2. Método de Investigación

La investigación tiene un método hipotético – deductivo. Bernal (2016), manifestó que las hipótesis, pueden ser refutadas o negadas, desde manifestaciones determinadas, lo cual brinda las conclusiones que se deberán corroborar con los hechos (p.60).

2.1.3. Diseño de Investigación

La investigación se planteó bajo un diseño no experimental – transversal.

Según Hernández (2014), la investigación no experimental se inicia sin realizar alguna alteración sobre las variables de estudio, esto con el propósito de conocer los efectos que tienen ambas. Simplemente, se realiza una observación y luego se hace un análisis de lo observado (p. 149).

Según Hernández (2014), el diseño transversal es el utilizado para evaluar lo real en un establecido periodo. Por lo cual se eligió este diseño de investigación para obtener en un solo periodo todos los resultados.

2.1.4. Tipo de Investigación

De tipo aplicada. Según Baena (2014), indica que está logra determinar todos los problemas con exactitud y buscar las soluciones de manera instantánea e igual que los específicos. Su principal objetivo es el realizar un estudio a los problemas propuestos, otorgando hechos para la obtención de nueva información que puedan ser utilizadas para la teoría (p. 11)

2.1.5. Nivel de Investigación

El trabajo de investigación tiene un nivel descriptivo – correlacional.

Según Hernández et. al (2014), El nivel correlación tiene como objetivo principal el buscar que se entienda cual es la conexión que existe entre las variables dentro de un contexto determinado (p. 115).

Esta investigación busca describir hechos respaldándose por trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C., los cuales permitirán buscar los resultados y encontrarlos, teniendo en cuenta que estos se requieren para la investigación.

Así mismo Hernández et. al (2014), nos aporta que la investigación descriptiva, busca determinar todas las propiedades y características de los fenómenos sometidos al análisis.

2.2. Variables de Operacionalización

La investigación tiene dos variables, las que son “Logística Internacional” y “Satisfacción del cliente”. Estas fueron definidas de forma conceptual.

2.2.1. Operacionalización de variables

Variable 1: Logística Internacional

Según Castellano (2015).

“La logística internacional es la parte de la **cadena de suministros** que busca la **planificación**, implementación y el **control** de las actividades y servicios, teniendo en cuenta desde el inicio hasta el final de la información para la satisfacción de los

clientes. Por lo cual esta se convierte en uno de los más importantes factores que pueden inculcar al fracaso o éxito”

- **Dimensión: Cadena de Suministro**

Según Mendoza (2014).

“El concepto de la cadena de suministro nace para brindar soluciones a todos los problemas entre las etapas de la adquisición de **materias primas** hasta su **distribución**, además de la capacidad de respuesta de las empresas”

Indicadores:

- ✓ **Materias Primas**

Según Diaz, (2016).

“Son elementos que se someterán a distintos procesos de transformación para su cambio a futuro para tras esto, cumplir con todo lo propuesto”.

- ✓ **Distribución**

Según Cirilloa (2017)

“La distribución tiene como objetivo permitir el flujo sin interrupciones de los productos desde su comienzo hasta el consumidor final”

- **Dimensión: Planificación**

Según George Terry 2012, (Citado por Bernal, 2014, p.2)

“Planificación es la selección de la **información**, la elaboración de suposiciones sobre el futuro, de tal manera se creen actividades para los **objetivos organizacionales**”

Indicadores:

- ✓ **Información**

Según Oksana (2018)

“Tiene una importancia para el aumento de los conocimientos. Es decir, tienen un significado en ciertos contextos, además de proporcionar un uso inmediato y reducir los márgenes de errores sobre nuestras decisiones tomadas”

✓ **Objetivos Organizacionales**

Según Bisotoon (2017)

“Se consideran objetivos organizacionales a todas las metas, fines y propósitos que una organización debe lograr, además de que estas deben de ser definidas en el plan operacional”

• **Dimensión: Control**

Según Fayol 1949, (Citado por Pérez, 2015)

“Consiste en mantener verificado como se realiza toda la **dirección** propuesta, bajo órdenes y principios utilizadas por la **empresa**”

Indicadores

✓ **Dirección**

Según Hong 2017

“La dirección se trata de hacer que funcione todo, consiste que todos los jefes o supervisores quienes muestren y busquen obtener los mejores resultados, teniendo además un interés por la empresa”

✓ **Empresa**

Según Da Silva 2017

“Son todas las organizaciones que están formadas por distintos materiales o recursos, con un propósito de mantener un beneficio económico – comercial, así mismo satisfacer a los clientes, utilizando todos los métodos que tengan a la mano, como el trabajo, capital y tierra”

Variable 2: Satisfacción del cliente

Definición conceptual:

Según Hernández y Maurbet 2009; (Citado de Gutiérrez y Benites, 2015, p.34)

“La satisfacción del cliente es la relación para obtener una adquisición del servicio, la cual utiliza la **toma de decisión** para realizar la correcta evaluación de los resultados.

Lo que quiere decir es que responda a como el **cliente** puede sentirse tras el **servicio** recibido y poder comparar el resultado con una posible expectativa”

- **Dimensión: Toma de decisión**

Según Gonzales (2014)

“Es el **recurso** que permite gracias al uso de la tecnología, observación, colaboración y decisión de la organización, que se ejecuten todas las acciones con una oportunidad y buena **calidad**”

Indicadores

- ✓ **Recursos**

Según Adame, 2017

“Son todos los factores o activos en conjunto, los cuales tiene la empresa para lograr sus estrategias”

- ✓ **Calidad**

Según Yang, 2017

“Indica que la calidad son todas las características que tienen una relación con los servicios, los cuales buscan siempre satisfacer a los clientes y llegar a sus expectativas”

- **Dimensión: Cliente.**

Según Udep (2019)

“El cliente es todo aquel quien recibe los servicios. Normalmente esto bajo una transacción lo que genera un cambio de valor. Cabe mencionar que hay tipos, el cliente **interno** y **externo**.

Indicadores:

- ✓ **Cliente Interno**

Según Ródenas, 2017

“El cliente interno es todo aquel que presta un servicio a una organización. Es decir, es el trabajador y quien puede ser merecedor de la fidelización de parte de la empresa”

✓ **Cliente Externo**

Según Mawson (2018)

“Es el propio cliente, quien consumo el producto o servicio del establecimiento”

• **Dimensión: Servicio**

Según Udep (2019)

“Es toda acción que tenga que ver con la **organización**, la cual tiene como interés el satisfacer todas las necesidades. Así mismo se busca generar **beneficios** generales para la empresa, los cuales son recibidos por los clientes” (p. 5)

Indicadores:

✓ **Organización**

Según Andrew, (2015)

“Una organización es la estructura donde las personas coordinan actividades para lograr a cumplir todos los movimientos planeados”

✓ **Beneficios**

Según López, (2016)

“El beneficio es una relación que mantiene a los trabajadores junto a su empresa, estos tienen que ver con todos los derechos que reciben y que son de carácter obligatorio”

2.2.2. Matriz de Operacionalización

Tabla 01: Matriz de Operacionalización: Variable 1

VARIABLE	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	ESCALA
LOGISTICA INTERNACIONAL	Según Castellano (2015). “La logística internacional es la parte de la CADENA DE SUMINISTRO que busca la PLANIFICACIÓN , implementación y el CONTROL de las actividades y servicios, teniendo en cuenta desde el inicio hasta el final de la información para la satisfacción de los clientes. Por lo cual esta se convierte en uno de los más importantes factores que pueden inculcar al fracaso o éxito”	La variable "LOGISTICA INTERNACIONAL" , se mide por un cuestionario que posee los diferentes ítems y considerando los siguientes indicadores.	CADENA DE SUMINISTROS	Según Mendoza (2014). “El concepto de la cadena de suministro nace para brindar soluciones a todos los problemas entre las etapas de la adquisición de materias primas hasta su distribución, además de la capacidad de respuesta de las empresas”	Materias Primas	Según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Ordinal Tiene el orden de mayor a menor según jerarquía (p. 215) Intervalos Son intervalos por el cual las escalas son usadas por algunos investigadores, con lo cual se acercan a este nivel y se tratan tal cual (p. 216)
				Distribución		
			PLANIFICACIÓN	Según George Terry 2012, (Citado por Bernal, 2014, p.2) “Planificación es la selección de la información, la elaboración de suposiciones sobre el futuro, de tal manera se creen actividades para los objetivos organizacionales”	Información	
				Objetivos organizacionales		
			CONTROL	Dirección		
				Según Fayol 1949, (Citado por Pérez, 2015) “Consiste en mantener verificado como se realiza toda la dirección propuesta, bajo órdenes y principios utilizadas por la empresa” Indicadores	Empresa	

Tabla 02: Matriz de Operacionalización: Variable 2

VARIABLE	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICIONES	INDICADORES	ESCALA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Según Hernández y Maubet 2009; (Citado de Gutiérrez y Benites, 2015, p.34) “La satisfacción del cliente es la relación para obtener una adquisición del servicio, la cual utiliza la TOMA DE DECISIÓN para realizar la correcta evaluación de los resultados. Lo que quiere decir es que responda a como el CLIENTE puede sentirse tras el SERVICIO recibido y poder comparar el resultado con una posible expectativa”	La variable " SATISFACCION DEL CLIENTE ", se mide por un cuestionario que posee los diferentes ítems y considerando los siguientes indicadores.	TOMA DE DECISIÓN	Según Gonzales (2014) “Es el recurso que permite gracias al uso de la tecnología, observación, colaboración y decisión de la organización, que se ejecuten todas las acciones con una oportunidad y buena calidad”	Recursos	Según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Ordinal Tiene el orden de mayor a menor según jerarquía (p. 215) Intervalos Son intervalos por el cual las escalas son usadas por algunos investigadores, con lo cual se acercan a este nivel y se tratan tal cual (p. 216)
					Calidad	
			CLIENTE	Según Udep (2019) “El cliente es todo aquel quien recibe los servicios. Normalmente esto bajo una transacción lo que genera un cambio de valor. Cabe mencionar que hay tipos, el cliente interno y externo.	Cliente Interno	
					Cliente externo	
			SERVICIO	Según Udep (2019) “Es toda acción que tenga que ver con la organización, la cual tiene como interés el satisfacer todas las necesidades. Así mismo se busca generar beneficios generales para la empresa, los cuales son recibidos por los clientes” (p. 5)	Organización	
					Beneficio	

2.3. Población y Muestra

2.3.1. Población

Bernal (2016), nos indica que es todo grupo conformado y que se encuentran perfectos para realizar la investigación, así mismo es conocido como el total de las unidades para el muestreo (p. 161).

