



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

“La gestión logística y la satisfacción del cliente de inversiones  
Plaza Ventura SAC, Trujillo - 2021”

**AUTORES:**

Mercedes Apaza, Maria Fernanda Rubí (ORCID: 0000-0001-6160-843X)

Reyes Leiva, Ronal Alexander (ORCID: 0000-0002-8119-6628)

**ASESOR:**

Dr. Guevara Ramírez, José A. (ORCID: 0000-0001-7332-0978)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**TRUJILLO-PERÚ**

**2022**

## **Dedicatoria**

A Dios, por permitir que cumpla los anhelos de mi corazón,  
darme todos los recursos necesarios para seguir adelante y  
por haberme ayudado a vencer,  
cada dificultad que se atravesó en mi camino.

A mis padres y hermanos, porque sin su apoyo incondicional y  
amor no podría haber avanzado como lo hice,  
son mis soportes y mi motivación para ser la profesional que quiero ser.

A Jhon por brindarme su apoyo en todos los aspectos,  
por ser mi ejemplo a seguir como hermano mayor y  
a mi pequeña Sofia mi compañera, mi mano derecha.

A mi Ángel, desde el cielo, a mi hermana Sheyla,  
quien estuvo para mí siempre con sus consejos  
y su apoyo incondicional.

**MERCEDES APAZA, Maria Fernanda Rubí**

A Dios por darme mucha perseverancia;  
a mi madre, hermanos y familiares por brindarme un apoyo  
incondicional durante el transcurso de toda mi carrera,  
ya que, con su amor, paciencia y mucho aliento  
me han permitido poder culminar  
uno de mi más grande sueño.

**REYES LEIVA, Ronal Alexander**

## **Agradecimiento**

A mis padres, las personas más importantes  
a lo largo de mi vida, por ser amorosos, luchadores y  
por haberme inculcado valores esenciales,  
por motivarme a culminar este proyecto de investigación.

A nuestros docentes universitarios, por compartir  
sus experiencias pedagógicas con empeño y  
compromiso y así formarnos profesionales de éxito.

**MERCEDES APAZA, Maria Fernanda Rubí**

A todas aquellas personas que de una u otra manera  
contribuyeron en mi desarrollo profesional,  
a todos los docentes con los que lleve cursos,  
un total agradecimiento por sus enseñanzas  
durante toda mi estadía universitaria,  
agradecer a mi asesor Dr. José, Guevara Ramírez  
por haber guiado en todo el desarrollo y  
término de nuestro proyecto de investigación,  
también a mi compañera de tesis,  
ya que, gracias a su apoyo y esfuerzo  
ambos pudimos lograr culminar con total éxito.

**REYES LEIVA, Ronal Alexander**

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	i
Agradecimiento .....	ii
Índice de contenido .....	iii
Índice de tablas .....	iv
Índice de Figuras.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización .....	15
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis .....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	18
3.5. Procedimientos.....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos .....	20
IV. RESULTADOS .....	21
V. DISCUSIÓN.....	26
VI. CONCLUSIONES.....	31
VII. RECOMENDACIONES .....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS .....	39

## Resumen

El presente proyecto de investigación está relacionado con “La gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021”, tiene como objetivo general; determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente. Su investigación fue de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, empleando un diseño de investigación no experimental, de corte transversal. Su población fue de 200 clientes fijos, donde se obtuvo una muestra de 132 clientes. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, para las variables de estudio, mediante la escala de Likert, cabe mencionar que ambos instrumentos fueron validados por tres expertos, además de ser calculado su confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach obteniendo un resultado de 0,912; también se procesaron los datos recolectados mediante el programa estadístico IBM SPSS26.

Finalmente, se concluyó que existe una relación positiva moderada entre las variables de gestión logística y satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021, obteniendo como resultado un ( $Rho= 0.605$ ), con un nivel de significancia de ( $Sig.=0$ ); ( $p \leq 0,05$ ), lo que indicó que existe una relación positiva entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC.

**Palabras clave:** Satisfacción en el trabajo, Organización, Consumidor.

## **Abstract**

This research project is related to "The logistics management and customer satisfaction of Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo 2021, has as a general objective, to determine the relationship between logistics management and customer satisfaction. Its research was of an applied type, with a quantitative approach using a non-experimental, cross-sectional research design. Its population was 200 fixed customers, where a sample of 132 customers was obtained. The survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument, for the study variables, using the Likert scale, it is worth mentioning that both instruments were validated by three experts, in addition to being calculated their reliability using Cronbach 's Alpha obtaining a result of 0.912 also processed the data collected through the program e statistical IBM SPSS26.

Finally, it was concluded that there is a moderate positive relationship between the variables of logistics management and customer satisfaction of Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo - 2021, obtaining as a result a (Rho = 0.605) with a level of significance of (Sig. = 0) ( $p < 0.05$ ), that there is a positive relationship between logistics management and the satisfaction of the client of Inversiones Plaza Ventura S.A.C.

**Keywords:** Job satisfaction, Organization, Consumers.

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las organizaciones van mejorando cada vez más, especialmente en su proceso logístico, donde intervienen distintas actividades de gestión, que son necesarias para lograr efectividad en los procesos y por ende satisfacer al cliente, Algunas empresas no han implementado un buen sistema de gestión logística por lo cual, su proceso no ha sido el adecuado, ante ello se puede manifestar una serie de problemas que limita a que las organizaciones se mantengan y progresen, además puede verse perjudicada en la atención al cliente.

El presente trabajo de estudio derivó de temas de la logística que es en donde más problemas generan a las empresas industriales y comerciales dentro de la localidad, bajo este contexto se inició una investigación que permitirá el estudio de factores logísticos y ver de qué manera influyen en la satisfacción de los clientes. Sin duda, las empresas que no tienen un buen manejo logístico atraviesan por inconvenientes en la distribución de productos, reflejándose en la calidad de servicio.

Las organizaciones que se dedican a la venta y distribución de abarrotes tienden a realizar varias actividades logísticas, por lo cual las organizaciones necesitan tener una mayor efectividad en el desarrollo de cada actividad ya sea mediante pedidos, almacén, control de inventario, traslado de productos y así poder lograr satisfacer al cliente.

Cabe mencionar, que existen empresas que no cuentan con un adecuado manejo logístico y desconocen las partes que intervienen en esta cadena, lo cual puede significar un mayor coste de todas sus actividades de adquisición y venta de los productos, por lo tanto, su gestión se verá reflejada en la rentabilidad de la organización.

A nivel internacional, las empresas han ido adaptando procesos de mejora que han sido beneficiosos para el desempeño de su logística; Un estudio realizado por Deloitte Consulting, donde se buscaba identificar las estrategias utilizadas por las organizaciones de los países de EE.UU, Canadá, Europa, Asia y Latinoamérica para mejorar su desempeño en la cadena de suministros, tuvo como resultado que

las empresas se encuentran frente a un complejo panorama en término de cadena de suministro, anteriormente esta se reflejaba como flujos lineales o tradicionales de productos, ahora se han convertido en intrincadas redes de operaciones donde intervienen actores que mueven productos dentro de un mercado global.

En nuestro país, las empresas comercializadoras se desenvuelven en un entorno muy competitivo; donde las organizaciones buscan ser líderes dentro del mercado y satisfacer de la mejor manera las necesidades de los consumidores, sumado a esto, la pandemia, la crisis política y económica por la que estamos atravesando, trae como resultado que las empresas se vean afectadas, y en la necesidad de desarrollar e implementar una serie de estrategias tácticas e innovadoras que permitan posicionarse en la mente del consumidor.

Donde el consumidor se vio afectado debido a las restricciones dispuestas por el gobierno peruano, donde las personas no podían salir de casa para realizar sus compras, esto generó que las comercializadoras se vean en la necesidad de ofertar sus productos por diferentes medios y así evitar mayores pérdidas monetarias, por ende, las empresas buscaban la manera de adaptarse a la coyuntura por la cual se estaba atravesando, de tal manera que muchas de ellas optaron mejorar e implementar estrategias en sus procesos logísticos.

En la provincia de Trujillo, las empresas comercializadoras no cuentan con un adecuado manejo de gestión logística, por ende, no pueden disminuir costes e incrementar sus ventas, puesto que al no tener una buena gestión en la entrega de sus productos hace deficiente el servicio de calidad y no logran satisfacer una demanda constante, limitándose de poder proveer a los clientes de manera correcta y así evitar descontentos, generando una mala imagen y pérdida de clientes.

Inversiones Plaza Ventura SAC es una empresa de distribución y venta de abarrotes; al por mayor y menor, ofreciendo productos como: arroz, fideo, conservas, productos de aseo personal, de limpieza, entre otros. La empresa lleva 11 años dentro del sector, y se ubica en el distrito de La Esperanza, dentro de la provincia de Trujillo.

La empresa Inversiones Plaza Ventura SAC, cuenta con dos tiendas físicas, donde los clientes acuden hacer sus compras y pedidos, cabe mencionar, que la empresa

también brinda un servicio de preventa, donde envía a un vendedor por cada sector para anotar sus pedidos y la entrega es de acuerdo al orden de llegada del pedido, más no cuentan con un ruteo planificado para la entrega, en la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC, detectándose una serie de dificultades dentro de sus procesos logísticos que van desde el abastecimiento hasta la entrega de sus productos como; Productos en mal estado(abollados, fallados), desabastecimiento de productos(falta de stock) y entregas fuera de tiempo, esto ha ocasionado molestias e incomodidades al momento de que el cliente asiste a la tienda o realiza sus pedidos. Esto limita a que la empresa no pueda optimizar sus procesos y a no tener un buen manejo en su cadena de suministro para poder ofrecer un mejor servicio y atención al cliente.

En esta investigación se planteó el siguiente el problema a través de la interrogante Desde la perspectiva del cliente; ¿Qué relación existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021?

La justificación de este proyecto se plasma de manera práctica, porque busca conocer la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura S.A.C. en las actividades y procesos logísticos que desarrollan los trabajadores dentro de la empresa, siendo necesarias para la optimización de tiempos en la gestión de ciclo de pedidos, de tal manera que repercuta en el desempeño individual como grupal dentro de la empresa, generando una mejora en la calidad de servicio cubriendo así, las necesidades de los clientes mediante una mejor gestión logística enfocada al servicio del cliente y su fidelización hacia la empresa, también se justifica de manera teórica, ya que esta investigación se sustenta mediante teorías y conceptos fundamentales de la importancia de la planificación de gestión en sistemas logísticos para las organizaciones, que se presentan de manera ordenada y sistemática los aportes de diversas investigaciones adjuntadas en el presente proyecto, sirviendo como base teórica para futuras investigaciones y finalmente se justifica metodológicamente porque se desarrolla de forma sistemática, desde el planteamiento del problema, y el uso del cuestionario y encuesta como instrumento para recolectar datos, con el propósito de lograr los objetivos planteados dentro del proyecto de investigación y dar respuesta al problema de estudio, lo que servirá

como referencia para futuras investigaciones relacionadas, ya que contará con información relevante.

Por lo anterior establecido se planteó el objetivo general: Determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021, teniendo como objetivos específicos los siguiente; OE1; Determinar la relación entre la gestión logística con el nivel de satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021, OE2; Determinar la relación entre la gestión logística con la expectativa del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021 y OE3; Determinar la relación entre la gestión logística con el rendimiento percibido del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.

Se finaliza con la hipótesis de la investigación, según Huamanchumo, H. y Rodríguez, J. (2015). Se refiere a la hipótesis como una explicación preliminar en forma de proposición real, lógica y razonable que nos va a ayudar a ordenar el nuevo conocimiento (p.93). Es por ello, que se planteó la siguiente hipótesis de investigación, Existe relación positiva entre gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021 y como hipótesis específicas ; Existe relación positiva entre gestión logística y el nivel de satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021, Existe relación positiva entre gestión logística y el expectativa del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021, finalmente, Existe relación positiva entre gestión logística y rendimiento percibido del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.

## II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional, Figueroa (2018) presentó un modelo de gestión logística que influya en la satisfacción del cliente de la organización Alimentos El sabor Cía, el tipo de investigación que utilizaron fue descriptivo, analítico, de campo y bibliográfico, con enfoque cuantitativo de tipo experimental, su población fue de 44 personas, siendo una pequeña cantidad, se trabajó como muestra el total de personas, posteriormente para adquirir información se utilizó como técnica la encuesta y el cuestionario como instrumento, luego de ello se obtuvo como resultados que existe la necesidad de implementar un modelo de gestión logística dentro de la empresa, mismo modelo que está encaminado a un nuevo diseño más estructurado y jerárquicamente Supply Chaing, con una mayor capacitación al personal, para que pueda mejorar en sus procesos dentro de la cadena de suministros, se concluye que las empresas que manejan una buena gestión logística logran obtener una ventaja competitiva al brindar a los clientes un mejor servicio de entrega y calidad.

Romania, Ghoumrassi & Tigu (2017) In their article whose objective is, identify and propose links that exist between logistics management solution theory and customer satisfaction, where they used qualitative research, and applied interviews to identify what managers assume about what they believe is significant within their suppliers and what In this way, logistics management is important , so that customers are satisfied, in a sample of 22 managers within 12 chosen companies, they concluded that managers need to have suppliers who have skills and good logistics management, so that they can act efficiently against to a last minute impromptu, since for the customer to acquire a product means, to have it at the right time and immediately.

En China, Zhang et al. (2019) In their article whose objective is, analyze the logistics impact on customer satisfaction in retail stores, within the cities of Islamabad and Rawalpindi, where they used quantitative research, applying surveys through questionnaires, for their sample they applied the convenience technique, selecting 200 stores, The results were the demonstration that all logistics management factors influence satisfaction, demonstrating a positive relationship with satisfaction by retail

stores, concluding that a significant interaction between customer and logistics management generates greater customer satisfaction.

Flores (2021) se planteó analizar la relación de la logística con la satisfacción del cliente de los servicios de logística integral en Guayaquil, su investigación fue transaccional, correlacional, aplicada, su enfoque fue cuantitativo y de tipo no experimental, su población fue infinita, y trabajo con una muestra significativa de 384 clientes, aplicaron un cuestionario, mediante la escala de Likert para la obtención de información relevante de las variables, obtuvo como resultado una correlación Rho Spearman ( $r=0.324$ ), existiendo una correlación positiva baja de las variables, donde se finalmente el estudio nos menciona que hay una relación significativa entre la logística integral y satisfacción del cliente, también se supo que los clientes tienen una mejor satisfacción cuando la empresa tiene la capacidad de resolver cualquier emergencia o consulta expuesta por los mismos, cuando los mantienen bien informados, manteniendo la cordialidad y respeto.