De acuerdo a los objetivos propuesto de la investigación, la población estuvo conformada por los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C., 50 personas que laboran a diario en la agencia de carga.

2.3.2. Unidades de Muestreo

Dentro de la población elegida, se escogieron a 40 elementos o unidades de muestreo quienes reúnen todas las características para esta investigación. Esta misma se encuentra conformada tanto por hombres como mujeres de 18 a 40 años de edad, teniendo en cuenta que son quienes conforman la empresa y mantienen un mayor conocimiento sobre cada uno de los servicios brindados por la empresa. Según Hernández (2014), “los defino como a un pequeño grupo que forman parte del total estructurado, a quienes llamamos población, consideran a este pequeño grupo como idénticos de la población” (p. 175)

2.3.3. Muestra

La muestra es **PROBABILISTICO ALEATORIO SIMPLE**, así como lo define Hernández (2014), “Los factores que conforman la población tienen las mismas probabilidades de ser elegidos para la muestra, con lo cual las unidades de muestreo se obtienen de una manera aleatoria (p. 175).

Para el cálculo de la muestra se empleó la respectiva formula presentado a continuación:

Tabla 03: Muestra - Nivel de confiabilidad

	NIVEL DE CONFIABILIDAD	95%
N=	Total, unidades de muestreo	40
Z ²	Valor de distribución	1.96
p=	Proporción de aceptación	50%
q=	Porcentaje de no aceptación	50%
d=	Margen error	5%

$$N = \frac{N * Z^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 p * q}$$

Dónde:

$$n = \frac{(40)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(40 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$N = 35$$

Se consideró a 35 trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C para la realización de la fórmula de esta muestra total.

2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

Considerando la técnica de la **ENCUESTA**, teniendo en cuenta las preguntas respecto a logística internacional y satisfacción del cliente en la empresa Everest Cargo S.A.C.

Según Grande (2014) “se basa sobre recolectar todo dato por medio del cuestionario, el cual se enfoca principalmente en todos los elementos estudiados, es decir, los individuos seleccionados.

2.4.2. Instrumento

Para la recolección de todos los datos, se utilizó el instrumento del **CUESTIONARIO**, la cual dará una idea con respecto a la investigación.

Bernal (2016) “Indica que el cuestionario está compuesto por distintas preguntas, que permiten obtener toda la información importante y así lograr los objetivos propuestos de la investigación”

Este instrumento está compuesto por 20 preguntas; de las cuales 10 para la “Logística Internacional” y otras 10 para “Satisfacción del cliente”, el cuestionario se encontró direccionado a los trabajadores de Everest Cargo S.A.C., 2019.

2.4.3. Validez

Según Hernández (2014), la validez es el grado porcentual de la medición de una variable que se intenta medir (p. 200).

En esta investigación, el instrumento se encontró sometido bajo el juicio de expertos, según la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo – Filial Callao, quienes fueron:

- a) Dr. Lessner León Espinoza.

2.4.4. Confiabilidad

Según Bernal (2016), esta nos refleja toda la confiabilidad que se obtuvo gracias a las personas con las cuales se realizó la indagación por medio de un instrumento o cuestionario (p. 247).

La confiabilidad se realizó bajo el método de Alfa de Cronbach, usando los datos recolectados por las encuestas en base al estadístico SPSS 23, con la muestra, que coloca a los 35 trabajadores de la Empresa Everest Cargo S.A.C., con un total de 20 preguntas.

Tabla 04: Interpretación del coeficiente de alfa de c.

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Muy Baja
-0.2 a 0.40	Baja o Ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

Tabla 05: VARIABLE 1 - LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	10

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	35	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

De acuerdo a la Tabla N°5, dentro de la variable 1, la confiabilidad se considera muy alta, gracias a que la fiabilidad de la variable “Logística Internacional” cuenta con un nivel de 0.916.

Tabla 06: VARIABLE 2 - SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,925	10

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	35	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

De acuerdo a la Tabla N°6, dentro de la variable 2, la confiabilidad se considera muy alta, gracias a que la fiabilidad de la variable “Satisfacción del cliente” cuenta con un nivel de 0.925.

Tabla 07: VARIABLE 1 Y 2

Alfa de Cronbach	N de elementos
,955	20

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	35	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

De Acuerdo a la Tabla N°7, dentro de las variables 1 y 2, se considera una confiabilidad muy alta, gracias a que la fiabilidad de ambas variables “Logística Internacional” y “Satisfacción del cliente” cuentan con un nivel de 0.955.

2.5. Métodos de Análisis de Datos

Se llevó a cabo con el método estadístico descriptivo, con el programa Estadístico SPSS 23, dicho programa que se utilizó para llegar a conocer la fiabilidad de las variables estudiadas y generando datos importantes para el estudio; así mismo como principales pruebas objetivas de la investigación tenemos el juicio de expertos para el instrumento del cuestionario generando su legitimidad y el Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad.

2.6. Aspectos Éticos

Mantiene aspectos y principios éticos con la finalidad de respetar los resultados sobre la fiabilidad, así mismo la información de todos los distintos autores y su propiedad intelectual, correspondientes a sus fuentes y sin utilizar algún dato adicional de los encuestados.

III. RESULTADOS
3.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO
3.1.1. ANÁLISIS DE DIMENSIONES

VARIABLE 1 “LOGÍSTICA INTERNACIONAL”

Tabla 08: Dimensión 1 (Agrupada) "Cadena de Suministro"

Cadena de Suministro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	21	60,0	60,0	60,0
	DE ACUERDO	8	22,9	22,9	82,9
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	3	8,6	8,6	91,4
	EN DESACUERDO	2	5,7	5,7	97,1
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

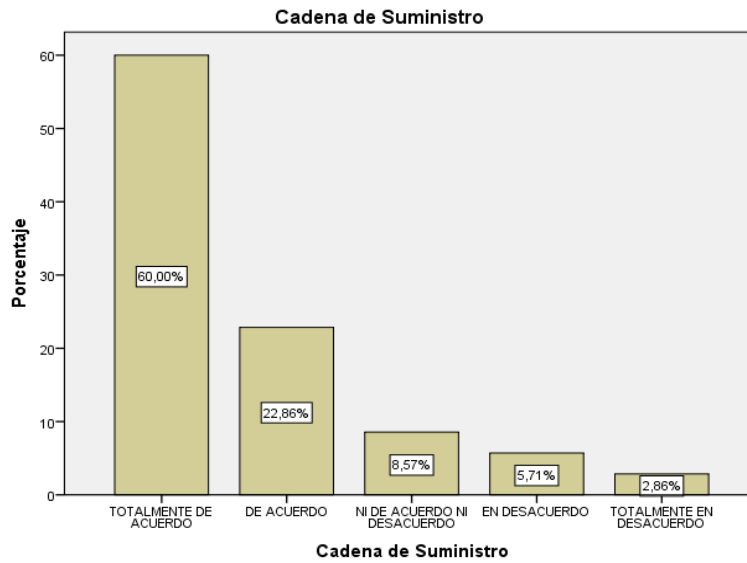


Figura 01: Gráfica Estadística - Cadena de Suministro

Interpretación:

Observando todos los resultados dentro de la tabla N°8, podemos observar que la muestra consta del 60%, la cual se encuentra conformada por los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C., los cuales mostraron que se encuentran totalmente de acuerdo sobre la dimensión estudiada. Por lo mismo, observamos que el 22,86% está de acuerdo,

mientras que 8,57% no esta de acuerdo ni desacuerdo, el 5,71% indico estar en desacuerdo y el 2,86% totalmente en desacuerdo.