En el ámbito nacional, Aguirre y Cánova (2019) buscaron encontrar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de la empresa Proyectos e Inversiones Danko. Donde realizaron una investigación de tipo básica con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental – transversal. Tuvieron una población de 14,380 trabajando con una muestra de 374 clientes, donde aplicaron un cuestionario, con escala de Likert. Obteniendo como resultado, un Rho Spearman ( $r= 0.560$ ). Los autores del estudio indicaron que existía una correlación positiva considerable, concluyendo que, debido a los atrasos en el tiempo de entrega, su gestión no se desarrollaba de manera adecuada según lo mencionaban la mayoría de los clientes en la investigación.

Huertas (2018) tuvo como finalidad encontrar la relación entre la gestión logística y satisfacción del cliente en la empresa Ancro. El estudio fue de tipo aplicada y diseño no experimental - transversal. Tuvieron una población de 60 trabajadores y una muestra de 52, empleando un cuestionario para la recolección de información. Consiguiendo como resultado, que existe una correlación de Rho Spearman ( $r=0,854$ ). Los investigadores llegaron a la conclusión de que existe entre sus variables una correlación, positiva alta, acotando que un buen manejo logístico

logrará un mejor nivel de satisfacción del cliente, ya que tener el producto o servicio al tiempo y en el lugar exacto, este será denominado un servicio de calidad.

Palacios (2020) tuvo como intención establecer la relación entre expectativas del cliente y el nivel de competencias laborales de los trabajadores dentro de una empresa de servicios, Jaén. La investigación fue de tipo correlacional, cuantitativo, y de diseño no experimental-transversal. De tipo aplicada y diseño no experimental - predictivo. Trabajó con una población y muestra conformada por 60 clientes, además de ello emplearon el cuestionario para reunir información. La autora logró como resultado un Rho Spearman ( $r= 0.853$ ), indicando que existe entre sus variables una correlación, positiva alta, el autor menciona que la empresa debe tener en cuenta que los clientes son parte fundamental de la empresa, por lo tanto, la empresa debe reforzar y fortalecer de manera óptima sus competencias, con el único propósito de que el cliente pueda elevar sus expectativas.

Zelada (2020) se planteó establecer la relación entre el nivel de expectativa en los clientes y el grado de experiencia de una empresa de Jaén, 2018. Su investigación fue correlacional, diseño no experimental. Trabajaron con un total de una muestra de 112 consumidores, donde se utilizó el cuestionario. La autora obtuvo como resultado un Rho Spearman de ( $r=0.722$ ), indicando que existe entre sus variables una correlación positiva alta, sugiriéndonos que dentro de la empresa se debe incluir actividades de despacho y capacitaciones a los colaboradores con el único propósito de aumentar el nivel de sus conocimientos para que este pueda transmitir veracidad y confianza, a los clientes, y así poder elevar sus expectativas con relación a los productos que ofrece.

Sagastegui (2020), en su investigación, se planteó establecer la relación entre gestión logística y la satisfacción del cliente en una empresa Comercializadora de Autopartes. El estudio fue correlacional, de diseño no experimental, con enfoque cuantitativo, su muestra estuvo conformada por 65 clientes, donde se aplicó un cuestionario con la escala de Likert para poder recolectar información importante de sus variables, teniendo como resultado una correlación Rho de Spearman de ( $r=0,910$ ) positiva muy alta, sugiriendo que es de suma importancia dar un mayor seguimiento y control a los proveedores, donde puedan cumplir con los tiempos programados de abastecimiento, y así poder mantener una demanda satisfecha.

Gonzales (2020), en su investigación, se propuso determinar la relación entre la calidad del servicio con el rendimiento percibido del cliente de la empresa Mariano Melgar. La investigación fue cuantitativa, de diseño no experimental, descriptivo – correlacional, su muestra estuvo conformada por 384 clientes, a los cuales se le aplicó encuestas para la recolección de información a través de un cuestionario ya elaborado, teniendo como resultado un R Pearson de ( $r=0.451$ ), una correlación positiva moderada, la autora, nos menciona que los colaboradores al brindar una atención más personalizada y completa permitirá a los clientes resolver cualquier duda y satisfacer cualquier problema, durante o luego del servicio, garantizando a los clientes se sientan conformes.

Lliuya (2018), en su investigación, se planteó establecer la influencia de gestión logística en la satisfacción del cliente del cliente en una empresa comercializadora de productos plásticos. Dicha investigación fue de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental – transversal, aplicaron un cuestionario para recolectar información importante de sus variables, a una muestra 67 clientes, el cual tuvo como resultado un Rho Spearman ( $r=0.750$ ), indicando que existe entre sus variables una correlación positiva alta, donde la autora sostiene que las empresas deben enfocarse en mejorar la gestión de su logística y el control de la organización, para lograr la satisfacción del cliente hacia la empresa.

Camacho (2018), en su investigación, quiso encontrar la relación de la calidad de servicio con el rendimiento percibido de los clientes de LAN CENTER. La investigación fue de tipo aplicada, de un diseño no experimental – descriptivo, la población al considerarse infinita, trabajaron con una significativa muestra de 385 usuarios, y como instrumento para que puedan recolectar datos empleó el cuestionario, donde se tuvo como resultado de sus variables un Rho Spearman de ( $r=0.622$ ), indicando que existe una correlación positiva moderada, proponiendo que para optimizar la calidad de servicios es de gran importancia mejorar los procesos de gestión y comunicación, incentivando a la interacción de los clientes y la empresa, la información que se obtiene del cliente es importante para optimar el servicio brindado por la empresa y junto a este la percepción del cliente.

Merino (2018), en su investigación, planteó diagnosticar la relación entre las variables gestión logística y la satisfacción del cliente de la empresa Tai Loy SAC.

Cuya investigación fue cuantitativa y de diseño no experimental – transversal, donde trabajaron con una muestra que estuvo conformada por 25 clientes, utilizaron un cuestionario en escala de Likert para recaudar información. El autor tuvo como resultado un Rho de Spearman ( $r=0,700$ ), donde existe una correlación positiva, manifestó que un manejo adecuado de la mercadería, ayudará a tener una mejor gestión logística permitiendo optimizar tiempos y dar solución a imprevistos de manera adecuada, manteniendo al cliente satisfecho.

Valera (2017), en su investigación, se planteó establecer la relación entre gestión logística y el nivel de satisfacción en la empresa La Marquesita. El estudio fue de tipo descriptiva – correlacional, donde trabajaron con una muestra conformada por 152 clientes, los mismos que le aplicaron un cuestionario para la recolección de información, teniendo como resultado una R de Pearson de ( $r=0.306$ ), indicando que existe una correlación baja entre sus variables, donde la autora nos menciona que dichos resultados se deben a que la empresa no logra cubrir en su totalidad con su demanda, debido a una ineficiente gestión de su logística, teniendo clientes insatisfechos en base al stock de insumos, para el proceso productivo de su producto, este se verá reflejado en el disgusto de los clientes.

Carranza (2016) se planteó determinar la relación entre el Nivel de Satisfacción del cliente y la Gestión Logística de una empresa. El estudio es de tipo aplicada y de corte correlacional con enfoque cuantitativo, trabajando con una muestra de 105 usuarios, donde se aplicó cuestionario para la recaudación de información relevante, obteniendo como resultado una R de Pearson de ( $r=0.715$ ), existiendo una correlación positiva alta, el autor afirma que, para optimizar la gestión logística, esta debe ser acompañada con una eficiente comunicación entre la empresa y el cliente, donde se puedan tomar acciones correctivas ante cualquier circunstancia.

Polino (2017), en su investigación, quiso determinar la relación de la gestión logística con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes. Su proyecto fue de tipo aplicada, con enfoque mixto, de nivel correlacional y diseño no experimental. Trabajó con una población y muestra 35 comercializadoras, donde aplicaron un cuestionario para recolectar datos relevantes de las variables, mediante de coeficiente de correlación de R de Pearson tuvo un resultado de  $r=0,502$ , que indicó que existe una correlación positiva considerable, donde el autor

concluye que la ubicación de la empresa no es la adecuada, además que no está distribuida correctamente la mercadería, como también su recepción y despacho, por lo cual la empresa, debe tomar en cuenta la solución de ciertos inconvenientes y mejorar su atención al cliente

Vega (2017). En su trabajo de investigación, se planteó diagnosticar la relación la calidad de servicio y la satisfacción del cliente mayorista del rubro de abarrotes en la Unión Canto Grande S.J.L. Su proyecto fue tipo aplicada, con enfoque cuantitativo y de diseño no experimental-transversal. Trabajaron con muestra de 54 consumidores mayoristas. Utilizó un cuestionario para reunir información, donde se obtuvieron resultados de Rho de Spearman de 0,885, donde el autor concluyó que existía una relación alta entre sus dos variables. EL autor nos menciona que si existe y aplica una mejora en la calidad de servicio repercutirá de manera directa y significativa en la satisfacción de los clientes de la empresa.

Según Escudero (2019). La gestión Logística es una agrupación sistemática, donde su finalidad es organizar actividades entre áreas como abastecimiento, producción, distribución, y almacén con la intención de lograr satisfacer al cliente ofreciendo un producto adecuado, en el momento, lugar preciso según lo especifique (...) (p. 2).

Es decir, esta teoría menciona que la gestión logística es parte de un sistema ordenado, donde se busca cumplir con lo solicitado por el cliente, además que dentro de todo el proceso trabajan distintas áreas de la logística que sirve como complemento en sí mismas, como también tienen roles independientes, que logran que la ejecución del pedido y entrega sea adecuada.

Cardona, et al. (2019). En su libro, define a la logística como el grupo de funciones que van asociadas a la producción, diseño y mercadeo, incluyendo así mismo el transporte, almacén, una planeación y ubicación de instalaciones, de tal manera que este conjunto de actividades y procesos aseguren la disponibilidad de productos adecuados en la cantidad correcta, para los clientes correctos, en un momento oportuno.

Según Velasco (2013). la gestión Logística de una organización está conformada por funciones, complementos de ayuda, por lo que se entiende que dentro de ello existe 4 procesos (...) que comprende: procesos de almacenamiento, transporte

desde hacia la organización cual sea la clase de bien, los flujos internos, la manipulación de datos.

Nos muestra que la composición de esta teoría se basa en 4 puntos clave que forman parte de los procesos y funciones de la logística, donde su fin es lograr la optimización de tiempo, como disminución de costos y un mejor manejo logístico desde el inicio hasta entrega del producto dentro de una organización.

Según Ballou (2011). la gestión logística está en función al proceso de la cadena de suministros, es decir que se encarga de planificar, controlar el manejo efectivo ya adecuado de mercaderías(bienes/servicios) donde se utilizó información relevante, comenzando desde su origen hasta su término, para así satisfacer al cliente (interno/externo).

Ante esta teoría, se puede afirmar la gestión logística es un fragmento de toda la cadena de suministro que va desde el planeamiento, control de flujos y el almacenamiento de bienes y servicios, estos procesos tienen impacto en los productos y servicios, es decir en que estén disponibles para los consumidores donde y cuando lo requieran adquirir, con el fin de poder satisfacerlos.

Carro y Gonzales (2015). En su libro, La logística abarca desde planeamiento, ejecutar, controlar y descubrir oportunidades de mejora en el proceso de flujo de productos o servicios; operando como nexos entre los procesos de aprovisionamiento, suministro y los clientes, de tal forma que pueda satisfacer de manera constante la demanda en cuanto a stock, oportunidad y calidad.

Hurtado (2018). En su libro, la logística es la gestión del inventario en movimiento y todo lo que involucra esta operación forman parte del control logístico como sistema que permite monitorear todo el proceso hasta que llegue al cliente con el único propósito de satisfacer los requerimientos de este.

Henríquez et al. 2017. En su libro, menciona que la logística considera aquellos procesos que enlazan a la empresa con un grupo de interés, donde se permite el intercambio de materiales e información, sirviendo como herramienta para generar una ventaja competitiva en la disminución de costos o tiempos a la hora de entregar un producto o servicio.

Teoría asociada a la satisfacción del cliente, según Kotler y Keller (2016). Las organizaciones se han enfocado en la búsqueda de mejorar sus servicios para obtener óptimos resultados y ganancias generando una ventaja competitiva frente a sus rivales. También mencionan que el nivel de satisfacción del cliente se consigue luego de prestar el servicio, los resultados se dan de acuerdo a la experiencia percibida. en general, la satisfacción se toma como una sensación de aceptación o negación al momento de realizar la compra y se espera cubrir con las expectativas, según la percepción del comprador se puede observar que tan complacido está con el servicio.

Es decir, la atención es muy importante ya que es la primera impresión del cliente con la empresa, el cliente busca satisfacer sus necesidades y sentirse complacido, de esta manera se podrá saber si la experiencia de los clientes logró cumplir con las expectativas previas.

Kotler y Armstrong (2017) define que los mercadólogos son personas muy detallistas, ya que buscan cumplir los niveles de expectativas adecuados. Es necesario generar buenas expectativas para no solo cubrir el nicho de mercado trazado sino también para posibles clientes potenciales, sino se sentirán desilusionados. La satisfacción y el valor son muy importantes para administrar una relación estrecha con los clientes. (p. 7).

Se comprende que se debe tener en cuenta en la organización el cumplir con las expectativas de cada cliente y ofrecer un servicio excelente para evitar desilusión y pérdida de posibles clientes potenciales y estancar el crecimiento de compradores.

Brunetta (2019). En su libro menciona que la satisfacción del cliente no solo desprende de la definición queda Kotler, sino de lo que trata de dar a entender, en este caso, se refleja en lo que menciona, su rendimiento percibido como las expectativas que genera por parte del cliente, el rendimiento percibido se refiere al desempeño, es decir su valor de entrega, sus resultados, ya sea por sus percepciones, opiniones o razonamientos, por otro lado las expectativa so ilusiones de los clientes, antes de realizar la acción, en este caso, se aprecia en base a lo que se dice del producto o servicio, promesas, experiencias de compras anteriores, opiniones de conocidos y también se da debido a la necesidad o deseo.(pág. 21)

Revela que el rendimiento percibido se da por el desempeño, el cual puede traer resultados positivos en base a lo que se trasmite en su producto, servicio o atención, también se tiene en cuenta a las personas que conocen la organización y pueden influenciar de forma positiva o negativa en cuanto a la apreciación de la empresa.

Denove y Power (2006). en su libro menciona a la satisfacción del cliente en tres categorías dentro de un negocio: Intervienen los proveedores de servicios, son los encargados de lograr la satisfacción óptima de los clientes.

Guadarrama (2015) En su libro, menciona que actualmente las empresas buscan poder tener un vínculo con los clientes de tal manera que pueda aumentar la satisfacción, su confianza y lealtad, esto contribuye de manera efectiva a la rentabilidad de la empresa, buscando poder posicionarse más en la mente del cliente, y que tenga como efecto ser la primera opción de compra, generando un valor agregado.

Kotler y Keller (2016), en su libro, menciona que los clientes consideran a las expectativas del cliente son la esperanza de tener un servicio de calidad, para ello se considera experiencias de compras antiguas, opiniones de conocidos, amigos, artistas, entre otros informantes y también se enfoca en las promesas que ofrece la competencia. Las expectativas, son puntos importantes para las empresas u organizaciones ya que de ellos dependen establecer un correcto cuidado del producto como un servicio de calidad. (pág. 592)

Kotler y Keller (2016), en su libro, menciona que el rendimiento percibido es el desempeño que el consumidor percibe y considera que ha obtenido luego de adquirir un producto/servicio. (pág. 592).

El rendimiento percibido se basa en algunas consideraciones como la percepción del cliente, resultados que obtiene el cliente ya sea por servicio/producto, cabe mencionar que es según el punto de vista del cliente, también se caracteriza por las opiniones de otros consumidores o clientes el cual pueden influir en próximos clientes, como también su estado de ánimo.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### Tipo de investigación

La presente investigación fue de tipo **aplicada**, según Cívicos y Hernández (2007), la investigación aplicada se identifica por la forma en la cual se estudia la realidad, centrándose en la solución de problemas, buscando la aplicación de conocimientos de manera práctica, permitiendo desarrollar creatividad e innovación. Esta investigación se enfocó en resolver un determinado problema buscando la consolidación de conocimientos para su utilización y asimismo enriquecer el desarrollo de la investigación científica.

Su nivel fue **correlacional**, este tipo de estudio según Hernández et al. (2003). lo define como la evaluación existente entre en dos o más variables, donde estos estudios miden el grado de relación entre sus categorías, es decir cada variable fue medida para relacionarla y después analizarla según su correlación, las cuales se expresaron mediante hipótesis y que posteriormente fueron sujetas a estudios.

##### Diseño de investigación

Según Fernández y Baptista (2014). define a la investigación como **no experimental**, ya que es aquella indagación que se da sin tener que manipular ninguna variable, donde solo se reflejan los fenómenos en un contexto originario para posteriormente estudiarlos.

Según Hernández (2003). El **corte transversal** son aquellos datos que se recolectan en un momento determinado, con el propósito de describir sus variables y analizarlas. (p.270).

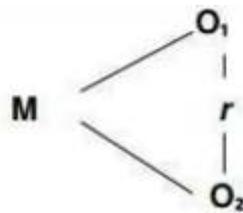
Su enfoque fue **Cuantitativo**, Según Sampieri (2004). Mencionó que se fundamenta mediante un esquema deductivo-lógico, que pretende poder proponer preguntas para la recolección de datos, a través de la medición numérica, estadística, para fijar patrones de comportamiento y poder

comprobar las hipótesis planteadas en la investigación; es decir los resultados se analizaron numéricamente.

### 3.2. Variables y operacionalización

Según, Mezquita y Rodríguez (2004), definió a la variable como símbolo que se le da cualquier valor de un grupo de valores determinados, cuando la variable toma una sola estimación se le conoce como constante (p. 97). También se definió a la operacionalización como el proceso que se lleva a cabo mediante el uso de la variable desde un nivel abstracto a un enfoque más concreto. **(Anexo 1)**

Esquema:



- M= Muestra
- O1= Variable 1
- O2= Variable 2
- R= Relación de las variables de estudio.

La presente investigación se conformó de dos variables y sus respectivas dimensiones.

#### **Variable independiente: Gestión logística**

##### **Definición conceptual**

Gestión Logística, Bowersox, Closs y Cooper (2001) mencionan que abarca desde el ciclo de pedidos, inventario, transporte, almacén, manejo de materiales y empaquetado; en simples palabras todo lo que participa dentro de la red empresarial, (p.38).

##### **Definición operacional**

La gestión logística es un fragmento de la cadena de suministros por lo cual, se buscó desarrollar cada punto requerido en el proceso donde interviene el

cliente desde el inicio de la gestión de compras hasta gestión de transporte y distribución de carga. Se utilizó el cuestionario, que tiene como objetivo ser aplicado a cada cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC.

### **Indicadores**

Evaluación de proveedores, Necesidad de compra, Gestión de pedidos, Manipulaciones, Despacho, Existencia de materiales, Fiabilidad, Transporte, Tiempo requerido.

### **Escala de medición**

La medición empleada fue ordinal.

### **Variable dependiente: Satisfacción del cliente**

#### **Definición conceptual**

La Satisfacción del cliente, lo define el autor, Kotler (2012), menciona que es el estado anímico de un ser social que compara el desempeño percibido, del servicio o producto con sus expectativas. (p.11).

#### **Definición operacional**

En este aspecto la satisfacción del cliente donde se tomó en base a la valoración que tiene el cliente frente a la empresa, es decir, según su nivel de satisfacción, sus expectativas y desempeño percibido, por lo cual para recolectar dicha información se aplicó el cuestionario, donde los clientes de Inversiones Plaza Ventura SAC, fueron los encargados de manifestar su percepción.

### **Indicadores**

Satisfecho, Conformidad, Complacencia, Ofrecimientos, Referencias, Solución de necesidades, Eficacia, Precio accesible.

### **Escala de medición**

La medición empleada fue ordinal.

### 3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

#### Población

Según Arias (2006) lo definió como un grupo limitado o ilimitado de elementos que reúnen determinadas cualidades en común para el desarrollo de una investigación, esta se ve limitada por planteamiento del problema y los objetivos planteados.

- **Criterios de inclusión:** se consideró a los clientes de Inversiones Plaza Ventura SAC, quienes formaron parte de la población de la investigación.
- **Criterios de exclusión:** En este caso, no se tomó en cuenta a los clientes que no desearon participar de dicha investigación, o no son clientes de la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC.

En esta investigación cuenta con una población de 200 clientes fijos de la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC.

#### Muestra

Según Arias, (2006), la define como el grupo característico y finito que deriva de la población con características representativas. La investigación tuvo un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5%. Hallando una muestra de 132 clientes que fueron encuestados en la localidad de Trujillo.

Datos:

- n: Tamaño de muestra
- N: Población
- Z: Nivel de Confianza
- P: Probabilidad de Éxito
- Q: Probabilidad de Fracaso
- e: Margen de Error

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(N - 1)e^2 + (Z^2 * P * Q)}$$

$$n = \frac{200 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(200 - 1)0.05^2 + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 131.75 = 132$$

### **Muestreo**

Se empleó un muestreo probabilístico ya que fue necesario de la probabilidad para obtener la muestra de la investigación.

Luego de haber aplicado la fórmula finita, se obtuvo como resultado 131.75, redondeando, 132 clientes que fueron elegidos para la encuesta para la investigación que se hizo en la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC.

Se aplicó la encuesta a 132 clientes de la empresa Inversiones Plaza Ventura, ubicada en la localidad de Trujillo.

**Unidad de análisis:** Un cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se conoce como técnica de recolección de datos, según Arias (2006), como las distintas formas de recolectar información.

#### **Técnica e instrumento**

En esta investigación se utilizó como técnica, la encuesta. Los autores, Tamayo y Tamayo (2008), se refieren como aquella que genera soluciones a problemas en términos descriptivos y la relación de sus variables, la cual se desarrolla en base a un diseño previamente establecido rigurosamente para obtener información relevante. (p.24). Cabe mencionar que la encuesta será aplicada para los clientes de Inversiones Plaza Ventura SAC., asimismo como instrumento se empleará el cuestionario. **(Anexo 3- 4).**

#### **Validez**

Se refirió Hernández, Fernández y Baptista (2006) se refiere a la validez del resultado, ya que esto depende del instrumento en función al propósito que

busca un grupo de elementos, acontecimientos o personas determinadas (p. 107). Se puede precisar que la validez se desarrolló en base a un juicio de expertos, los cuales son personas de experiencia en investigación además de conocer el área del problema de estudio, es por ello que se tomó de un instrumento validado por tres expertos. **(Anexo 9)**.

### **Confiabilidad**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) se muestra cuando el instrumento es aplicado en reiteradas veces en un momento específico a un objeto de investigación, consiguiendo resultados equivalentes” (p. 200). Esta investigación analizó datos mediante el SPSS26, el cual sirvió para conocer la confiabilidad mediante el “Alfa de Cronbach”. **(Anexo 10)**

### **3.5. Procedimientos**

La investigación permitió comprobar la relación positiva que existe entre gestión logística y satisfacción del cliente en la empresa Plaza Ventura S.A.C., la cual nos brindó una base de datos de los clientes, para luego aplicar la fórmula y obtener la muestra para esta investigación, para así recolectar información relevante sobre nuestras variables, teniendo en cuenta las hipótesis planteadas, que buscaron demostrar esta indagación.

La fuente de datos fue principalmente mediante la recolección de información de directa, es decir se utilizó como técnica la encuesta y el cuestionario como instrumento, los cuales fueron aplicados a 132 clientes de la empresa Plaza Ventura S.A.C., para medir cada ítem se usó escala de Likert cuyos valores serán **(Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5))**.

Se culminó con la confiabilidad del instrumento, la cual se realizó por medio de IBM SPSS 26, teniendo como estadístico Alfa de Crombach, de la misma manera las respuestas que se obtuvieron y fueron analizadas a través de la matriz de datos IBM SPSS 26. **(Anexo 12)**

### **3.6. Método de análisis de datos**

Se utilizó el cuestionario para poder medir las variables; gestión logística y satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura S.A.C. Después se empleó el método de estadístico descriptivo a través de tablas, gráficos, figuras, porcentajes, frecuencias que se presentan de manera tabulada, ordenada y sistemática que nos permitirá realizar un análisis profundo y claro, se midió la correlación de ambas variables a través del estadístico Rho Spearman, por medio de IBM SPSS 26, finalmente, se elaboraron cuadros y tablas estadísticas con respecto a los resultados que se obtuvieron. **(Anexo 13)**

### **3.7. Aspectos éticos**

El estudio contó con información confidencial, salvaguardando la integridad e identidad de los clientes de la empresa y transparencia en la recolectar información, no estuvieron expuestos ante situaciones de peligro, tampoco fueron obligados a llenar las encuestas, todo esto se basó en 4 puntos relevantes de aspectos éticos: Autonomía, justicia, beneficencia y ningún tipo de maleficencia.

#### IV. RESULTADOS

**OBJETIVO ESPECÍFICO 1:** Determinar la relación entre la gestión logística con el nivel de satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.

**Tabla 1**

*Relación de la variable gestión logística y la dimensión del nivel de satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.*

		T. NS
Rho de Spearman	T.GL	
	Coefficiente de correlación	,643**
	Sig. (bilateral)	,000
N		132

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

*Nota: IBM SPSS 26*

En la **Tabla 1**, se muestra que los datos analizados mediante la prueba paramétrica de Rho de Spearman nos dio una correlación de ( $r=0,643$ ), por lo que indicó que existe una relación positiva moderada entre la gestión logística y el nivel de satisfacción del cliente de inversiones Plaza Ventura S.A.C. Trujillo-2021, por lo cual se puede decir que el nivel de satisfacción del cliente no es alto debido a sus problemas en su gestión logística ya sea por su mal manejo en la distribución de los productos en este caso, por no contar con el vehículo adecuado, además de que algunos no son compensados cuando falta algún producto o viene fallado.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 2:** Determinar la relación entre la gestión logística con la expectativa del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.

**Tabla 2**

*Relación entre la variable de gestión logística y la dimensión de expectativa del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.*

			T. E
<b>Rho de Spearman</b>	<b>T.GL</b>	Coefficiente de correlación	,568**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	132

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

**Nota:** IBM SPSS 26

En la **Tabla 2**, se muestra que los datos analizados mediante la prueba paramétrica de Rho de Spearman nos dieron una correlación de ( $r=0,568$ ), lo que indicó que existe una relación positiva moderada entre la gestión logística y la expectativa del cliente de Inversiones Plaza Ventura S.A.C, Trujillo-2021. En este caso las expectativas del cliente de la empresa, no son altas debido a que no cumplen con las mismas ya sea cuando se informa de ciertas características del producto, ya que para el cliente es importante recibir la información adecuada antes de comprar ya que espera que sea en base a lo que se describe o pide.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 3:** Determinar la relación entre la gestión logística con el rendimiento percibido del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo 2021.

**Tabla 3**

*Relación entre la variable de gestión logística y la dimensión de rendimiento percibido del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.*

		T. RP
<b>Rho de Spearman</b>	<b>T.GL</b>	
	Coefficiente de correlación	,570**
	Sig. (bilateral)	,000
N		132

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

**Nota:** IBM SPSS 26

En la **Tabla 3**, se muestra que los datos analizados mediante la prueba paramétrica de Rho de Spearman nos dieron una correlación de ( $r= 0,570$ ) lo que indicó que existe una relación positiva moderada entre la gestión logística y el rendimiento percibido del cliente de Inversiones Plaza Ventura S.A.C, Trujillo-2021. Los clientes de la empresa Plaza Ventura SAC, consideran que el mayor problema son el retraso de sus pedidos, ya sea por no entregar la fecha indicada o respecto al estado en que llega el producto, es importante para el cliente que el servicio sea eficiente y algunas veces la empresa no cumple con ello, por otro lado, también se puede mencionar que una gran mayoría indica que sus precios están en un rango similar a la de otras empresas, lo cual genera que los clientes puedan cambiar de empresa si lo creen necesario.

**OBJETIVO GENERAL:** Determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.

**Tabla 4**

*Relación entre las variables de gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.*

		T. SC
<b>Rho de Spearman</b>	<b>T.GL</b>	
	Coefficiente de correlación	,605**
	Sig. (bilateral)	,000
N		132

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

**Nota:** IBM SPSS 26

En la **Tabla 5**, se muestra que los datos analizados mediante la prueba paramétrica de Rho de Spearman nos dieron una correlación de 0,605 que indica una correlación positiva moderada. En conclusión, algunos clientes de la empresa Plaza Ventura SAC consideran que la empresa debe mejorar en algunos aspectos de su gestión logística para lograr así un mejor servicio, desde su inicio (momento de tomar el pedido) hasta el final del ciclo del pedido, además esto generará que se encuentran más satisfechos y logré mantener a sus clientes quienes son la difusión más realista de la empresa.