Tabla 09: Dimensión 2 (Agrupada) "Planificación"

Planificación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
TOTALMENTE DE ACUERDO	21	60,0	60,0	60,0
DE ACUERDO	3	8,6	8,6	68,6
NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	4	11,4	11,4	80,0
EN DESACUERDO	6	17,1	17,1	97,1
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,9	2,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

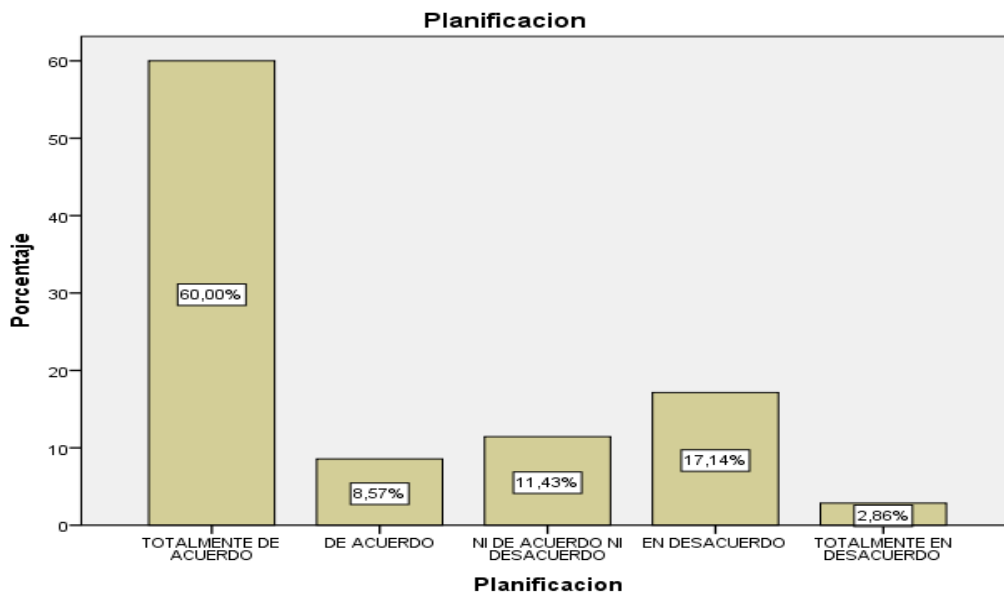


Figura 02: Gráfica Estadística - Planificación

Interpretación:

Observando los porcentajes dentro de la tabla N°9, podemos observar que la muestra consta del 60%, la cual se encuentra conformada por los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C., los cuales manifestaron que estan totalmente de acuerdo sobre la dimension estudiada. Por lo mismo, observamos que el 8,57% esta de acuerdo, mientras que 11,43% no esta de acuerdo ni desacuerdo, el 17,14% indico estar en desacuerdo y el 2,86% totalmente en desacuerdo.

Tabla 10: Dimensión 3 (Agrupada) "Control"

Control

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	19	54,3	54,3	54,3
	DE ACUERDO	6	17,1	17,1	71,4
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	7	20,0	20,0	91,4
	EN DESACUERDO	2	5,7	5,7	97,1
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

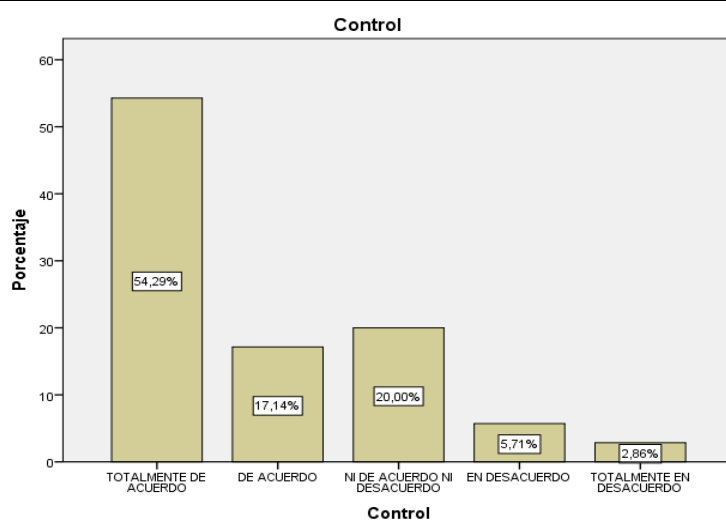


Figura 03: Gráfica Estadística - Control

Interpretación:

Observando los porcentajes dentro de la tabla N° 10, podemos observar que la muestra consta del 54,29%, la cual se encuentra conformada por los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C., los cuales manifestaron que están totalmente de acuerdo sobre la dimensión estudiada. Por lo mismo, observamos que el 17,14% está de acuerdo, mientras que 20% no está de acuerdo ni desacuerdo, el 5,71% indicó estar en desacuerdo y el 2,88% totalmente en desacuerdo.

Interpretación de la variable 1: “Logística Internacional”

Considerando que la variable 1 “Logística Internacional” tiene un alcance en la estadística descriptiva, observando los siguientes resultados, los cuales cuentan con un alto grado de aceptación correspondiente a las dimensiones propuestas en la investigación.

VARIABLE 2 “SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”

Tabla 11: Dimensión 4 (Agrupada) "Tomada de Decisión"

Toma de Decisión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	17	48,6	48,6	48,6
	DE ACUERDO	9	25,7	25,7	74,3
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	5	14,3	14,3	88,6
	EN DESACUERDO	3	8,6	8,6	97,1
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

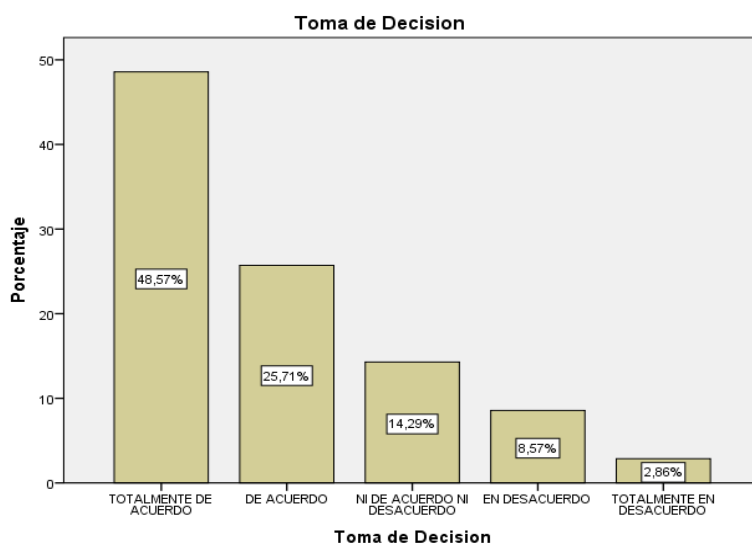


Figura 04: Gráfica Estadística - Toma de Decisión

Interpretación:

Observando los porcentajes dentro de la tabla N° 11, podemos observar que la muestra consta del 48,57%, la cual se encuentra conformada por los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C., los cuales manifestaron que están totalmente de acuerdo sobre la dimensión estudiada. Por lo mismo, observamos que el 25,71% está de acuerdo, mientras que el 14,29% no está de acuerdo ni desacuerdo, el 6,57% indicó estar en desacuerdo y el 2,86% totalmente en desacuerdo.

Tabla 12: Dimensión 5 (Agrupada) "Toma de Decisión"

Cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	12	34,3	34,3	34,3
	DE ACUERDO	10	28,6	28,6	62,9
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	11	31,4	31,4	94,3
	EN DESACUERDO	1	2,9	2,9	97,1
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

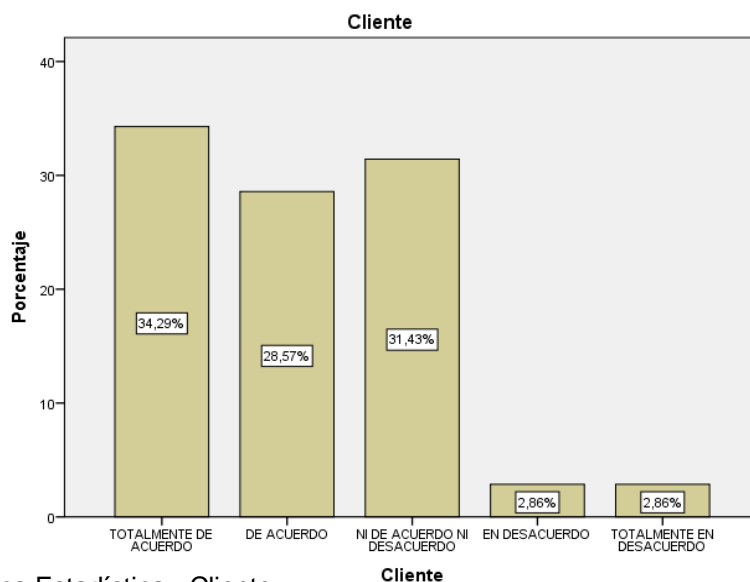


Figura 05: Gráfica Estadística - Cliente

Interpretación:

Observando los porcentajes dentro de la tabla N° 12, podemos observar que la muestra consta del 34,29%, la cual se encuentra conformada por los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C., los cuales manifestaron que están totalmente de acuerdo sobre la dimensión estudiada. Por lo mismo, observamos que el 28,57% está de acuerdo, mientras que 31,43% no está de acuerdo ni desacuerdo, el 2,86% indicó estar en desacuerdo y el 2,86% totalmente en desacuerdo.