## Contraste de hipótesis de la investigación

**Objetivo general:** Determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.

**Hi:** Existe relación positiva entre gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.

**Tabla 5**

*Relación entre las variables de gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021*

		T. SC
Rho de Spearman	T.GL	
	Coeficiente de correlación	,605**
	Sig. (bilateral)	,000
N		132

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

**Nota:** IBM SPSS 26

En la **tabla 5**, se muestra que los datos analizados mediante la prueba paramétrica de Rho de Spearman, se obtuvo un nivel de sig. ( $p= 0.000$ ), lo que indica que es  $< 0.05$ , por lo cual, se considera altamente significativo, por ende se rechaza la  $H_0$  y se acepta  $H_i$ ; donde se concluye, que, si existe una relación positiva entre las variables de gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura S.A.C, Trujillo-2021, logrando un nivel de 0,605 que indica una correlación positiva moderada .

## V. DISCUSIÓN

Como objetivo específico 1 se **planteó determinar la relación de la gestión logística con el nivel de satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021**, teniendo como resultado un Rho Spearman de ( $r=0,643$ ), lo indica una relación positiva moderada entre ambas variables. Resultado que tiene poca semejanza con la investigación de Valera (2017) donde se planteó establecer la relación entre gestión logística y el nivel de satisfacción en la empresa La Marquesita, el cual tuvo como resultado una R Pearson de ( $r=0.306$ ), indicando que existe una correlación baja entre sus variables, nos menciona que la empresa no logra cubrir por completo con su demanda, debido a una ineficiente gestión de su logística, teniendo clientes insatisfechos en base al stock de insumos, para la producción de su producto, viéndose reflejado en la molestia de los mismos. Resultado que es afirmado por la investigación de Carranza (2016) que planteó como objetivo determinar la relación entre el Nivel de Satisfacción del cliente y la Gestión Logística de una empresa, el cual tuvo como resultado una R Pearson de ( $r=0.715$ ), existiendo una correlación positiva alta, el autor afirma que, para optimizar la gestión logística, esta debe ser acompañada con una eficiente comunicación entre la empresa y el cliente, donde se puedan tomar acciones correctivas ante cualquier circunstancia. Información que ha sido verificada por, Hurtado (2018) que en su libro enfatiza que la gestión logística son aquellos procesos y operaciones que se involucran en el movimiento de inventario, formando parte de un control logístico como un sistema que permite dar seguimiento a todo el proceso desde su inicio hasta lograr llegar al cliente con el único propósito de poder satisfacer todos sus requerimientos. Información también corroborada por, Kotler y Keller (2016) en su libro mencionan que el nivel de satisfacción del cliente se consigue luego de prestar el servicio, los resultados se dan de acuerdo a la experiencia percibida, ya sea sensación de placer o decepción. Por lo tanto, podemos apreciar que nuestro primer objetivo específico guarda poca relación con los resultados del primer antecedente, mientras que se asemeja más al segundo antecedente.

Como objetivo 2 se planteó **determinar la relación de la gestión logística con la expectativa del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021**, teniendo como resultado un Rho de Spearman son de ( $r=0,568$ ), lo que indicó que existe una correlación positiva moderada entre la gestión logística y la expectativa del cliente de Inversiones Plaza Ventura S.A.C, Trujillo-2021.

Este resultado es afirmado por la investigación de Sagastegui (2020) que planteó establecer la relación entre gestión logística y la satisfacción del cliente en una empresa Comercializadora de Autopartes. teniendo como resultado un Rho de Spearman de ( $r=0.910$ ) positiva muy alta, el autor nos sugiere que es de suma importancia dar un mayor seguimiento y control a los proveedores, donde puedan cumplir con los tiempos programados de abastecimiento, y así poder mantener una demanda satisfecha. Reafirmado por la investigación de Huertas (2018), tuvo como finalidad encontrar la relación entre la gestión logística y satisfacción del cliente en la empresa Ancro. Teniendo como resultado un Rho Spearman de ( $r=0,854$ ), los investigadores concluyeron que existe una correlación positiva alta, acotando que donde pueda existir un mejor manejo logístico mayor será la satisfacción del cliente; el contar con el producto adecuado en el tiempo y lugar exacto. De igual manera, es revalidado por la investigación de Palacios (2020) que tuvo como objetivo establecer la relación entre expectativas del cliente y el nivel de competencias laborales de los trabajadores dentro de una empresa de servicios, Jaén, el cual tuvo como resultado un Rho Spearman de ( $r=0.853$ ), indicando que existe una correlación positiva alta, entre ambas variables, el autor menciona que la empresa debe tener en cuenta que los clientes son parte fundamental de la empresa, por lo tanto, la empresa debe reforzar y fortalecer de manera óptima sus competencias, con el único propósito de que el cliente pueda elevar sus expectativas. Siendo también corroborado por la investigación de, Zelada (2020) donde estableció la relación entre el nivel de expectativa en los clientes y el grado de experiencia de una empresa de Jaén, teniendo como resultado un Rho Spearman de ( $r=0.722$ ), indicando que existe una correlación positiva alta, la autora indica que incluir actividades de despacho y capacitaciones a los colaboradores que tiene como propósito aumentar su nivel en conocimientos para lograr transmitir veracidad y confianza, a los clientes, incrementando sus expectativas con relación a los productos que ofrece. Información respaldada por, Henríquez et al. (2017) que, en

su libro, menciona que la gestión logística considera aquellos procesos que enlazan a la empresa con un grupo de interés, donde se permite el intercambio de materiales e información, sirviendo como herramienta para generar una ventaja competitiva en la disminución de costos o tiempos al momento de entregar el producto / servicio. Información que también es confirmada por Kotler y Keller (2016), que en su libro mencionan que las expectativas del cliente son la esperanza de tener un servicio de calidad, para ello se consideran las experiencias de compras antiguas, opiniones de conocidos, amigos, artistas, entre otros informantes y también se enfoca en las promesas que ofrece la competencia. Las expectativas del cliente son puntos importantes para las empresas u organizaciones ya que de ellos dependen establecer un correcto cuidado del producto como un servicio de calidad. Por lo tanto, podemos ver que el resultado de nuestro segundo objetivo específico, guarda semejanza con todos los antecedentes ya mencionados.

Como objetivo 3 se planteó **determinar la relación de la gestión logística con el rendimiento percibido del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo 2021**, teniendo como resultado un Rho de Spearman de ( $r=0,570$ ), lo que indicó que existe una relación positiva moderada entre la gestión logística y el rendimiento percibido del cliente de Inversiones Plaza Ventura S.A.C, Trujillo-2021. Resultado es afirmado por, Polino (2017), que, en su investigación, quiso determinar la relación de la gestión logística con el aprovisionamiento de los comercializadores de abarrotes. Teniendo como resultado una R de Pearson ( $r=0,502$ ), indicando que existe una correlación positiva moderada, donde el autor concluye que la ubicación de la empresa no es la adecuada, además de no tener distribuido la mercadería de una manera correcta, así como también su recepción y despacho, por lo cual la empresa, tiene que tomar en cuenta efectuar la solución de ciertos inconvenientes logísticos junto a ello mejorar su atención al cliente. Corroborado por la investigación de, Lliuya (2018) donde planteó establecer la influencia de gestión logística en la satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de productos plásticos. Teniendo como resultado un Rho Spearman ( $r=0.750$ ), el cual indicó que existe una relación positiva alta, entre sus dos variables, la autora nos manifiesta que las empresas deben enfocarse en mejorar la gestión de su logística y el control de la organización, para lograr la satisfacción del cliente hacia la empresa. Resultado que también concuerda con la investigación de, Gonzales

(2020), que tuvo como objetivo evaluar la relación entre la calidad del servicio con el rendimiento percibido del cliente de la empresa Mariano Melgar. Teniendo como resultado un R Pearson de ( $r=0.451$ ), una correlación positiva moderada, la autora, nos menciona que los colaboradores al brindar una atención más personalizada y completa permitirá a los clientes resolver cualquier duda y satisfacer cualquier problema, durante o luego del servicio, garantizando a los clientes se sientan conformes. Siendo reafirmado por la investigación de , Camacho (2018) que busco encontrar la relación de la calidad de servicio con el rendimiento percibido de los clientes de LAN CENTER, teniendo como resultado un Rho Spearman de ( $r=0.622$ ), indicando que existe una correlación positiva moderada, proponiendo que para optimizar la calidad de servicios es de gran importancia mejorar los procesos de gestión y comunicación, incentivando a la interacción de los clientes y la empresa, la información que se obtiene del cliente es importante para optimizar el servicio que brinda la empresa y junto a este la percepción del cliente. La información es corroborada por, Carro & Gonzales (2015) donde en su libro nos menciona que la gestión logística abarca desde el planeamiento, ejecución, control y el descubrimiento de oportunidades de mejora en el proceso de flujo de productos o servicios; operando como nexos entre los procesos de aprovisionamiento, suministro y los clientes, de tal forma que pueda satisfacer de manera constante la demanda en cuanto a stock, oportunidad y calidad. Esta información también es apoyada por la teoría de Kotler y Keller (2016), donde en su libro, mencionan que el rendimiento percibido es el desempeño que el consumidor percibe y considera que ha conseguido luego de adquirir un producto/servicio, viéndose desde el punto de vista del cliente, las opiniones de otros consumidores o clientes, quienes pueden influir en próximos clientes, como también su estado de ánimo. Donde podemos observar que los resultados de nuestro tercer objetivo específico, guarda semejanza con los antecedentes ya nombrados.

Como objetivo general fue, **determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.** Teniendo como resultado un Rho de Spearman de ( $r=0,605$ ), y un nivel de significancia de 0.000, lo que indicó que existe una relación positiva moderada entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura S.A.C, Trujillo-2021. Resultados que guardan relación con la investigación de, Aguirre y

Cánova (2019), tuvo como objetivo diagnosticar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de la Empresa Proyectos e Inversiones Danko E.I.R.L. - Nuevo Chimbote, tuvo como resultado un Rho Spearman de ( $r=0,560$ ), indicando que ambas variables tienen una correlación positiva moderada, mencionando que mejorar el proceso logístico de manera general ayudará a la empresa a obtener resultados favorables, haciendo que la empresa funcione de manera eficiente cumpliendo con los tiempos establecidos. De igual manera, el resultado es revalidado por la investigación de, Merino (2018), el cual tuvo como objetivo diagnosticar la relación entre las variables gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Tai Loy SAC, tuvo como resultado un Rho Spearman de ( $r=0,700$ ), indicando que ambas variables tienen una correlación positiva alta, por ello, nos dice que llevar un manejo adecuado de la mercadería, nos ayudará a tener una mejor gestión logística permitiendo optimizar tiempos y dar solución a imprevistos de manera adecuada, manteniendo al cliente satisfecho. Siendo esta información confirmada por Velasco (2013), que en su libro menciona que la gestión logística de una organización, está conformada por funciones y complementos de ayuda, con flujos internos, procesos que comprenden: desde almacenamiento hasta distribución, generando una mayor confianza y lealtad por parte del cliente. Finalmente, es reafirmada por, Kotler (2016) que en su libro define a la satisfacción del cliente como el estado anímico de un ser social, que compara el desempeño percibido, del servicio o producto con sus expectativas. Por lo tanto, podemos ver que el resultado de nuestro objetivo general guarda mucha similitud con los dos antecedentes ya mencionados.

## VI. CONCLUSIONES

- Se determinó que existe una relación positiva moderada entre la variable gestión logística y la dimensión nivel de satisfacción ( $r= 0,643$ ), esto se debe a que la empresa tiene un ineficiente manejo en su gestión logística, ya que ha ocurrido ciertos problemas en el proceso desde el inicio del pedido y la entrega del mismo, aunque no se da recurrentemente en todos los clientes, es necesario considerarlo ya que el nivel de satisfacción del cliente ya no será tan alto.
- Se determinó que existe una relación positiva moderada entre la variable gestión logística y la dimensión expectativa del cliente ( $r= 0,568$ ), lo que indica que el personal no está completamente capacitado y esto trae como consecuencia que se le brinde una incompleta información acerca de los productos que ofrece, de esta forma se logrará cumplir con las expectativas del cliente.
- Se determinó que existe una relación positiva moderada entre la variable gestión logística y la dimensión rendimiento percibido ( $r= 0,570$ ), el resultado demuestra que es importante que la empresa, tome en cuenta las opiniones de los clientes, ante una queja o problema, de tal manera que sepa actuar de manera inmediata frente a una situación desfavorable.
- Se determinó que existe una relación positiva moderada entre las variables de gestión logística y satisfacción del cliente ( $r= 0,605$ ), este resultado muestra que la empresa lleva la distribución de sus pedidos según lo asigne, aunque muchas veces no cumple en el reparto o visita de sus clientes, lo que lleva a que no llegue a estar satisfecho el cliente.

## VII. RECOMENDACIONES

- Se aconseja a la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC, desarrolle un plan de pedido y distribución, con el fin de llegar a los distintos sectores de Trujillo y poder así cumplir con las visitas semanales asignadas según cada sector programado y evitar complicaciones y problemas, por consecuencia el cliente se sentirá mejor atendido y satisfecho, esto generará que la empresa sea más conocida y logre una buena reputación en el rubro de abarrotes, ya que existe mucha competencia en el mercado.
- Se sugiere que la empresa se enfoque en capacitar y actualizar al personal de venta y despacho, acerca de la verificación de productos en el almacén, en la supervisión de la preparación del pedido, manteniendo en el flujo de mercancía y previniendo incidencias en el deterioro de productos (dañados o vencidos), con el objetivo de cubrir con la demanda de manera eficiente para lograr la satisfacción del cliente.
- Se sugiere a la empresa se enfoque en aumentar la comunicación activa a través de sus plataformas digitales (WhatsApp y Facebook) con sus clientes, ya que de esta manera permitirá un mayor flujo de información entre empresa y cliente, donde ellos puedan tener la libertad de expresar sus opiniones, dudas o consultas, donde la empresa pueda dar solución de manera inmediata cualquier situación imprevista.
- Finalmente, se aconseja a la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC, capacitar al encargado de distribución, en cuanto al traslado, cuidado y organización de los productos dentro del vehículo, de tal manera que la empresa pueda evitar una serie de inconvenientes al momento de entregar los productos, impidiendo que los productos lleguen en malas condiciones.

## REFERENCIAS

- Aguirre, K. y Cánova, R. (2019). *Gestión logística y satisfacción en los clientes de la Empresa Proyectos e Inversiones Danko E.I.R.L. - Nuevo Chimbote*, 2019. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] Chimbote, Perú. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40856/C%  
%a1nova\\_MAR-Aguirre\\_QKY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40856/C%c3%a1nova_MAR-Aguirre_QKY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (5ta ed). Caracas. Editorial Episteme. [https://www.researchgate.net/publication/27298565\\_El\\_Proyecto\\_de\\_la\\_Investigacion\\_Introduccion\\_a\\_la\\_Metodologia\\_Cientifica](https://www.researchgate.net/publication/27298565_El_Proyecto_de_la_Investigacion_Introduccion_a_la_Metodologia_Cientifica).
- Ballou, R. (2011). *Logística Administración de la cadena de suministros* (5ta ed). México: Pearson Educación. [https://www.academia.edu/15770385/Logistica\\_Administracion\\_de\\_la\\_cadena\\_de\\_suministro\\_5ta\\_Edicion\\_Ronald\\_H\\_Ballou](https://www.academia.edu/15770385/Logistica_Administracion_de_la_cadena_de_suministro_5ta_Edicion_Ronald_H_Ballou).
- Bautista, J. (2018). *Gestión logística y La Productividad en el área de despacho en la central de abarrotes de Censosud Perú Ate*, 2018. [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo] Lima, Perú. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24527/Bautista\\_BJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24527/Bautista_BJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bowersox, D., Closs, D. & Cooper, M. (2007). *Administración y logística en la cadena de suministros*. (2da ed). México DF: Mc Graw-Hill. [https://www.academia.edu/37830505/Administracion\\_y\\_Logistica\\_de\\_la\\_Cadena\\_de\\_suministro\\_bowersox\\_pdf](https://www.academia.edu/37830505/Administracion_y_Logistica_de_la_Cadena_de_suministro_bowersox_pdf).
- Brunetta, H. (2019). *La experiencia del cliente*. (1ra ed.). Editorial: Grupo Planeta-Argentina. <https://es.b-ok.lat/book/11900677/60f1d2>
- Camacho, C. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes usuarios de los LAN Center, Lima, año 2018*. [Tesis de Administración, Universidad César Vallejo.]

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34992/Camacho\\_BCV.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34992/Camacho_BCV.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cardona, et al. (2019) *Logística y cadena de suministro: Aproximaciones teórico-prácticas*. Editorial: Cekar. <https://www.cecar.edu.co/documentos/editorial/e-book/logistica-y-cadena-de-suministro-digital.pdf>

Carranza, J. (2016). *Nivel de satisfacción del cliente interno respecto a la gestión logística de una empresa de la ciudad de Cajamarca, año 2015*. [tesis de licenciatura, Universidad Privada del norte] <https://hdl.handle.net/11537/10981>

Carro, R. & Gonzales, D. (2015). *Logística Empresarial*. (1ra ed). Ecuador: Ediciones UTMACH. <http://nulan.mdp.edu.ar/1831/>.

Cerezal Mezquita, J., & Fiallo Rodríguez, J. (2004). *Cómo investigar en pedagogía*. Editorial Pueblo y Educación. La Habana. p.97. <https://docplayer.es/98396037-Dr-julio-cerezal-mezquita-dr-jorge-fiallo-rodriguez.html>.

Cívicos, A. y Hernández, M. (2007). Algunas reflexiones y aportaciones en torno a los enfoques teóricos y prácticos de Revista Educación. *Revista Acciones e investigaciones sociales*, 23. 25-55. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2264596>.

Escudero, J. (2019). *Gestión logística y comercial*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo. <https://books.google.com.pe/books?id=9GGzDwAAQBAJ&prints=ec=frontcover&dq=libros+de+gestion+logistica&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi75Ouzzsf3AhVhG7kGHajyBWEQ6AF6BAgTEAI#v=onepage&q=libros%20de%20gestion%20logistica&f=false>

Figuroa, M. (2018). *Propuesta de un modelo de gestión por procesos logísticos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Alimentos El Sabor Cía. Ltda*. [Grado de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil] <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10842>.

- Flores, L. (2021). *Logística integral y satisfacción del cliente de los servicios logísticos en Guayaquil*. [Grado de maestría, Universidad Politécnica Salesiana] <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20194>.
- Fornell, C. (2008). *El cliente satisfecho: estrategias cuantitativas y cualitativas para fidelizar al consumidor*. Editorial. Ediciones Deusto, S.A. Barcelona.
- Ghoumrassi & Tigu (2017). *The impact of the logistics management in Customer satisfaction*. Artículo científico, The Bucharest University of Economics Studies. <https://sciendo.com/pdf/10.2478/picbe-2018-0036>.
- Gonzales, L. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. [Grado de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú] <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20194>.
- Guadarrama, E., & Rosales, E. (2015). Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. (Vol. 40). Editorial: Ciencia y Sociedad. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87041161004>
- Henríquez et al. (2017). Innovación en los procesos logísticos: Retos locales frente al desarrollo global. <https://infolibros.org/pdfview/2880-innovacion-en-los-procesos-logisticos-retos-locales-frente-al-desarrollo-global-diego-cardona-arbelaez-vladimir-balza-franco-y-gustavo-henriquez-fuentes/>
- Hernández C. et al. (2003). *Metodología de la investigación*. (6° ed.). México. Mc Graw-Hill  
[https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf).
- Huertas, F. (2018). *La relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en Ancro S.R.L., Santa Anita-2018*. [Tesis de Licenciado, Universidad César Vallejo] Lima, Perú. [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23219/Huertas\\_AFDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23219/Huertas_AFDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

- Hurtado, F. (2018). *Gestión Logística*. (1ra ed.). Perú: Fondo Editorial investigación. México D.F.: McGraw-Hill. <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3513/GESTION%20LOGISTICA.pdf?sequence=3>.
- Kotler, P. y Lane, K. (2006). *Dirección de marketing* (12va ed.). Editorial Pearson. <https://www.freelibros.me/marketing/direccion-de-marketing-12va-edicion-philip-kotler-y-kevin-lane-keller>.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2017). *Principios del Marketing* (17va ed.) Editorial: Global Edition. <https://es.b-ok.lat/book/3334349/0b7502>
- Kotler, P & Keller, k. (2016). *Dirección de Marketing* (15va ed.) México: Pearson. <https://pdfcookie.com/documents/libro-15-va-edicion-kotler-0nvog8x5gj28>.
- Lliuya, N. (2018). *Influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente en las empresas comercializadoras de productos plásticos Lima, 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo] <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/25194?show=full>.
- Merino, J. (2018), *Gestión logística y Satisfacción del cliente en la empresa Tai Loy S.A Cajamarquilla, 2018*. [tesis de licenciatura, Universidad Cesar vallejo] [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37066/Merino\\_BJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37066/Merino_BJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Palacios, Y. (2020). *Las expectativas del cliente y la competencia laboral en el Banco de la Nación, Jaén 2018*. [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo Chiclayo, Perú.] [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58195/Palacios\\_TYM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58195/Palacios_TYM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Polino, E. (2017). *La gestión logística y el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotés, del distrito San Miguel de Cauri-2017*. [tesis de licenciatura, Universidad de Huánuco] <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/495/POLINO%20PUENTE%2c%20EMERSON%20JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Sagastegui, D. (2020). *La gestión logística y su relación con la satisfacción del cliente de una empresa comercializadora de autopartes para carrocerías, Trujillo 2019*. (tesis de licenciatura). Universidad Privada del norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27139/Sagastegui%20Aguiar%2c%20Denia%20Otilia.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias*. (6ta ed.). RH Sampieri, Metodología de la Investigación. [content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27139/Sagastegui%20Aguiar%2c%20Denia%20Otilia.pdf?sequence=2&isAllowed=y).
- Tamayo y Tamayo, M. (2008). *Aprender a investigar*. Módulo 5: El proyecto de investigación. Aprender a Investigar (3ra ed.). Santa Fe de Bogotá, D.C., Colombia: ARFO Editores Ltda. <https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/2.-La-Investigaci%C3%B3n-APRENDER-A-INVESTIGAR-ICFES.pdf>.
- Umair, A., Zhang, W., Han, Z. and Haq, S. (2019). *Impact of Logistics Management on Customer Satisfaction: A Case of Retail Stores of Islamabad and Rawalpindi*. Artículo científico. Kunming University of Science & Technology. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=94688>.
- Valera, E. (2017). *Relación de la gestión logística con el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de productos lácteos la marquesita, Cajamarca 2016*. [tesis de licenciatura, Universidad Privada del norte] Cajamarca, Perú. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11328/Valera%20Contreras%20Enmily%20Gihovanna.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vega, J. (2017). *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente mayorista del rubro de abarrotes del centro comercial La Unión Canto Grande S.J.L. en el año 2017*. [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo] Lima, Perú. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7219/VEGA\\_HJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7219/VEGA_HJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

- Velasco, J. (2013). *Gestión de la logística en la empresa: Planificación de la cadena de suministro*. (1era ed.) Madrid: Ediciones Pirámide.  
[https://www.academia.edu/21740273/1\\_Gestion\\_de\\_la\\_logistica\\_en\\_la\\_empresa](https://www.academia.edu/21740273/1_Gestion_de_la_logistica_en_la_empresa).
- Vidal, R. (2021). *Gestión logística y satisfacción del cliente interno en la Unidad de Abastecimiento de una entidad del estado, 2021*. [tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Lima, Perú.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67903/Vidal\\_CRC-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67903/Vidal_CRC-SD.pdf?sequence=1).
- Zelada, J. (2020). *Relación entre el nivel de expectativa de los clientes y el grado de experiencia. BCP Jaén*. [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo] Chiclayo, Perú.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51977/Zelada\\_CJK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51977/Zelada_CJK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>V.I Gestión Logística</b>	"La gestión logística comprende desde el ciclo de pedidos, seguido del inventario, el transporte, el almacenamiento, el manejo de materiales y el empaçado; es decir todo lo que forma parte de la red empresarial". Bowersox, Closs & Cooper (2001).	La gestión logística es una parte de la cadena de suministros por lo cual, busca desarrollar cada punto requerido en el proceso donde interviene el cliente desde la gestión de compras hasta gestión de transporte y distribución de carga, es por ello que se utilizará para la recolección de información mediante un cuestionario, que tiene como objetivo ser aplicado a los clientes de la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC.	<b>Gestión de compras</b>	Evaluación de proveedores	<b>ORDINAL</b>
				Necesidad de compra	
				Gestión de pedidos	
			<b>Gestión de almacenamiento</b>	Manipulaciones	
				Despacho	
			<b>Gestión de inventario</b>	Existencia de materiales	
			<b>Gestión de transporte y distribución</b>	Fiabilidad	
				Transporte	
				Tiempo requerido	
			<b>V.D Satisfacción del cliente</b>	"Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". Kotler, P. (2001).	
Conformidad					
Complacencia					
<b>Expectativas</b>	Ofrecimientos				
	Referencias				
<b>Rendimiento percibido</b>	Solución de necesidades				
	Eficacia				
	Precio accesible				

**Anexo 2: Matriz de consistencia**

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
<p style="text-align: center;"><b>“ LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE INVERSIONES PLAZA VENTURA SAC, TRUJILLO-2021”</b></p>	<p>Desde la perspectiva del cliente, ¿Qué relación existe entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021?</p>	<p><b>GENERAL:</b> Determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021. <b>ESPECÍFICOS:</b> Determinar la relación entre la gestión logística con el nivel de satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021. Determinar la relación entre la gestión logística con la expectativa del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021. Determinar la relación entre la gestión logística con el rendimiento percibido del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.</p>	<p>H1: Existe relación positiva entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.</p>	<p style="text-align: center;"><b>GESTIÓN LOGÍSTICA</b></p>	<p>“La gestión logística comprende desde el ciclo de pedidos, seguido del inventario, el transporte, el almacenamiento, el manejo de materiales y el empaqueo; es decir todo lo que forma parte de la red empresarial”. Bowersox, Closs &amp; Cooper (2001).</p>	<p>Se utilizará para la recolección de información un cuestionario, mediante escala Likert, que tiene como objetivo ser aplicado a los clientes de la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC.</p>	Gestión de compras	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación de proveedores</li> <li>Necesidad de compra</li> <li>Gestión de pedidos</li> </ul>	<b>2;3;4;5;6;7,8</b>	<b>ORDINAL</b>
							Gestión de almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manipulaciones</li> <li>Despacho</li> </ul>	<b>9;10;11;12;13</b>	
							Gestión de inventario	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de materiales</li> </ul>	<b>14;15</b>	
							Gestión de transporte y distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fiabilidad</li> <li>Transporte</li> <li>Tiempo requerido</li> </ul>	<b>16;17;18;19;20;21</b>	
				<p style="text-align: center;"><b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b></p>	<p>"Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". Kotler, P. (2001).</p>	<p>Se utilizará para la recolección de información un cuestionario, mediante escala Likert que tiene como objetivo ser aplicado a los clientes de la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC.</p>	Nivel de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Satisfecho</li> <li>Conformidad</li> <li>Complacencia</li> </ul>	<b>22;23;24;25;26;27;28;29;30</b>	
							Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecimientos</li> <li>Referencias</li> </ul>	<b>31;32</b>	
							Rendimiento percibido	<ul style="list-style-type: none"> <li>Solución de necesidades</li> <li>Eficacia</li> <li>Precio accesible</li> </ul>	<b>33;34;35;36;37.</b>	

**Anexo 3: Cuestionario sobre gestión logística para la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC.**

**CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN LOGÍSTICA**

ESTIMADO CLIENTE (A) DE INVERSIONES PLAZA VENTURA S.A.C.

El siguiente cuestionario tiene como propósito recolectar información para nuestro proyecto de investigación de pregrado de la Universidad César Vallejo – Trujillo. Se estableció preguntas para cada una de ellas, que permitan recaudar información necesaria para el presente estudio. Recordando, que la información brindada por Usted es de carácter confidencial y únicamente con fines investigativos.