Tabla 13: Dimensión 6 (Agrupada) "Servicio"

Servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	20	57,1	57,1	57,1
	DE ACUERDO	10	28,6	28,6	85,7
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	2	5,7	5,7	91,4
	EN DESACUERDO	2	5,7	5,7	97,1
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,9	2,9	100,0
Total		35	100,0	100,0	

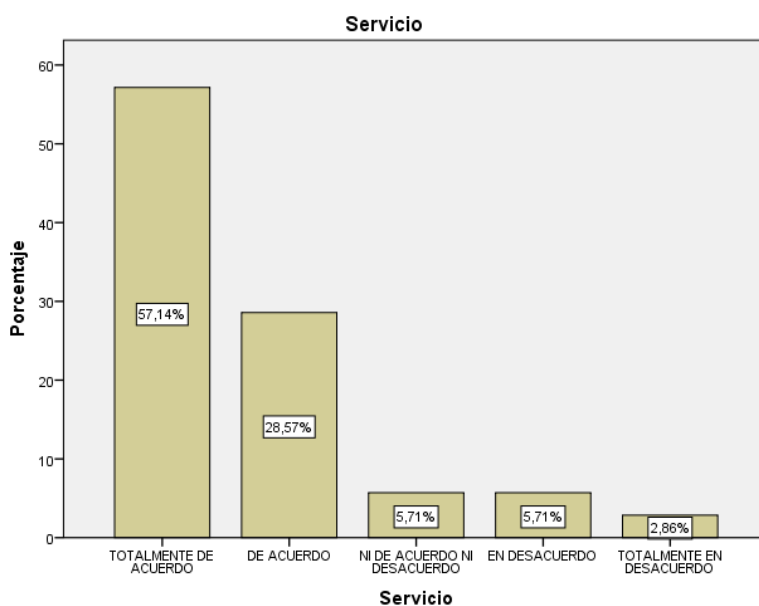


Figure 6: Gráfica Estadística - Servicio

Interpretación:

Observando los porcentajes dentro de la tabla N° 13, podemos observar que la muestra consta del 57,14%, la cual se encuentra conformada por los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C., los cuales manifestaron que están totalmente de acuerdo sobre la dimensión estudiada. Por lo mismo, observamos que el 28,57% está de acuerdo, mientras que el 5,71% no está de acuerdo ni desacuerdo, el 5,71% indicó estar en desacuerdo y el 2,86% totalmente en desacuerdo.

Interpretación de la variable 2: “Satisfacción del cliente”

Considerando que la variable 2 “Satisfacción del cliente” tiene un alcance en la estadística descriptiva, observando los siguientes resultados, los cuales cuentan con un alto grado de aceptación correspondiente a las dimensiones propuestas en la investigación.

3.2 Análisis de la Prueba de Normalidad

Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305).

Tabla 14: Prueba de Normalidad

Coeficiente	Tipo de correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Prueba de Normalidad

H0: La distribución de la muestra es normal

H1: La distribución de la muestra no es normal

Considerando:

Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Sig. > 0.05 se acepta la hipótesis nula

Tabla 15: Prueba de Normalidad Variable 1 - 2

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Logística Internacional	,325	35	,000	,771	35	,000
Satisfacción del Cliente	,364	35	,000	,731	35	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Según lo indicado dentro del cuadro, podemos verificar que el número de muestra es < 50 por lo tanto se utilizara Shapiro – Wilk con un valor de 0.771 de la primera variable y de 0.731 de la segunda.

- **Comparación del valor P**

$$\text{Valor } p = 0.000 < \alpha = 0.05$$

- **Decisión.**

Gracias a los resultados obtenidos podemos indicar que se rechaza la H0 y se acepta la H1, debido a que la significancia es menor a 0.05, lo cual demuestra que las puntuaciones difieren de la distribución normal y por aplicaremos la PRUEBA RHO DE SPEARMAN.

Contrastación y correlación de hipótesis

La contrastación de hipótesis llego gracias a la prueba de normalidad, en la cual se aplicó el Rho de Spearman para poder llegar a conocer el grado de correlación existente entre las dos variables. Con lo que se prosiguió a realizar el Rho de Spearman para la comprobación de la hipótesis nula o la hipótesis de investigación.

3.3. Prueba de Correlación

3.3.1 Hipótesis General

Tabla 16: Prueba de Correlación - Logística Internacional y Satisfacción del Cliente

Logística Internacional y Satisfacción del cliente

Correlaciones

			Logística Internacional	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Logística Internacional	Coefficiente de correlación	1,000	,910**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,910**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

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

Considerando que:

- ✓ Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .
- ✓ Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0 .

Interpretación:

Según lo hallado dentro de la significancia con un valor de 0.000, siendo menor a la fijada dentro del trabajo de investigación de 0.05, con la cual se rechazó la hipótesis nula y aceptándose la hipótesis de investigación, indicándose que la logística internacional si se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Everest Cargo S.A.C., Callao – 2019. Debido a que en las variables existió una correlación de 91%, lo cual indico que la correlación es positiva media, según Hernández et al. (2014, p. 305).

HIPÓTESIS GENERAL:

La Logística Internacional se relaciona positivamente con la Satisfacción del cliente en la Empresa Everest Cargo 2019.

Hipótesis Nula (H0):

La Logística Internacional no se relaciona positivamente con Satisfacción del cliente en la Empresa Everest Cargo 2019.

Hipótesis de Investigación (H1):

La logística Internacional si se relaciona positivamente con Satisfacción del cliente en la Empresa Everest Cargo 2019.

Correlación de variables de Hipótesis Especificas

Cadena de Suministro y Satisfacción del cliente

Tabla 17: Correlación Hipótesis 1

		Correlaciones		
			Cadena de Suministro	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Cadena de Suministro	Coeficiente de correlación	1,000	,914**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,914**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

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

Considerando que:

- ✓ Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .
- ✓ Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0 .

Interpretación:

Según lo hallado dentro de la significancia con un valor de 0.000, siendo menor a la fijada dentro del trabajo de investigación de 0.05, con la cual se rechazó la hipótesis nula y aceptándose la hipótesis de investigación, indicándose que la cadena de suministro se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Everest Cargo S.A.C., Callao – 2019. Debido a que en las variables existió una correlación de 91.4%, lo cual indico que la correlación es positiva media, según Hernández et al. (2014, p. 305).

HIPÓTESIS GENERAL:

La cadena de Suministro se relaciona positivamente con la Satisfacción del cliente en la empresa Everest Cargo S.A.C ,2019

Hipótesis Nula (H0):

La cadena de suministro no se relaciona positivamente con la Satisfacción del cliente en la empresa Everest Cargo S.A.C ,2019

Hipótesis de Investigación (H1):

La cadena de suministro si se relaciona positivamente con la Satisfacción del cliente en la empresa Everest Cargo S.A.C ,2019.

Correlación de variables de Hipótesis Especificas

Planificación y Satisfacción del cliente

Tabla 18: Correlación Especifica 2

		Correlaciones	
		Planificación	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Planificación	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	35
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,915**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	35

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

Considerando que:

- ✓ Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .
- ✓ Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0 .

Interpretación:

Según lo hallado dentro de la significancia con un valor de 0.000, siendo menor a la fijada dentro del trabajo de investigación de 0.05, con la cual se rechazó la hipótesis nula y aceptándose la hipótesis de investigación, indicándose que la planificación se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Everest Cargo S.A.C., Callao – 2019. Debido a que en las variables existió una correlación de 91.5%, lo cual indico que la correlación es positiva media, según Hernández et al. (2014, p. 305).

HIPÓTESIS GENERAL:

La planificación se relaciona positivamente con la Satisfacción del cliente en la empresa Everest Cargo S.A.C., 2019.

Hipótesis Nula (H0):

La planificación no se relaciona positivamente con la Satisfacción del cliente en la empresa Everest Cargo S.A.C. ,2019

Hipótesis de Investigación (H1):

La planificación si se relaciona positivamente con la Satisfacción de clientes en la empresa Everest Cargo S.A.C ,2019.

Correlación de variables de Hipótesis Específicas

Control y Satisfacción del cliente

Tabla 19: Correlación Específica 3

		Correlaciones		
		Control	Satisfacción del cliente	
Rho de Spearman	Control	Coeficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	.	
		N	35	
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,923**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

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

Considerando que:

- ✓ Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .
- ✓ Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0 .

Interpretación:

Según lo hallado dentro de la significancia con un valor de 0.000, siendo menor a la fijada dentro del trabajo de investigación de 0.05, con la cual se rechazó la hipótesis nula y aceptándose la hipótesis de investigación, indicándose que el control se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Everest Cargo S.A.C., Callao – 2019. Debido a que en las variables existió una correlación de 91.4%, lo cual indico que la correlación es positiva media, según Hernández et al. (2014, p. 305).

HIPÓTESIS GENERAL:

El control se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente en la empresa Everest Cargo S.A.C., 2019.

Hipótesis Nula (H0):

El control no se relaciona positivamente con la Importación Definitiva en la empresa Arauco Perú S.A ,2019

Hipótesis de Investigación (H1):

El control si se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente en la empresa Everest Cargo S.A.C., 2019.