1. ¿Usted manifiesta su voluntad de participar en la investigación y brinda su consentimiento?      Sí ( )      No ( )

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSIÓN	ÍTEMS	Valoración				
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
GESTIÓN DE COMPRA	2. ¿Las marcas ofrecidas por la empresa Plaza Ventura son de alta rotación en su negocio?					
	3. ¿Considera que el valor de los productos es el adecuado y satisface sus necesidades para cumplir su demanda?					
	4. ¿Está de acuerdo con las marcas que ofrece la empresa Plaza Ventura?					
	5. ¿Considera que el precio es el factor más importante en la decisión de compra de productos?					
	6. ¿Los productos ofrecidos por la empresa Plaza Ventura cubre sus necesidades de demanda?					

	7. ¿Considera que la calidad de los productos adquiridos en la empresa Plaza Ventura son buenos?					
	8. ¿La empresa Plaza Ventura emite su orden de pedido de manera adecuada?					
<b>GESTIÓN DE ALMACEN</b>	9. ¿La mercadería que recepciona, se encuentra en buenas condiciones?					
	10. ¿El despacho de la mercadería cumple con sus exigencias?					
	11. ¿Cree que se da la filosofía del “justo a tiempo” cuando realiza y recepciona su pedido?					
	12. ¿Considera que, al momento del despacho en su punto de venta, es la más óptima?					
	13. Respecto al servicio de despacho ¿Cómo se siente con el tiempo que tuvo que esperar para ser atendido?					
<b>GESTIÓN DE INVENTARIO</b>	14. ¿El vendedor lo mantiene informado sobre el stock de los productos para que pueda realizar su pedido?					
	15. ¿Los productos ofrecidos por la empresa Plaza Ventura, coincide con los productos que usted necesita para abastecer su negocio?					
<b>GESTIÓN DE TRANSPORTE</b>	16. Cuando realiza su pedido ¿le han faltado productos?					
	17. ¿Confía en la garantía de los productos que le brinda empresa Plaza Ventura?					
	18. ¿Considera que el servicio que le brinda la empresa Plaza Ventura es seguro?					
	19. ¿El tipo de vehículo que utiliza la empresa Plaza Ventura para el envío de sus productos es el apropiado?					
	20. ¿El tiempo de entrega de sus productos es el pactado por su vendedor?					
	21. ¿Cree que el tiempo que transcurre desde que usted tiene la necesidad de la compra hasta que éste es entregado, es el adecuado?					

*Nota: Elaborado por Aguirre, K. y Cánova, A. (2019).*

**Anexo 4: Cuestionario sobre satisfacción del cliente para la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC.**

**CUESTIONARIO SOBRE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

ESTIMADO CLIENTE (A) DE INVERSIONES PLAZA VENTURA S.A.C.

El siguiente cuestionario, tiene como propósito, recolectar información para nuestro proyecto de investigación de Pregrado de la Universidad César Vallejo-Trujillo. Se estableció preguntas para cada una de ellas que permitan recaudar la información necesaria para el presente estudio. Recordando, que la información brindada por Usted es de carácter confidencial y únicamente con fines investigativos.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

DIMENSIÓN	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
NIVEL DE SATISFACCIÓN	22. ¿El servicio que brinda empresa Plaza Ventura se adapta a sus necesidades como cliente?					
	23. ¿Considera usted que el número de elementos (Los vehículos y el equipo de colaboradores) con que cuenta la empresa Plaza Ventura satisfacen sus expectativas como cliente?					
	24. ¿Se siente satisfecho con las compensaciones que realiza la empresa Plaza Ventura en respuesta a alguna situación desfavorable en el servicio?					
	25. ¿Usted se siente conforme con el servicio brindado por el personal de Plaza Ventura?					
	26. ¿Considera Ud. que no se cumple con las condiciones de servicio de manera segura?					

	27. ¿En su opinión la empresa no ha cumplido con solucionar sus requerimientos?					
	28. ¿Los productos brindados por la empresa son los exigidos por su persona?					
	29. ¿El personal de ventas y despacho le brindan la información necesaria al momento de adquirir los productos de la empresa Plaza Ventura?					
	30. ¿Siente seguridad después de recibir información sobre el proceso y características del servicio?					
<b>EXPECTATIVA</b>	31. Cuando le explican las características del producto y luego lo recibe ¿cumple con sus expectativas?					
	32. Según su experiencia ¿recomendaría a otras personas comprar en la empresa Plaza Ventura?					
<b>RENDIMIENTO PERCIBIDO</b>	33. ¿Considera que las quejas de clientes se realizan principalmente por el retraso de sus pedidos?					
	34. Considera que “de presentar alguna queja respecto a la atención adecuada de su pedido” este sería atendido?					
	35. Cuando un producto no le llega ¿la empresa actúa rápidamente para compensar su falta?					
	36. ¿El estado en que llega su pedido en su punto de venta, justifica al precio que paga por ellos?					
	37. En su opinión, ¿cree que la empresa Plaza Ventura posee precios accesibles en comparación a otras distribuidoras?					

*Nota: Elaborado por Aguirre, K. y Cánova, A. (2019).*

**Anexo 5: Ficha técnica del cuestionario de gestión logística**

<b>AUTOR Y AÑO</b>	Aguirre y Cánova (2019)
<b>NOMBRE DEL INSTRUMENTO</b>	Cuestionario "Gestión logística"
<b>TOMADO</b>	Mercedes Apaza, María Fernanda Rubí; y Reyes Leiva, Ronal Alexander
<b>OBJETIVO DEL INSTRUMENTO</b>	Determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.
<b>NÚMERO DE ÍTEMS</b>	20
<b>ESCALA</b>	Likert: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5)
<b>MEDICIÓN</b>	Gestión logística para la satisfacción del cliente
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	Individual
<b>TIEMPO</b>	20 minutos.
<b>VALIDEZ</b>	Se validó mediante el juicio de 3 expertos.
<b>CONFIABILIDAD</b>	Se logró a través de Alfa de Cronbach, obteniendo un valor $\alpha = 0,852$ de confiabilidad.

**Anexo 6: Ficha técnica del cuestionario de satisfacción del cliente**

<b>AUTOR Y AÑO</b>	Aguirre y Cánova (2019)
<b>NOMBRE DEL INSTRUMENTO</b>	Cuestionario "Satisfacción del Cliente"
<b>TOMADO</b>	Mercedes Apaza, María Fernanda Rubí; y Reyes Leiva, Ronal Alexander
<b>OBJETIVO DEL INSTRUMENTO</b>	Determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021.
<b>NÚMERO DE ÍTEMS</b>	16
<b>ESCALA</b>	Likert: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5)
<b>MEDICIÓN</b>	Gestión logística para la satisfacción del cliente
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	Individual
<b>TIEMPO</b>	15 minutos.
<b>VALIDEZ</b>	Se validó mediante el juicio de 3 expertos.
<b>CONFIABILIDAD</b>	Se logró a través de Alfa de Cronbach, obteniendo un valor $\alpha = 0,863$ de confiabilidad.

**Anexo 7: Escala de valoración de las variables**

**VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN LOGÍSTICA**

<b>Escala de Valoración</b>		<b>Rango</b>
Totalmente de acuerdo	<b>Muy Bueno</b>	85 - 100
De acuerdo	<b>Bueno</b>	69 - 84
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<b>Regular</b>	53 - 68
En desacuerdo	<b>Malo</b>	37 - 52
Totalmente en desacuerdo	<b>Muy Malo</b>	20 - 36

**VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>		<b>RANGO</b>
Totalmente de acuerdo	<b>Muy Bueno</b>	68 – 80
De acuerdo	<b>Bueno</b>	55 - 67
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<b>Regular</b>	43 - 54
En desacuerdo	<b>Malo</b>	30 – 42
Totalmente en desacuerdo	<b>Muy Malo</b>	16 – 29

**DIMENSIÓN: GESTIÓN DE COMPRAS**

<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>		<b>RANGO</b>
Totalmente de acuerdo	<b>Muy Bueno</b>	30 - 35
De acuerdo	<b>Bueno</b>	25 - 29
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<b>Regular</b>	19 – 24
En desacuerdo	<b>Malo</b>	14 – 18
Totalmente en desacuerdo	<b>Muy Malo</b>	7 – 13

**DIMENSIÓN: GESTIÓN DE ALMACENAMIENTO**

<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>		<b>RANGO</b>
Totalmente de acuerdo	<b>Muy Bueno</b>	22 - 25
De acuerdo	<b>Bueno</b>	18 – 21
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<b>Regular</b>	14 – 17
En desacuerdo	<b>Malo</b>	10 – 13
Totalmente en desacuerdo	<b>Muy Malo</b>	5 – 9

### DIMENSIÓN: GESTIÓN DE INVENTARIOS

ESCALA DE VALORACIÓN		RANGO
Totalmente de acuerdo	<b>Muy Bueno</b>	9 - 10
De acuerdo	<b>Bueno</b>	8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<b>Regular</b>	6 - 7
En desacuerdo	<b>Malo</b>	5
Totalmente en desacuerdo	<b>Muy Malo</b>	2 - 4

### DIMENSIÓN: GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE

ESCALA DE VALORACIÓN		RANGO
Totalmente de acuerdo	<b>Muy Bueno</b>	26 - 30
De acuerdo	<b>Bueno</b>	21 - 25
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<b>Regular</b>	17 - 20
En desacuerdo	<b>Malo</b>	12 - 16
Totalmente en desacuerdo	<b>Muy Malo</b>	6 - 11

### DIMENSIÓN: NIVEL DE SATISFACCIÓN

ESCALA DE VALORACIÓN		RANGO
Totalmente de acuerdo	<b>Muy Bueno</b>	39 - 45
De acuerdo	<b>Bueno</b>	32 - 38
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<b>Regular</b>	24 - 31
En desacuerdo	<b>Malo</b>	17 - 23
Totalmente en desacuerdo	<b>Muy Malo</b>	9 - 16

### DIMENSIÓN: EXPECTATIVA

ESCALA DE VALORACIÓN		RANGO
Totalmente de acuerdo	<b>Muy Bueno</b>	9 - 10
De acuerdo	<b>Bueno</b>	8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<b>Regular</b>	6 - 7
En desacuerdo	<b>Malo</b>	5
Totalmente en desacuerdo	<b>Muy Malo</b>	2 - 4

### DIMENSIÓN: RENDIMIENTO PERCIBIDO

ESCALA DE VALORACIÓN		RANGO
Totalmente de acuerdo	<b>Muy Bueno</b>	22 - 25
De acuerdo	<b>Bueno</b>	18 - 21
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<b>Regular</b>	14 - 17
En desacuerdo	<b>Malo</b>	10 - 13
Totalmente en desacuerdo	<b>Muy Malo</b>	5 - 9

**Anexo 8: Carátula**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión logística y satisfacción en los clientes de la Empresa Proyectos e Inversiones  
Danko E.I.R.L. - Nuevo Chimbote, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Aguirre Quezada, Kelly Yanett (ORCID: 0000-0002-7093-690X)

Cánova Meléndez, Anamile Del Rocio (ORCID: 0000-0001-5260-0241)

ASESOR:

Mgr. Gutiérrez Chilca, Randall Manolo (ORCID: 0000-0003-2114-3724)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

CHIMBOTE - PERÚ

2019

*Nota: Elaborado por Aguirre, K. y Cánova, A. (2019).*

**Anexo 9:** Validación del instrumento que mide las variables de gestión logística y satisfacción del cliente

**Validador 1:** Dra. Patricia del Valle Figueroa Rojas.

**RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario de Gestión logística y Satisfacción del cliente-2019

**OBJETIVO:** Determinar la relación entre la gestión logística y satisfacción al cliente de la empresa Proyectos e inversiones Danko EIRL Nuevo Chimbote, 2019.

**DIRIGIDO A:** Clientes de la empresa Proyecto e Inversiones Danko.

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			<input checked="" type="checkbox"/>	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :** Figueroa Rojas Patricia del Valle

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :** DOCTOR

**Dr.** Patricia Figueroa Rojas

**DNI:** 001099351

**Validador 2:** Dr. Manuel Antonio Espinoza de la Cruz.

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Gestión logística y Satisfacción del cliente-2019

OBJETIVO: Determinar la relación entre la gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Proyectos e inversiones Danko EIRL Nuevo Chimbote, 2019.

DIRIGIDO A: Clientes de la empresa Proyecto e Inversiones Danko.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : ESPINOZA DE LA CRUZ MANUEL ANTONIO

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTOR.

Dr.   
DNI: 18195946

**Validador 3:** Mg. Edinson Miguel Chacón Arenas

### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Gestión logística y Satisfacción del cliente-2019

OBJETIVO: Determinar la relación entre la gestión logística y satisfacción del cliente de la empresa Proyectos e inversiones Danko EIRL Nuevo Chimbote, 2019.

DIRIGIDO A: Clientes de la empresa Proyecto e Inversiones Danko.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR

Chacón Arenas Edinson Miguel

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR

Magister

Dr. Edinson Miguel Chacón Arenas

DNI: 25575328

## **Anexo 10: Validez y Confiabilidad del instrumento**

La investigación de Aguirre, K y Cánova, A. (2019). En su investigación aplicaron una prueba piloto en la cual se pudo conocer la confiabilidad del instrumento, mediante el Alfa de Cronbach se pudo conocer que tan fiables eran para su aplicación.

Cuestionario sobre gestión logística

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,852	21

*Nota: Elaborado por Aguirre, K. y Cánova, A. (2019)*

Cuestionario sobre satisfacción del cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,863	16

*Nota: Elaborado por IBM-SPSS26*

Se aplicó una prueba piloto a 15 clientes de la empresa Inversiones Plaza Ventura SAC, con el objetivo de confirmar el nivel de confiabilidad del instrumento tomado de la investigación de Aguirre, k. y Cánova, A., mediante el SPSS26 se calculó el Alfa de Cronbach de ambas variables, es decir, Gestión Logística y Satisfacción del cliente; teniendo como resultado 0.912.

### **Tabla 6**

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.912	0.925	36

*Nota: Elaborado por IBM-SPSS26*

De acuerdo a la confiabilidad obtenida de las variables nos da como resultado de valor de Alfa de Cronbach es de **0.912 o 91.2%**, significa que las preguntas son altamente confiables, por lo tanto, podemos afirmar que el instrumento es confiable para poder ser aplicado en la presente investigación ya que el valor resultante es **>0.75**.

### Base de datos de prueba piloto

Preguntas	Muestra Piloto														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
P1	3	5	2	3	2	4	4	4	2	4	4	4	2	3	3
P2	2	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
P3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4
P4	2	4	5	4	2	3	4	5	2	4	4	4	2	4	2
P5	3	5	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	3
P6	3	3	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
P7	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
P8	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
P9	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
P10	2	3	2	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3	2
P11	2	3	3	2	3	3	4	4	4	2	5	3	4	3	3
P12	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3
P13	3	4	2	3	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3
P14	3	4	4	3	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4	3
P15	2	4	5	3	3	4	1	3	3	2	3	3	3	5	2
P16	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3
P17	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
P18	2	4	1	4	3	4	4	5	2	4	4	4	3	5	2
P19	2	2	2	4	2	3	4	5	3	4	4	4	3	4	2
P20	2	3	2	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3
P21	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
P22	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3
P23	2	4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2
P24	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
P25	3	2	5	3	2	3	2	4	3	2	4	4	3	2	3
P26	3	2	2	3	2	3	2	4	4	3	4	4	4	5	4
P27	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
P28	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
P29	2	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3
P30	3	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3
P31	4	5	4	3	5	4	5	2	4	3	4	4	4	5	4
P32	3	5	3	4	2	4	1	4	2	4	4	5	2	4	2
P33	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
P34	3	4	2	3	4	3	4	4	4	2	5	4	4	4	3
P35	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
P36	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Nota: Excel 2016

Anexo 11: Base de datos de las variables de estudio – Gestión Logística

	Gestión de Compras						Gestión y Almacenamiento						G. Inventarios		Gestión de Transporte y Distribución						
	Evaluación de proveedores			Necesidad de Compra			G. Pedidos	Manipulación			Despacho			E. de Materiales		Fiabilidad			Transporte	T. Requerido	
	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	
1	4	4	4	3	2	3	5	3	3	1	3	4	3	3	3	5	4	3	2	4	
2	5	3	3	2	2	2	5	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	3	
3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	2	4	4	
4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	2	3	3	3	5	3	3	3	2	2	4	
5	2	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	5	
6	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	
7	3	3	3	4	4	4	5	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	5	
8	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	
9	2	4	4	4	5	5	4	3	5	2	4	4	4	5	5	5	2	2	1	4	
10	4	3	3	5	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	2	3	4		
11	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	1	4	4		
12	4	3	4	5	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	5	3	1	2	4	
13	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	1	3	4	
14	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	3	4	4	
15	2	2	3	1	2	3	4	2	3	2	2	3	3	2	4	5	2	2	3	3	
16	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	4	4	4	2	2	3	5	
17	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	5	
18	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	5	1	2	4	
19	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	3	4	2	
20	3	2	3	4	3	3	4	1	2	2	2	3	2	3	3	4	4	1	2	5	
21	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	2	2	4	5	
22	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	2	4	5	
23	5	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	4		
24	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	1	2	3	5	
25	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	5	
26	4	3	2	3	3	3	3	4	2	1	3	2	3	4	3	4	2	2	2	4	
27	3	4	4	4	3	3	3	2	4	2	4	4	4	3	3	5	3	2	4	2	
28	3	2	3	1	2	2	3	3	2	1	2	3	3	4	2	3	2	1	2	4	
29	2	4	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	2	3	4	5	
30	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	2	3	5	5	
31	4	4	4	4	5	5	4	2	3	4	4	4	4	5	5	4	3	2	3	2	
32	4	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	5	
33	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	5	3	5	3	3	2	4	
34	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	5	2	2	2	4	
35	5	4	4	4	5	5	4	5	4	2	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	
36	3	2	3	1	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	4	
37	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	1	3	4	
38	4	2	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	4	5	
39	3	4	4	4	5	5	4	2	5	3	4	4	4	5	5	4	3	2	5	4	
40	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	2	4	3	
41	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	5	1	2	4	
42	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	
43	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	4	4	4	1	2	4	

44	3	3	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	4	5
45	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2
46	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	4
47	3	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	4	5	1	2	4
48	5	4	4	4	3	3	3	2	4	2	4	4	4	5	3	3	3	2	4	4
49	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	4	3	2	5	1	2	5
50	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4
51	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4
52	3	2	3	5	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	4
53	2	4	4	4	3	3	3	2	4	2	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4
54	3	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	5	1	2	4
55	2	4	4	4	3	3	3	2	4	2	4	4	4	3	3	4	3	2	4	2
56	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	5	3	2	3	4
57	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4
58	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	5
59	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	5
60	2	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	4	1	2	2
61	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	5
62	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	2
63	2	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	4	1	2	4
64	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4
65	3	3	4	4	1	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	2	4	4
66	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	5	3	2	3	5
67	2	2	3	4	1	2	3	4	2	2	2	3	3	2	2	5	2	2	2	5
68	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5
69	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	5	1	2	5
70	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2
71	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	2	4	5
72	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
73	4	2	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	2	1	4	5
74	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3
75	4	4	4	4	5	5	4	2	5	4	4	4	4	5	5	4	3	1	5	4
76	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	4	1	2	2
77	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4
78	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	5	1	2	4
79	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	5	3	2	3	4
80	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4
81	3	4	4	3	4	4	3	5	3	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4
82	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	4	1	2	5
83	3	4	4	4	5	5	4	2	5	3	4	4	4	5	5	4	3	2	5	4
84	2	4	4	4	1	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4
85	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2
86	4	3	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2
87	4	3	2	1	2	2	2	4	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	5
88	3	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	2	2	5	3	1	3	4
89	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	1	4	3

89	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	1	4	3
90	2	2	3	5	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	5	1	2	4
91	3	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	5	
92	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	3	5	3
93	2	3	2	5	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4
94	4	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	3	2	4	3
95	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	1	4	2
96	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	1	3	2
97	4	4	4	4	5	5	4	2	5	4	4	4	4	5	5	4	3	2	5	2
98	2	2	4	4	3	3	3	2	4	2	4	4	4	3	2	5	3	2	4	5
99	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4	4	2	3	4	5
100	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4
101	4	3	2	2	2	2	2	4	3	4	3	2	3	4	2	4	2	3	3	2
102	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4
103	3	3	4	3	3	3	3	5	3	1	3	4	3	3	2	4	4	2	3	4
104	2	2	4	4	2	3	3	2	4	2	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4
105	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4
106	4	3	2	3	1	2	2	3	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	4
107	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	4	3	2	2	4
108	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	5	2	4	3	2	2	4
109	2	4	4	4	1	3	3	4	4	1	4	4	4	4	3	5	3	2	4	4
110	3	3	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	5
111	3	3	4	4	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	4	3	2	3	5
112	3	3	3	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4
113	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4
114	3	3	3	2	3	3	4	5	4	4	3	3	3	5	3	4	3	2	4	4
115	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2
116	3	3	4	3	2	3	3	4	3	1	3	4	3	5	4	5	4	3	3	4
117	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	2	2	4
118	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	5	3	4	4	1	2	4
119	3	3	4	5	4	4	3	3	4	1	3	4	3	4	4	4	2	1	4	5
120	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	3	4	4	5	3	1	4	5
121	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	2	4	5
122	3	3	4	3	4	4	3	5	4	1	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4
123	3	3	2	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	5
124	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4
125	2	4	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4
126	3	3	4	3	3	3	3	5	3	2	3	4	3	3	3	5	4	3	3	3
127	3	4	4	5	2	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	5	
128	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4
129	3	3	4	3	3	3	3	4	3	1	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3
130	4	3	3	5	2	4	3	5	3	1	3	3	3	4	4	5	3	2	3	5
131	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	2	3	5	3
132	3	3	4	4	4	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3	5	3	2	3	5

Anexo 12: Base de datos de las variables de estudio – Satisfacción del cliente

	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE															
	Nivel de Satisfacción									Expectativa		Rendimiento Percibido				
	Satisfecho			Conformidad			Complacencia			Ofrecimiento	Referencia	Solución de necesidades		Eficacia	Precio Accesible	
	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34	p35	p36	p37
1	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2
3	2	2	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	2	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5
5	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4
6	3	2	4	2	4	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
7	3	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5
8	4	1	4	3	5	2	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
10	2	2	2	3	4	2	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5
11	4	4	4	3	5	5	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4
12	1	2	4	3	4	2	3	3	3	5	3	4	4	2	4	4
13	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	5	5
14	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5
15	2	2	2	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4
16	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2
17	3	2	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
18	2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2
19	2	1	4	3	4	2	4	4	3	2	4	5	5	4	5	5
20	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2
21	2	2	4	3	4	2	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
22	4	1	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5
23	1	2	4	3	5	2	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4
24	3	2	4	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5
25	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3
26	3	2	2	2	3	3	3	5	3	4	4	5	5	4	5	5
27	2	4	4	3	5	2	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
28	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	3
29	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
30	3	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
31	2	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
32	3	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5
33	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2
34	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2
35	3	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
36	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
37	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5
38	2	4	4	3	3	1	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
39	5	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	3	4	2	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
41	2	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
42	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
43	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
44	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
45	3	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5

46	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
47	2	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
48	4	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
49	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
50	1	2	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5
51	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
52	2	2	2	2	2	3	2	3	2	4	2	2	2	2	2	2
53	4	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
54	2	2	2	2	3	3	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2
55	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
56	3	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5
57	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
58	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
59	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
60	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
61	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
62	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
63	2	2	2	2	3	3	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2
64	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
66	3	1	2	3	2	2	2	3	2	5	2	2	2	2	2	2
67	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5
69	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
70	3	3	4	3	4	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	3	5	2	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4
73	3	4	4	3	5	5	5	5	4	2	3	5	5	3	5	5
74	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5
75	5	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4
76	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
77	4	4	4	3	4	1	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
78	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
79	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2
80	4	4	4	3	5	2	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
81	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
82	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
83	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	3	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4
85	3	2	4	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5
86	3	2	2	3	3	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
87	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4
88	3	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	5	5	4	5	5
89	4	4	4	3	4	1	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
90	2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
91	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4

92	5	4	4	3	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
93	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3
94	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
95	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5
96	3	1	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
97	5	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
98	4	1	4	3	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
100	3	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5
101	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4
102	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
103	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
104	4	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
105	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5
106	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	4	3	4
107	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3
108	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2
109	4	2	4	3	5	4	5	5	3	4	2	4	4	4	4	4
110	4	4	4	3	5	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
111	3	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5
112	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5
113	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
114	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5
115	3	3	3	3	3	2	3	3	2	5	3	2	2	3	2	2
116	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
117	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
118	2	2	2	2	3	3	2	4	2	4	3	2	2	2	2	2
119	1	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
120	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
121	1	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
122	4	4	4	3	5	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
123	3	2	2	2	3	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
124	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	3	4	2	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
126	3	4	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
127	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
128	2	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5
129	2	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5
130	2	2	2	3	4	2	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5
131	1	4	4	3	5	2	4	5	4	5	2	5	5	2	5	5
132	2	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5

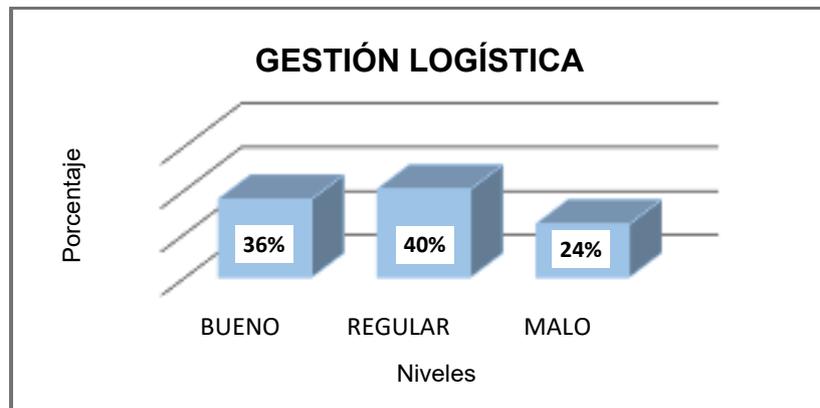
Nota: Excel 2016.

## Anexo 13: Análisis Descriptivo de los Resultados

### Análisis de los resultados de la variable gestión logística

Figura 1

Resultado de la variable de gestión logística



*Nota: Elaboración propia.*

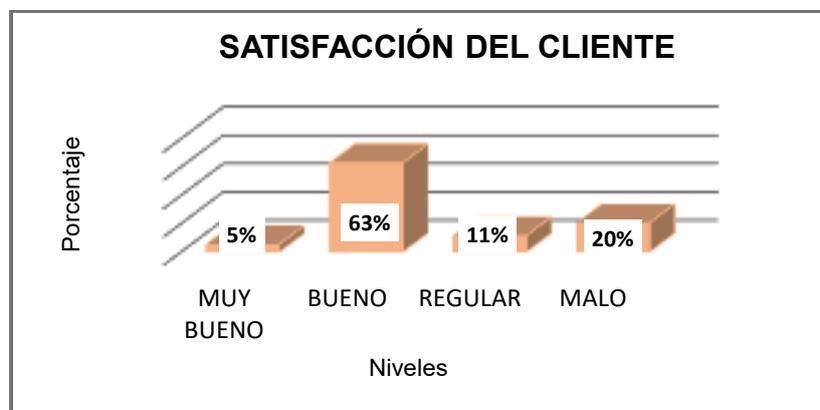
### Interpretación

La **Figura 1** muestran que, el 76% de los clientes encuestados indicaron que la gestión logística en la empresa Plaza Ventura SAC, es de nivel regular a bueno, mientras que un 24% indicó que es mala.

### Análisis de los resultados de la variable de satisfacción del cliente

Figura 2

Resultado de la variable de satisfacción del cliente



*Nota: Elaboración propia.*

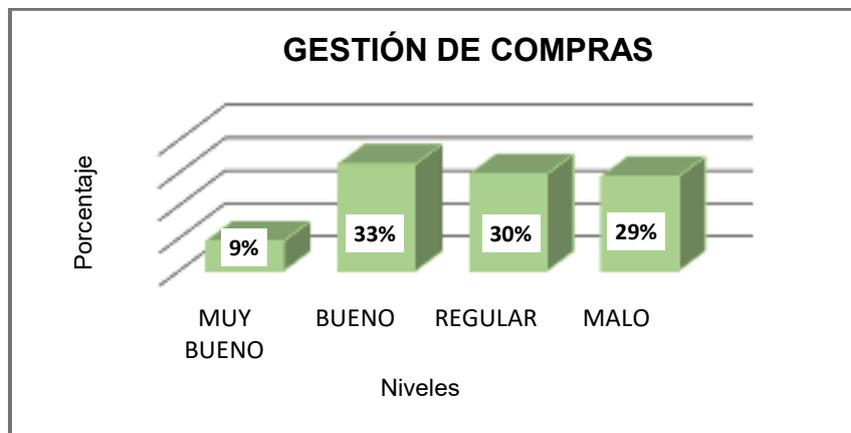
## Interpretación

La **Figura 2** muestran que, el 63% de los clientes encuestados indicaron tener un nivel bueno en cuanto a la satisfacción del cliente, mientras que un representativo 20% indicó tener un nivel malo en cuanto a sentirse satisfecho con el servicio que brinda la empresa Plaza Ventura SAC.