IV. DISCUSIÓN

4.1 Discusión – Hipótesis General: Logística Internacional y Satisfacción del cliente

Observándose los resultados obtenidos dentro de la investigación, se planteó como objetivo general el determinar la relación que existe entre La Logística Internacional y la satisfacción del cliente de la empresa Everest Cargo S.A.C. – Callao 2019. Aplicándose el análisis no paramétrico Spearman, con lo cual se pudo obtener un resultado de una correlación positiva muy alta de 91% entre las variables de estudio, asimismo, la significancia que se halló fue de 0.000, la cual es menor a la significancia fijada dentro del trabajo de 0.05, implicando que se rechaza la hipótesis nula h_0 y se acepta la hipótesis alterna h_1 de investigación, y por lo cual se llega a afirmar que la Logística Internacional y la satisfacción del cliente en la empresa Everest Cargo S.A.C. – Callao 2019 se relaciona positivamente.

De acuerdo a la investigación Huertas (2018) en su investigación “La relación entre la Logística internacional y la satisfacción del cliente en Ancro S.R.L., Santa Anita – 2018” se contrasta los resultados obtenidos mediante la estadística de Spearman, el cual brindó un resultado de 0.9201, y un nivel de significancia de 0.00, con lo cual se pudo validar la hipótesis y confirmarse la presencia de relación positiva entre las variables. Por otro lado, el investigador concluyó que existe una correlación con satisfacción del cliente, afirmando que mientras mejor sea la logística internacional, mayor será la satisfacción del cliente. Por lo que ahora se tendrá en cuenta que el manejo del aprovisionamiento, almacén, producción y distribución para contar con el producto o servicio final en tiempo y lugar solicitado por el cliente.

Observándose, la existencia de la concordancia positiva entre ambas investigaciones dados los resultados estadísticos mencionados, por otro lado, el investigador llega a la conclusión de que existe una correlación entre logística internacional con satisfacción del cliente, afirmando de tal forma que mientras mejor sea la gestión, mayor será la satisfacción del cliente. Teniendo en cuenta el manejo del aprovisionamiento, almacén y lugar solicitado por el cliente del distrito de Santa Anita.

Relacionando esta investigación y los resultados obtenidos gracias a la encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C. Callao – 2019, como se puede ver en la teoría de restricciones Uwe Techt (2016) indica que es un instrumento

que permitirá mejorar la toma de decisiones y de tal manera buscar resultados a través de un mejoramiento logístico mediante las aplicaciones de esta en la productividad y así lograr una rentabilidad a la empresa.

Aporte

La logística internacional se tendría que optar por cumplir con todo el proceso correctamente y buscar capacitarse constantemente puesto que para nuestro país es un punto que crea mucho crecimiento económico, dando incluso mayor oportunidad de trabajo, además de permitir que muchas empresas crezcan y se introduzcan a otros mercados, lo cual permitirá que estas sigan compitiendo para buscar ser las mejores de su rubro.

4.2 Discusión – Hipótesis 1: Cadena de Suministros

Se planteó como primer objetivo específico el determinar la relación que existe entre la cadena de suministro y la satisfacción del cliente. Con el cual se pudo determinar que si existe una correlación positiva muy fuerte de un 91.4% entre la dimensión de la variable 1 Logística Internacional y la variable 2 satisfacción del cliente. Asimismo, se halló una significancia de 0.000, la cual es menor a la significancia fijada de 0.05 implicando que se rechaza la hipótesis nula h_0 y se acepta la hipótesis alterna h_1 , procediendo a indicarse que la cadena de suministro si se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente de la Empresa Everest Cargo S.A.C. – Callao 2019.

De acuerdo con la investigación realizada por Contreras (2018) titulada, “La cadena de suministros y su relación con la eficiencia del Área logística de la ONG Vida, Lima – 2018”, se contrasta los resultados obtenidos mediante la estadística inferencial de Spearman que dieron un valor de 0,9140 y un nivel de significancia de 0.000, con los valores obtenidos en esta tesis que fue de un 0.8310. Se analizó que existe una concordancia entre La cadena de suministros y la eficiencia en el Área logística, según ambos estudios dado los valores estadísticos.

Observándose, la existencia de la concordancia positiva el trabajo de investigación y la investigación elegida del autor gracias a los resultados ya mencionados anteriormente de manera estadística, por otro lado, el investigador concluye que el aumento de la eficiencia dentro del área logística brindara un mayor estándar de cómo se podría manejar la cadena de suministro en la empresa ONG VIDA.

Relacionando esta investigación y los resultados obtenidos gracias a la encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C. Callao – 2019, como se puede ver en la definición que nos brinda Mendoza (2014) indica que la cadena de suministro nace para brindar soluciones a todos los problemas entre las etapas de la adquisición de materias primas hasta su distribución.

Aporte

La Cadena de suministro se debería realizar de manera más constante y ordenadamente, ya que esto permitirá a que muchas empresas ingresen al rubro del sector comercial y logístico, para ingresar a mercados extranjeros, así como solicitar mercaderías a proveedores del exterior, aumentando además sus utilidades año tras año, y sin tener fallas en sus tiempos y costos.

4.3 Discusión – Hipótesis 2: Planificación

De acuerdo con la investigación de Aramayo (2015) en su investigación “La relación entre la Planificación de importaciones y manejo de inventarios con pérdidas en empresas de ventas de libros. El caso de las pérdidas en librerías Crisol en el periodo 2014 – agosto 2015” se contrasta los resultados obtenidos utilizando la estadística de Spearman, la cual proporciono un resultado de 0.8605, y un nivel de significancia de 0.00, con los valores obtenidos de la tesis que fue de un 0,9150 se analizó que existe una concordancia entre la Planificación y la Satisfacción del cliente, por lo que se demuestra en ambos estudios estadísticos.

En las que podemos observar que la investigación tiene concordancia a la investigación del autor, gracias a los resultados ya mencionados de manera estadística, por otro lado, el investigador llega a la conclusión de que el sistema utilizado actualmente para determinar las cantidades de material propio, el cual es importado y que representa un 40% de la mercadería, está basado en la opinión experta de la gerencia con respecto a la planificación de sus importaciones.

En relación a esta investigación y los resultados obtenidos por parte de los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C. Callao – 2019, tal como podemos ver en la definición de George Terry 2012, (Citado por Bernal, 2014, p.2) la planificación es la selección de la información, la elaboración de suposiciones sobre el futuro, de tal manera se creen actividades para los objetivos organizacionales.

Aporte

La planificación es una función que permitirá analizar las diferentes situaciones y establecer objetivos mediante el cual busquen alcanzar estos mismo y desarrollar distintos planes de acción que lleguen a implementar dentro de las estrategias de cada una de las empresas que opten por aplicarla y que estas emprendan en línea recta hacia un gran crecimiento a nivel nacional e internacional.

4.4 Discusión – Hipótesis 3: Control

Se planteó como tercer objetivo específico el determinar la relación que existe entre el Control y la Satisfacción del cliente, de igual manera, se determinó que existe una correlación positiva muy fuerte de un 92.3% entre la dimensión de la variable1 Logística Internacional y la variable2 Satisfacción del cliente. Asimismo, la significancia hallada de 0.000 es menor que la significancia de trabajo fijada de 0.05 lo que implica que se rechaza la hipótesis nula h_0 y se acepta la hipótesis alterna h_1 , y por consiguiente el Control si se relaciona positivamente con la Satisfacción del cliente de la Empresa Everest Cargo S.A.C. – Callao 2019.

De acuerdo a la Investigación de Alvarado (2016) “Diseño de un Sistema de Asignación y Control para la Lavandería “Sra. Washi” – 2016” Se contraste los resultados mediante la estadística de Spearman que dieron un valor de 0.8109, y un nivel de significancia de 0.00, con los valores que se obtuvieron de esta tesis que fue de 0,9230. Se pudo analizar que existe una relación entre el Control y la Satisfacción del cliente, según los estudios estadísticos de ambas investigaciones.

En las que podemos observar una excelente relación por parte de ambas investigaciones gracias a los ya mencionados resultados estadísticos, por otro lado, el investigador llega a la conclusión de que el sistema de control, que se ajusta de la mejor forma y de manera más adecuada dentro de los modelos de negocios, son las que se manejan de forma personal e individual dependiendo el tipo de cliente y sobre la cantidad de recursos para utilizar.

En relación a esta investigación y los resultados obtenidos por parte de los trabajadores de la empresa Everest Cargo S.A.C. Callao – 2019, tal como podemos ver en la definición de Fayol 1949, (Citado por Pérez, 2015) quien nos comenta que el control

consiste en mantener verificado como se realiza toda la dirección propuesta, bajo órdenes y principios utilizadas por la empresa.

Aporte

El control es un sistema que permitirá a toda empresa u organización en el Perú, obtener un control sobre todos sus procesos, objetivos, inventarios, etc. Elevando el nivel de calidad del servicio al cliente, y reduciendo pérdidas por falta de mercancía, además ayudará a gran parte de las empresas nacionales a generar una mayor lealtad hacia ellos y que a su vez permitirá gestionar todo el proceso para evaluar el grado de cumplimiento de cada uno de los procesos brindados por las organizaciones.

V. CONCLUSIONES

1. **Primera:** Se logró el cumplimiento del objetivo general en el que se demuestra que, si existe una relación entre las variables “LOGISTICA INTERNACIONAL Y SATISFACCION DE CLIENTE” de la empresa **Everest Cargo S.A.C.** de 91%, concluyendo que la logística internacional es importante, ya que permite lograr la satisfacción del cliente, mediante distintos procesos y el perfecto manejo de estos, de tal manera se puedan obtener los mejores tiempo y costos en el traslado de materiales y/o servicios.