## Análisis de los resultados de la dimensión gestión de compras

### Figura 3

*Resultado de la dimensión gestión de compras.*



*Nota: Elaboración propia.*

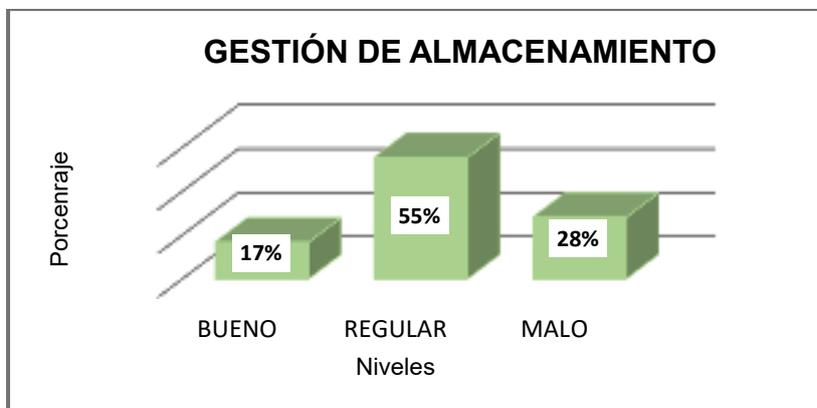
## Interpretación

La **Figura 3** muestran que, el 42% de los clientes encuestados indicaron que la gestión de compras de la empresa Plaza Ventura SAC es de nivel bueno a muy bueno; el 30% indicó que es regular; mientras que un 29% manifestó que la gestión de compras es mala.

## Análisis de los resultados de la dimensión gestión de almacenamiento

Figura 4

Resultado de la dimensión gestión de almacenamiento.



*Nota: Elaboración propia.*

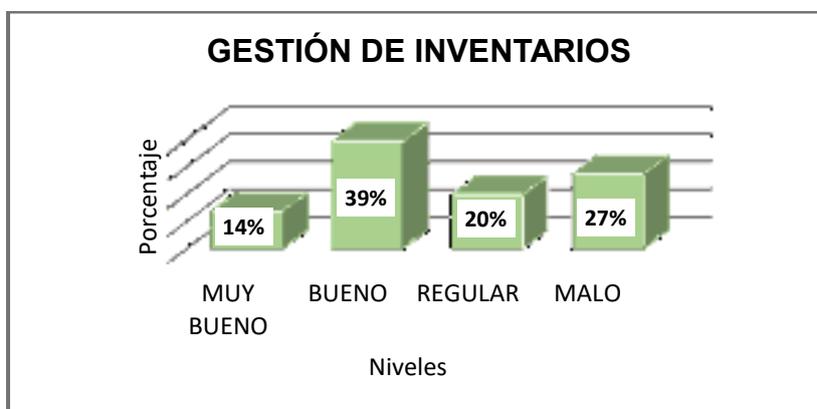
### Interpretación

La **Figura 4** muestran que, el 55% de los clientes encuestados indicaron que la gestión de almacenamiento en la empresa Plaza Ventura SAC es de nivel regular, mientras un 28% indico que es de nivel malo y un 17% indicó tener una gestión buena.

## Análisis de los resultados de la dimensión gestión de inventarios

Figura 5

Resultado de la dimensión gestión de inventarios.



*Nota: Elaboración propia.*

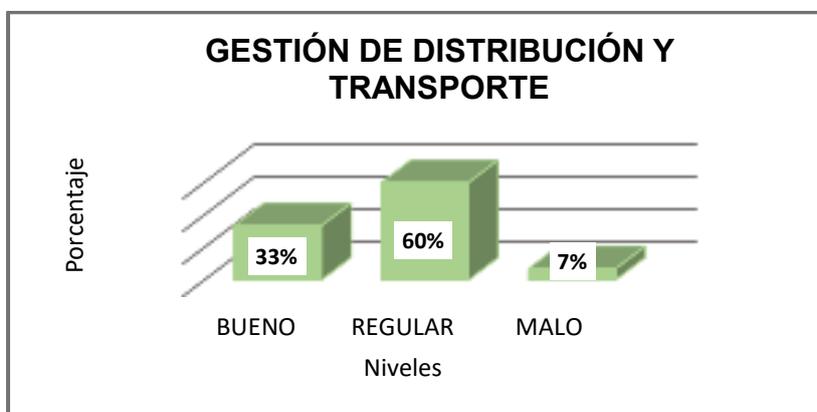
## Interpretación

La **Figura 5** muestran que, el 53% de los clientes encuestados indicaron que la gestión de inventarios en la empresa Plaza Ventura SAC es de nivel bueno a muy bueno, mientras que un 27% indicó tener un nivel malo y un 20% indicó tener una gestión regular.

## Análisis de los resultados de la dimensión gestión de transporte y distribución

### Figura 6

*Resultado de la dimensión gestión de distribución y transporte*



*Nota: Elaboración propia.*

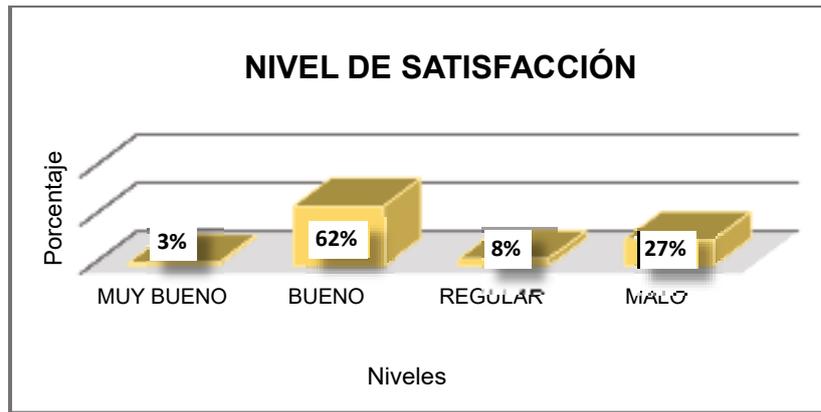
## Interpretación

La **Figura 6** muestran que, el 60% de los clientes encuestados indicaron que su gestión de distribución y transporte en la empresa Plaza Ventura SAC es de nivel regular, un 33% indico tener un nivel bueno, mientras que solo un 7% indicó tener una gestión mala.

## Análisis de los resultados de la dimensión nivel de satisfacción

### Figura 7

*Resultado de la dimensión nivel de satisfacción*



*Nota: Elaboración propia.*

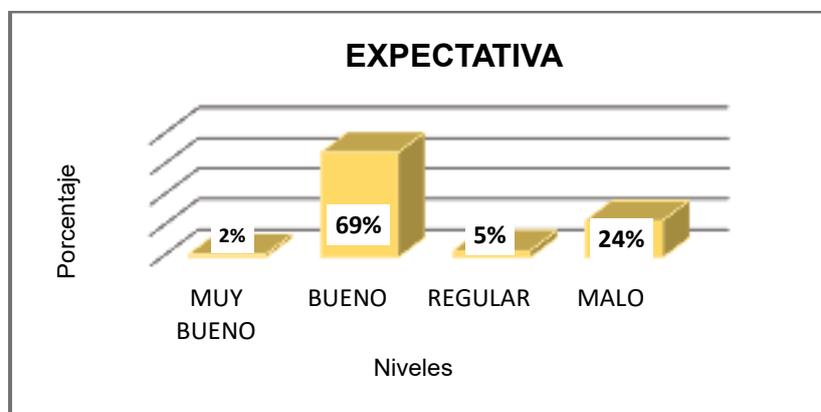
### Interpretación

La **Figura 7** muestran que, el 62% de los clientes encuestados indicaron que su nivel de satisfacción con la empresa Plaza Ventura SAC es de nivel bueno, mientras que un 27% indicó tener un nivel malo en su satisfacción como cliente.

### Análisis de los resultados de la dimensión expectativa

#### Figura 8

*Resultado de la dimensión expectativa.*



*Nota: Elaboración propia.*

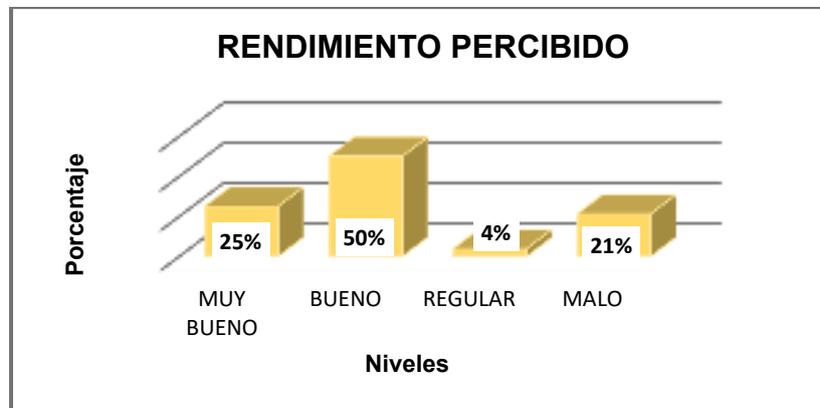
### Interpretación

La **Figura 8** muestran que, el 69% de los clientes encuestados indicaron que su expectativa con el servicio que ofrece la empresa Plaza Ventura SAC es de nivel bueno, mientras que un 24% indicó tener un nivel malo según su expectativa como cliente.

## Análisis de los resultados de la dimensión rendimiento percibido

Figura 9

Resultado de la dimensión rendimiento percibido.

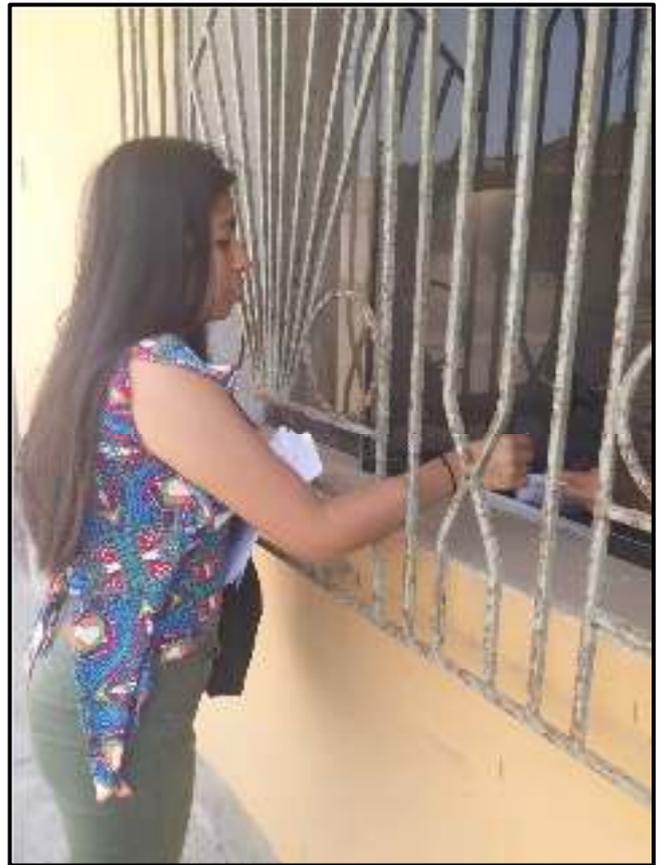


*Nota: Elaboración propia.*

### Interpretación

La **Figura 9** muestran que, el 50% de los clientes encuestados indicaron que el rendimiento que perciben del servicio que ofrece la empresa Plaza Ventura SAC es de nivel bueno, un 25% indicó ser de nivel muy bueno, mientras que un significativo 21% indicó tener un nivel malo en cuanto al rendimiento percibido.

**Anexo 14: Evidencias fotográficas**





**Anexo 15: Carta de aceptación de Inversiones Plaza Ventura SAC.**



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Trujillo, 06 de octubre de 2021

Señores

Escuela de Administración

Universidad César Vallejo – Campus Trujillo

A través del presente, Alfaro Reyes, Brayan Ronaldo, identificado con DNI N° 73272152 representante legal de la empresa, Inversiones Plaza Ventura S.A.C. con el cargo de Gerente General, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

a) Mercedes Apaza, Maria Fernanda Rubí.

b) Reyes Leiva, Ronal Alexander.

Están autorizadas para:

a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada "La Gestión Logística y la Satisfacción del cliente de Inversiones Plaza Ventura SAC, Trujillo-2021".

Si  No

b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

Si  No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,

INVERSIONES PLAZA VENTURA S.A.C.

  
Brayan Ronaldo Alfaro Reyes  
GERENTE GENERAL

Firma y Sello

Nombre y Apellidos: Alfaro Reyes, Brayan Ronaldo

Cargo: Gerente General

## **Anexo 16: Prueba de Normalidad**

Se realizó una prueba de normalidad de datos, con la finalidad de determinar la prueba estadística a emplear para realizar el contraste de las hipótesis.

### **Tener en cuenta:**

✓ Si Sig. > **0.05**, los datos mantienen una distribución normal.

✓ Si Sig. < **0.05**, los datos no mantienen una distribución normal.

### **Tabla 7**

*Prueba de normalidad de datos Kolmogórov-Smirnov y Shapiro-Wilk*

	<b>Kolmogórov-Smirnov</b>			<b>Shapiro-Wilk</b>		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>T.GL</b>	,099	132	,003	,964	132	,001
<b>T.SC</b>	,207	132	,000	,877	132	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Nota:** IBM SPSS 26

En la **Tabla 9**, se observan los resultados, al tener una muestra mayor a 50 personas se utilizó de la prueba de normalidad del estadístico Kolmogórov-Smirnov, que, al analizar los datos de las variables de Gestión logística y satisfacción del cliente, dio como resultado una significancia de 0,001, siendo menor al 0,05, indicando que no presenta una distribución normal, por ello para el desarrollo de esta investigación se trabajará con la prueba no paramétrica Rho de Spearman.