2. **Segunda:** Se logró el cumplimiento del 1er Objetivo Específico en el cual se demuestra que existe una relación entre la cadena de suministro y la satisfacción del cliente de **Everest Cargo S.A.C.** de 91.4%. Por lo cual se concluye que la cadena de suministro es realmente importante dentro de la satisfacción del cliente, puesto a que se busca perfeccionar todos los procesos logísticos y eliminarle perdidas de tiempos o sobre costos de manera que puedan generar mayor utilidad.

3. **Tercera:** Se logró el cumplimiento del 2do Objetivo Específico en la cual se demuestra que existe una relación entre la planificación y la satisfacción del cliente de la empresa **Everest Cargo S.A.C.** de 91.5%. Asimismo, se concluye que los resultados que se obtengan de la planificación correcta por parte de una empresa logístico, permitirán que se logre cumplir con lo propuesto, lo que se generara una satisfacción al cliente, ya que se ejecutara todo lo propuesto en los tiempos correctos y el orden apropiado, evitando y cumpliendo con todos los objetivos propuestos.

4. **Cuarta:** Se logró el cumplimiento del 3er objetivo específico en la cual se demuestra la existencia de la relación sobre el control y la satisfacción del cliente de 92%. Por lo tanto, concluimos que los resultados que se obtengan de parte del control por la empresa tienen una relación significativa con respecto a la satisfacción del cliente debido al control del proceso logístico para evitar errores que conlleven a malestar en los clientes.

VI. RECOMENDACIONES

Ya realizado el análisis de los resultados obtenidos de manera total dentro de la investigación realizada, podemos formular recomendaciones para “Empresas” que brindan el mismo tipo de servicios como agenciamiento de carga internacional.

1. **Primera:** Considerando los resultados de la Logística Internacional y la satisfacción del cliente se pudo determinar que al mejorar los servicios logísticos brindados se podrá atender las principales necesidades del cliente, a fin que el usuario ahorre tiempo y costos en el transporte internacional de su mercadería y le cree eficiencia en toda la cadena de suministros. Asimismo, impulse el desarrollo a una mejor cadena por parte de la empresa Everest Cargo S.A.C.

2. **Segunda:** Se recomienda que las entidades que brinden el servicio logístico de Agenciamiento de carga, realicen mayor publicidad para los clientes, es decir importadores y exportadores, a través de redes sociales, a fin de poder contactar con mayor cantidad de clientes y/o ciudadanos que deseen realizar este tipo de actividades por primera vez y de forma regular. Asimismo, que se brinde capacitaciones para los mismos importadores y exportadores, dándoles a conocer todas las ventajas y beneficios que tendrían al realizar estos procedimientos mediante un lenguaje práctico y sencillo que logre hacer que se entienda para ellos.

3. **Tercera:** Se recomienda que la empresa al realizar un servicio logístico mediante la contratación de otra empresa, deba tener conocimiento de este mercado y rubro para que se respeten todos los procedimientos de manera sencilla, y puedan brindarse todo lo necesario en cada uno de los procesos a seguir para que no exista ninguna falta o sanción para esta misma.

4. **Cuarta:** Finalmente, se recomienda que, a través del uso de este tipo de servicios, la empresa puede obtener utilidades, siempre y cuando se les brinde un excelente servicio que les permita ahorrar tiempo y costo. De tal manera que puedan realizar estos pedidos de manera regular y maximizando sus utilidades de manera constante generando la fidelidad y satisfacción del cliente final.

REFERENCIAS

- Adame, J. (2017), “ The impact f human resources policies and practices on organizational citizenship behaviors”. *BBR – Brazilian Business Review*, vol. 14, pp. 636 – 653. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=123053350006>
- Alvarez, A. (2016), “Incidencia de la Infraestructura sobre la satisfacción de los clientes y vendedores en la Empresa Municipal Mercado de Productores Agrícolas San Pedro de Riobamba (EMMPA)”. *Industrial Data*, vol. 19, núm. 2, pp. 42 – 48. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/816/81649428006.pdf>
- Alves, A. (2016), A PERCEPÇÃO DA SATISFAÇÃO PELOS CLIENTES DE MARCAS PRÓPRIAS. Brasil. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, vol. 10, núm. 4, pp. 114-129. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=441749113009>
- Andrew, S. (2015), “Mediating Effects of Organizational Citizenship Behavior on Organization Performance: Empirical Analysis of Public Employees in Guadalajara, Mexico”, *EconoQuantum*, vol. 12, núm. 2, pp. 71 – 92. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125042597004>
- Aramayo (2015), “*La Relación entre la planificación de importaciones y manejo de inventarios con pérdidas en empresas de venta de libros. El caso de las perdidas en Librerías Crisol en el periodo Agosto 2014 – Agosto 2015*”. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/614013/Gomez_VJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Blisotoon, A, (2019), “The Study of relationship between Organizational Learning and Organizational Performance”, vol. 19, núm. 1, pp. 164 – 172. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5346/534655928007/index.html>
- Carbonell, L. (2018), “*Gestión de procesos en el área de Logística de la Empresa La Hanseática S.A – San Isidro, 2018*”. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23290/Carbonell_ALK.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Carmelo, J. (2014), “Relación entre corrupción y satisfacción”. *Revista de Economía aplicada*, vol. XXII, núm. 64, pp. 31-58. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/969/Resumenes/Resumen_96930463002_1.pdf
- Carrasco, s. (2017). Metodología de la Investigación científica: pautas Metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. Lima, Perú: Editorial San Marcos EIRL.
- Carvalho, B. (2014), “Sebenta de Economia: IV – A teoria do Consumidor”. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=IDveAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Teoria+de+los+consumidores&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiegLPHx6vmAhXi1FkKHXSvA1oQ6AEIOTAC#v=onepage&q=Teoria%20de%20los%20consumidores&f=false>
- Castellano, A. (2015), “*Logística Internacional*”. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=8XhaDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=logistica+in%20ternacional+conceptos+libros&hl=es-20419&sa=X&ved=0ahUKEwiXi5rDte_iAhXDx1kKH7pBIMQ6AEIODAD#v=onepage&q=logistica%20internacional%20conceptos%20libros&f=false
- Contreras, F. (2018), *Administración de la Cadena de Suministros y su Relación con la Eficiencia del Área de Logística de la ONG Vida, Lima-2018*. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26406/Contreras_PLF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cirilloa, V. (2017), “European households incomes since the crisis”, *Investigación Económica*, vol. LXXVI, núm. 301, pp. 57 – 87. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60155349002>
- Da Silva, L. (2017), “Risco político e internacionalização de empresas: uma revisão bibliográfica”. *Cadernos EBAPE.BR*, vol. 15, pp. 63 – 87. Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323250132005_2
- Diaz, A. (2017), “Total Factor Productivity in Manufacturing and Economic Growth in Mexico”, *Análisis Económico*, vol. XXXII, núm. 79, pp. 7 – 24. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/413/41352781002/index.html>

- Díaz, D. (2014), “Transporte y Logística en la Economía Mundial”. *Revista de Economía Mundial*, (38), 19-22. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86632965001>
- Fernández, J. (2014), “La Logística Internacional y su impacto en la eficiencia de la cadena de suministro en maquiladoras de ciudad Juárez”. *Revista CULCyT: Cultura Científica y Tecnológica*. Núm., 49, pp 26-41. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7059417>
- Fernandes, W. (2014). “The Relationship between the logistics complexity of manufacturing companies and their supply chain management production”. *Associação Brasileira de Engenharia de Produção*, vol.24, núm. 2, pp. 233 – 254. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=396742057001>
- Freitas, I. (2017), “ESTRATÉGIA, MUDANÇA ORGANIZACIONAL E RESILIÊNCIA ORGANIZACIONAL”. *Cadernos EBAPE.BR*, vol. 15, Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323252561001>
- García, R. (2016). “Characterization of supply chain problems”. *Dyna: Universidad Nacional de Colombia*. Vol 83, núm. 198, pp. 68 – 78. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49647009008>
- Gutiérrez, K. (2018), “Estrategia competitiva y Satisfacción del cliente en la tienda Marathon Chimbote 2018”. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/28907/Castro_GK-Grau_BHJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Herazo, G. (2018), “*Relación de la calidad, la satisfacción y lealtad de marca de los clientes de LATAM en vuelos nacionales en el 2017*”. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3925/1/2018_Herazo-Pachas.pdf
- Hernández, R. (2014), *Metodología de la Investigación*. México DF, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V., 6ta ed. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hong, M. & Luo, ZQ. “Math. Program”. (2017) 162 - 165. Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1007/s10107-016-1034-2#citeas>

- Huertas, F. (2018), “*La relación entre la gestión Logística y la Satisfacción del cliente en Acro S.R.L., Santa Anita – 2018*”. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23219/Huertas_AFDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lopez, R. (2016), “Beneficial and Harmful Addictions: Two sides of the same coin”, *Lecturas de Economía*, núm. 84, pp. 9 – 31. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155243576001>
- Mawson, S. (2017), “Customer perceived value in high growth firms”, *Cuadernos de Economía*, vol. 37, núm. 75, pp. 755 – 778, <https://www.redalyc.org/jatsRepo/2821/282161175005/index.html>
- Maximiliano, F. (2016), “Satisfacción del cliente y Logística internacional en los sistemas de distribución”. Recuperado de <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/2602/1/Tesis%20Fabio%20Miguel%20%28BC.UNS-calidad%29.pdf>
- Medina, R. (2014), “*Índice de Desempeño Logístico: Exportaciones Europeas*”. *Revista de Economía mundial 2014*, (38). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86632965004>
- Mendoza, A. (2014), “Optimización Multiobjetivo en una cadena de Suministro”, *Revista de Ciencias Estratégicas*, 22 (32), 295 – 308. Recuperado de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=151339264008>
- Morgestein, W. (2014), “El concepto de información en el Estatuto del consumidor Colombiano. Un estado jurídico de la institución en la Ley 1480 de 2011”. *Revista Estudios Socio-Jurídicos*, 17(1), 195-217. Recuperado de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/733/73333009006/index.html>
- Mosquera, A. (2017), “*Relación entre calidad de servicio y Satisfacción de clientes de Food Truck ubicados en el distrito de San Isidro*”. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3673/1/2017_Mosquera-Anaya.pdf
- Nicolao, L. (2016), “Improving Consumer Decisions: The Conscious Use of Primes as Performance Enhancers”. *BAR – Brazilian Administration Review*, vol. 13, núm. 1, pp. 19 – 32. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84145311003>

- Oksana, V. (2019), “Scientific and philosophical Meaning of the concept of “Information”. *Utopia y Praxis Latinoamericana*”, vol. 23, núm. 82, pp. 347 – 351. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/279/27957591029/index.html>
- Orjuela, J. (2016), “Costos Logísticos y metodologías para el costeo en cadenas de suministros: una revisión de la literatura”. *Cuadernos de Contabilidad*, 17(44), pp. 377 – 420. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v17n44/v17n44a03.pdf>
- Pérez, M. (2015), “El control de gestión y el talento humano: conceptos y enfoques. *Universidad & Empresa*, vol. 17, núm. 29, pp. 13-33. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1872/187243745002.pdf>
- Pinheiro, O. (2017), “Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma”. *Revista Chilena de ingeniería*, vol. 25, núm. 2, pp. 264-276. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052017000200264
- Rodenas, C. (2017), “¿A new pattern in international mobility? The case of Spain in the Great Crisis”, *Investigación Económica*, vol. LXXVI, núm. 299, pp. 153 – 181. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60155347005>
- Rubio, G. (2014), La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un Análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL). Colombia. *Cuadernos de Administración*, vol. 30, núm. 52, pp. 54-64. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225033236006>
- Santamaría, O. (2016), “Análisis de la Calidad del Servicio Posventa y la Satisfacción de clientes de los concesionarios de la Industria Automotriz en Colombia”. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/57508/1/1022367912.2017.pdf>
- Uwe, T. (2016), “Goldratt y la Teoría de Restricciones: El salto Cuántico en Gerencia”. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=qY40DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Teoria+de+las+restricciones&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiE3oPDx6vmAhWDrFkKHxrxC1sQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>
- Yang, K. (2018), “Challenges and opportunities for assessing transport properties of high-performance concrete”, *Revista de la Asociación Latinoamericana de control*

de calidad, patología y recuperación de la construcción. Vol. 8, pp. 246 – 263.
Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4276/427655793007/index.html>

Zayas, A. (2015), “Causas de la satisfacción laboral en una organización comercializadora *mayorista*”. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, vol. XXIII, núm. 2, pp. 35-51. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/909/90943601004.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 01: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES / INDICADORES	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN, UNIDADES DE MUESTREO Y MUESTRA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL			
¿Cómo se relaciona la logística internacional y la satisfacción de clientes de la Empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019?	Determinar cómo se relaciona la logística internacional con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019.	La logística Internacional se relaciona positivamente con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019.	VARIABLE 1 : LOGISTICA INTERNACIONAL	CADENA DE SUMINISTRO Materias Primas Distribución PLANIFICACIÓN Información Objetivos Organizacionales CONTROL Dirección Empresa	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN No experimental - Transversal TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada NIVEL DE INVESTIGACIÓN Descriptivo - Correlacional POBLACION 40 MUESTRA 35 TECNICA DE PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN Programa SPSS 23
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS			
¿Cómo se relaciona la cadena de suministro y la satisfacción de clientes de la Empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019?	Determinar cómo se relaciona la cadena de suministro y la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019.	La cadena de suministros se relaciona con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019.			
¿Cómo se relaciona la planificación y la satisfacción de clientes de la Empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019?	Determinar cómo se relaciona la planificación y la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019.	La planificación se relaciona con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019.			
¿Cómo se relaciona el control y la satisfacción de clientes de la Empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019?	Determinar cómo se relaciona el control y la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019.	El control se relaciona con la satisfacción de clientes de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C. - Lima, 2019.	VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	TOMA DE DECISIÓN Recursos Calidad CLIENTES Cliente Interno Cliente Externo SERVICIO Organización Beneficios	

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO N° 02: Instrumento – Cuestionario

CUESTIONARIO

INTRODUCCIÓN

Estimado trabajador de la empresa Everest Cargo S.A.C.

La presente encuesta forma parte del trabajo de investigación llamada: “La Logística Internacional y la Satisfacción del cliente de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C., Callao – 2019”.

Por tal razón, se les pide toda la colaboración para que puedan responder las preguntas de una forma sincera y objetiva. La información es totalmente confidencial, puesto que los resultados se manejarán solo para la investigación.

Le agradezco por su colaboración y tiempo.

Instrucciones:

- Señalar con un X la respuesta que usted crea correcta según los valores mostrados en la siguiente tabla:

Tabla 2: Escala de Likert

Datos Específicos
1 Muy en desacuerdo
2 En desacuerdo
3 Indiferente
4 De acuerdo
5 Muy de acuerdo

Instrumento

CUESTIONARIO

El presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación titulado “La Logística internacional y la Satisfacción del cliente de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C., Callao - 2019”, el cual será respondida por los trabajadores de la empresa.

INSTRUCCIONES: Marque con una “X” en la casilla que usted considere correspondiente. (VARIABLE 1)

ÍTEMS	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDIFERENTE	EN DESACUERDO	MUY EN DESACUERDO
1) ¿Considera usted que la empresa cumple con los servicios que ofrecen?					
2) ¿Considera usted que la empresa cumple con el flujo de entrega del producto?					
3) ¿Considera usted que la información que brinda la empresa proporciona un mejor entendimiento?					
4) ¿Considera usted que la empresa cumple con sus objetivos organizacionales?					
5) ¿Considera usted que la empresa ha incrementado sus metas?					
6) ¿Cree usted que la empresa se está direccionando para obtener mejores resultados?					
7) ¿Considera usted que la empresa motiva a los supervisores de cada área?					
8) ¿Considera usted que la empresa hace buen uso de los recursos humanos que la conforman?					
9) ¿Cree usted que la empresa cuenta con un objetivo para su crecimiento?					
10) ¿Considera usted que la empresa utiliza todos sus recursos disponibles?					

Instrumento

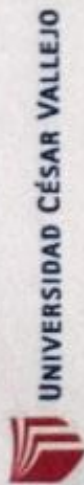
CUESTIONARIO

El presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación titulado “La Logística internacional y la Satisfacción del cliente de la empresa de carga Everest Cargo S.A.C., Callao - 2019”, el cual será respondida por los trabajadores de la empresa.

INSTRUCCIONES: Marque con una “X” en la casilla que usted considere correspondiente. (VARIABLE 2)

ÍTEMS	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDIFERENTE	EN DESACUERDO	MUY EN DESACUERDO
11) ¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia para el uso de sus recursos?					
12) ¿Considera usted que la empresa cumple con su estrategia propuesta?					
13) ¿Considera usted que la empresa cuenta con un servicio de calidad?					
14) ¿Cree usted que la empresa brinda satisfacción a los clientes?					
15) ¿Considera usted que la empresa fideliza a sus trabajadores?					
16) ¿Cree usted que la empresa busca mejorar su servicio?					
17) ¿Considera usted que la empresa cuenta con una estructura organizacional adecuada?					
18) ¿Considera usted que la empresa necesita planear más sus actividades?					
19) ¿Cree usted que los trabajadores son una pieza importante para la organización?					
20) ¿Cree usted que al aumentar los beneficios a los trabajadores se mejorará el desempeño laboral?					

ANEXO N° 03: Validez de Expertos



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE LOGISTICA INTERNACIONAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSION 1: CADENA DE SUMINISTRO ¿Considera usted que la empresa cumple con los servicios que ofrecen?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que la empresa cumple con el flujo de entrega del producto?	✓		✓		✓		
3	DIMENSION 2: PLANIFICACIÓN ¿Considera usted que la información que brinda la empresa proporciona un mejor entendimiento?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que la empresa cumple con sus objetivos organizacionales?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que la empresa ha incrementado sus metas?	✓		✓		✓		
6	DIMENSION 3: CONTROL ¿Cree usted que la empresa se está direccionando para obtener mejores resultados?	✓		✓		✓		
7	¿Considera usted que la empresa motiva a los supervisores de cada área?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que la empresa hace buen uso de los recursos humanos que la conforman?	✓		✓		✓		
9	¿Cree usted que la empresa cuenta con un objetivo para su crecimiento?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que la empresa utiliza todos sus recursos disponibles?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr. Mg. León Espinoza Pessner Augusto** DNI: **04725199**

Especialidad del validador: **Dr. Administrador Economista**

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entendió sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

20... del ... del 20...

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCION DEL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1: TOMA DE DECISION ¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia para el uso de sus recursos?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que la empresa cumple con su estrategia propuesta?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que la empresa cuenta con un servicio de calidad?	✓		✓		✓		
4	¿Cree usted que la empresa brinda satisfacción a los clientes?	✓		✓		✓		
5	DIMENSION 2: CLIENTE ¿Considera usted que la empresa fideliza a sus trabajadores?	SI	No	SI	No	SI	No	
6	¿Cree usted que la empresa busca mejorar su servicio?	✓		✓		✓		
7	DIMENSION 3: SERVICIO ¿Considera usted que la empresa cuenta con una estructura organizacional adecuada?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que la empresa necesita planear más sus actividades?	✓		✓		✓		
9	¿Cree usted que los trabajadores son una pieza importante para la organización?	✓		✓		✓		
10	¿Cree usted que al aumentar los beneficios a los trabajadores se mejorará el desempeño laboral?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Espinoza, Jhonny Augusto DNI: 07725199

Especialidad del validador: Dr. Administrador Económico

20 de 06 del 2019.



Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE LOGISTICA INTERNACIONAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1: CADENA DE SUMINISTRO ¿Considera usted que la empresa cumple con los servicios que ofrecen?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que la empresa cumple con el flujo de entrega del producto?	✓		✓		✓		
3	DIMENSIÓN 2: PLANIFICACIÓN ¿Considera usted que la información que brinda la empresa proporciona un mejor entendimiento?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que la empresa cumple con sus objetivos organizacionales?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que la empresa ha incrementado sus metas?	✓		✓		✓		
6	DIMENSIÓN 3: CONTROL ¿Cree usted que la empresa se está direccionando para obtener mejores resultados?	✓		✓		✓		
7	¿Considera usted que la empresa motiva a los supervisores de cada área?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que la empresa hace buen uso de los recursos humanos que la conforman?	✓		✓		✓		
9	¿Cree usted que la empresa cuenta con un objetivo para su crecimiento?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que la empresa utiliza todos sus recursos disponibles?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr (Mg): **Atarobe Charis Karibel Solana** DNI: **46103309**

Especialidad del validador: **Lic. Administración**

20 de **06** del **20** **19**

Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dio suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCION DEL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: TOMA DE DECISIÓN								
1	¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia para el uso de sus recursos?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que la empresa cumple con su estrategia propuesta?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que la empresa cuenta con un servicio de calidad?	✓		✓		✓		
4	¿Cree usted que la empresa brinda satisfacción a los clientes?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: CLIENTE								
5	¿Considera usted que la empresa fideliza a sus trabajadores ?	✓		✓		✓		
6	¿Cree usted que la empresa busca mejorar su servicio?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: SERVICIO								
7	¿Considera usted que la empresa cuenta con una estructura organizacional adecuada?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que la empresa necesita planear más sus actividades?	✓		✓		✓		
9	¿Cree usted que los trabajadores son una pieza importante para la organización?	✓		✓		✓		
10	¿Cree usted que al aumentar los beneficios a los trabajadores se mejorará el desempeño laboral?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr. (a): Orinda Chavez Haibel Juliana DNI: 46103309

Especialidad del validador: Lic. Administración

20 de 06 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se otorga suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE LOGISTICA INTERNACIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1: CADENA DE SUMINISTRO ¿Considera usted que la empresa cumple con los servicios que ofrece? ¿Considera usted que la empresa cumple con el flujo de entrega del producto?	✓		✓		✓		
2	DIMENSIÓN 2: PLANIFICACIÓN ¿Considera usted que la información que brinda la empresa proporciona un mejor entendimiento? ¿Considera usted que la empresa cumple con sus objetivos organizacionales?	SI	No	SI	No	SI	No	
3	DIMENSIÓN 3: CONTROL ¿Cree usted que la empresa ha incrementado sus metas? ¿Cree usted que la empresa se está direccionando para obtener mejores resultados? ¿Considera usted que la empresa motiva a los supervisores de cada área?	SI	No	SI	No	SI	No	
4	¿Considera usted que la empresa hace buen uso de los recursos humanos que la conforman? ¿Cree usted que la empresa cuenta con un objetivo para su crecimiento? ¿Considera usted que la empresa utiliza todos sus recursos disponibles?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Mg. Sosa Andrés José Ignacio** DNI: **25410694**

Especialidad del validador: **Mg. Logística y Marketing**

..... de del 20.19

Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCION DEL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1: TOMA DE DECISIÓN ¿Considera usted que la empresa tiene una estrategia para el uso de sus recursos?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que la empresa cumple con su estrategia propuesta?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que la empresa cuenta con un servicio de calidad?	✓		✓		✓		
4	¿Cree usted que la empresa brinda satisfacción a los clientes?	✓		✓		✓		
5	DIMENSIÓN 2: CLIENTE ¿Considera usted que la empresa fideliza a sus trabajadores?	SI	No	SI	No	SI	No	
6	¿Creen usted que la empresa busca mejorar su servicio?	✓		✓		✓		
7	DIMENSIÓN 3: SERVICIO ¿Considera usted que la empresa cuenta con una estructura organizacional adecuada?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que la empresa necesita planear más sus actividades?	✓		✓		✓		
9	¿Cree usted que los trabajadores son una pieza importante para la organización?	✓		✓		✓		
10	¿Cree usted que al aumentar los beneficios a los trabajadores se mejorará el desempeño laboral?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. (Mg.) Sosa Amador José Ignacio

DNI: 25850694

Especialidad del validador: Mg. Logística y Marketing

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o

dimensión específica de constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha de validación del 2013.

Firma del Experto Informante.

ANEXO N° 04: Ilustración de vista de datos SPSS

TESIS ALDAIR RESULTADO VIVZALL.SPSS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 20 de 20 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	var	var	var
7	4	4	4	2	2	2	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	5	4	1			
8	2	1	4	1	4	1	2	1	1	1	2	4	3	3	3	3	5	5	4	3			
9	3	4	2	3	3	3	4	3	1	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3			
10	3	2	3	1	4	4	4	3	3	3	3	1	2	1	2	3	3	3	3	4			
11	4	3	2	3	3	5	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4			
12	5	5	5	4	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
13	4	5	5	4	4	4	5	4	2	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5			
14	5	5	5	5	4	2	5	5	4	2	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5			
15	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5			
16	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5			
17	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
18	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5			
19	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
20	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5			
21	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
22	5	4	3	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5			
23	5	5	5	5	5	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5			
24	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5			
25	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
26	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5			
27	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5			
28	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
29	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5			
30	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5			
31	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	5	4	5	5	5			
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
33	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5			
34	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5			
35	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4			

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

ANEXO N° 05: Ilustración de vista de variables SPSS

TESIS ALDAIR RESULTADO V1V2ALL.SPSS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
2	P2	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
3	P3	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
4	P4	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
5	P5	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
6	P6	Númérico	6	0	¿Cree usted qu...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
7	P7	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
8	P8	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
9	P9	Númérico	6	0	¿Cree usted qu...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
10	P10	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
11	P11	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
12	P12	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
13	P13	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
14	P14	Númérico	6	0	¿Cree usted qu...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
15	P15	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
16	P16	Númérico	6	0	¿Cree usted qu...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
17	P17	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
18	P18	Númérico	6	0	¿Considera ust...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
19	P19	Númérico	6	0	¿Cree usted qu...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
20	P20	Númérico	6	0	¿Cree usted qu...	{1, TOTALM...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

ANEXO N° 06: Carta de Autorización



AGENCIA DE CARGA INTERNACIONAL Y ADUANAS

Señores
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
Escuela de Negocios

Yo DELGADO AZABACHE MAYKOL PAUL identificado con DNI N° 40969660, en calidad de Representante legal de la empresa EVEREST CARGO S.A.C. autorizo a Aldair Martínez Constantini, estudiante de la Universidad Cesar Vallejo, a utilizar la información confidencial de la empresa para el proyecto de investigación. Como condiciones contractuales, el estudiante se obliga a (1) no divulgar ni usar para fines personales la información (documentos, escritos, expedientes, artículos, contratos, estados de cuenta y demás materiales) que, con objeto de la relación de trabajo le fue suministrada, (2) no proporcionar a terceras personas, verbalmente o por escrito, directa o indirectamente, información alguna de las actividades y/o procesos de cualquier clase que fuese observadas en la empresa durante la duración del proyecto y (3) no utilizar completa o parcial ninguno de los productos (documentos, metodología, procesos y demás) relacionados con el proyecto. El estudiante asume que toda la información y el resultado del proyecto serán de uso exclusivamente académico.

El material suministrado por la empresa será la base para la construcción de un estudio de caso. La información y resultado que se obtenga del mismo podrán a llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye la información de los estudiantes de la Escuela de Negocios.

En caso de alguna(s) de las condiciones anteriores sea(n) infringida(s), el estudiante queda sujeto a la responsabilidad civil por daños y perjuicios que cause a la empresa EVEREST CARGO S.A.C., así como a las sanciones de carácter penal o legal que es hiciere acreedor.

Atentamente

EVEREST CARGO SAC
Maykol Delgado Azabache
GERENTE GENERAL