



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN DE LOS  
CLIENTES DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE  
REPUESTOS PARA MAQUINARIA PESADA EN LIMA  
METROPOLITANA Y CALLAO, 2020**

**PRESENTADA POR  
JEAN PAUL HENRY CHUQUITAL CAMPOS  
CLAUDIA ZULOETA RAMOS**

**ASESORA  
CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA**

**TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ**

**2021**



**CC BY-NC**

**Reconocimiento – No comercial**

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS**

**ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA Y SATISFACCIÓN DE LOS  
CLIENTES DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE  
REPUESTOS PARA MAQUINARIA PESADA EN LIMA  
METROPOLITANA Y CALLAO, 2020**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:**

**CHUQUITAL CAMPOS JEAN PAUL HENRY  
ZULOETA RAMOS CLAUDIA**

**ASESOR:**

**Dra. CORINA CRISTINA CLAUDET  
CARRANZA**

**LIMA, PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este trabajo de investigación a todas las personas que laboran en el rubro de la logística. Una buena administración logística significa un fuerte eslabón en el funcionamiento eficaz de cualquier organización y son los recursos humanos quienes se encargan de hacer esto posible.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos principalmente a nuestros padres, quienes fueron los que incentivaron nuestra carrera profesional seguida de la obtención del título de grado pues sabemos que, para ellos, este logro tiene el mismo valor e importancia que para nosotros.

Agradecemos también a nuestros asesores quienes guiaron este trabajo de investigación de principio a fin y quienes con su sabiduría y vasta experiencia lograron orientar amena y correctamente todo el proceso de investigación.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	13
ABSTRACT .....	14
INTRODUCCIÓN .....	15
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....	18
1.1 Antecedentes de la investigación.....	18
1.1.1 Antecedentes Nacionales.....	18
1.1.2 Antecedentes Internacionales .....	21
1.2 Bases Teóricas.....	24
1.2.1 Administración logística.....	24
1.2.2 Logística de aprovisionamiento .....	30
1.2.3 Satisfacción al cliente .....	47
1.3 Definición de términos básicos .....	56
CAPITULO II: HIPÓTESIS VARIABLES.....	57
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas.....	57
2.1.1 Hipótesis General .....	57
2.1.2 Hipótesis Específicas .....	57
2.2 Variables y definición operacional.....	58
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	59
3.1 Diseño Metodológico .....	59
3.2 Diseño muestral.....	60
3.3 Técnicas de Recolección de datos .....	63
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	65
3.5 Aspectos éticos .....	66
3.6 Validez y confiabilidad del instrumento .....	67
3.6.1 Confiabilidad del instrumento .....	67
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	78
4.1 Resultados de Investigación.....	78
4.1.1 Descripción de la muestra .....	78
4.1.2 Análisis Descriptivo .....	85
4.1.3 Prueba de normalidad .....	130
4.1.4 Verificación de la contrastación de las hipótesis.....	130
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....	136
5.1 Discusión de resultados.....	136

5.1.1 Subtítulo derivado del objetivo o hipótesis general .....	136
5.1.2 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 1 .....	138
5.1.3 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 2 .....	139
5.1.4 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 3 .....	140
CONCLUSIONES .....	142
RECOMENDACIONES .....	144
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	146
ANEXOS .....	151
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	152
ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	154
ANEXO 3: MODELO DE INSTRUMENTO.....	159
ANEXO 4: BASE DE DATOS .....	163
ANEXO 5: CLIENTES ENCUESTADOS.....	166
ANEXO 6: PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS EN EL SECTOR MINERO .....	168

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

### INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Objetivos y Ventajas de la Logística .....	29
<b>Tabla 2</b> Procesos de Aprovisionamiento.....	31
<b>Tabla 3</b> Tipos de transporte .....	35
<b>Tabla 4</b> Simbología del diagrama de flujo.....	37
<b>Tabla 5</b> Plan de Fidelización.....	51
<b>Tabla 6</b> Criterios de inclusión y exclusión para la Población .....	62
<b>Tabla 7</b> Técnica / Instrumento de recolección de datos.....	66
<b>Tabla 8</b> Estadísticas de fiabilidad .....	68
<b>Tabla 9</b> Estadísticas de la fiabilidad de la variable Administración Logística.....	68
<b>Tabla 10</b> Estadísticas de la fiabilidad de la variable Satisfacción del Cliente .....	68
<b>Tabla 11</b> Validación de expertos.....	69
<b>Tabla 12</b> Estadísticas totales de los elementos .....	69
<b>Tabla 13</b> Entrevista a profundidad .....	79
<b>Tabla 14</b> ¿Considera usted que sus pedidos son atendidos de manera oportuna? ....	86
<b>Tabla 15</b> ¿Considera usted que sus proveedores elaboran una adecuada planificación de pedidos?.....	87
<b>Tabla 16</b> ¿Considera usted relevante la presencia de un sistema de planificación y control de inventario en sus proveedores?.....	88
<b>Tabla 17</b> ¿Considera usted que el desabastecimiento de materiales por falta de stock ha afectado sus operaciones diarias? .....	89
<b>Tabla 18</b> ¿Considera usted que una gestión de stock eficiente y automatizado es un factor determinante al momento de seleccionar sus proveedores? .....	90
<b>Tabla 19</b> ¿Considera usted que la capacidad de compra permite mejorar la atención oportuna de pedidos?.....	91
<b>Tabla 20</b> ¿Considera usted que realizar un pronóstico de la demanda es una de las mejores técnicas para identificar las necesidades reales de un cliente? .....	92
<b>Tabla 21</b> ¿Considera usted que una óptima capacidad de compra permitiría la	



fidelización de los clientes? .....	93
<b>Tabla 22</b> ¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de repuestos solicitados? .....	94
<b>Tabla 23</b> ¿Considera usted que un ordenamiento adecuado del almacén permitiría agilizar la entrega de pedidos? .....	95
<b>Tabla 24</b> ¿Considera usted que la capacidad instalada de un almacén es determinante para satisfacer una mayor demanda del mercado? .....	96
<b>Tabla 25</b> ¿Considera usted que para mantener un almacén organizado, seguro y limpio es imprescindible contar con personal capacitado?.....	97
<b>Tabla 26</b> ¿Considera usted que una adecuada planificación y control de inventario reduciría los casos de reclamo por repuesto dañado?.....	98
<b>Tabla 27</b> ¿Considera usted relevante el uso de herramientas de gestión como el SAP en los almacenes? .....	99
<b>Tabla 28</b> ¿Considera usted que la ubicación de los productos contribuye en la entrega rápida de su pedido?.....	100
<b>Tabla 29</b> ¿Considera usted que la ubicación del inventario facilita el trabajo del personal? .....	101
<b>Tabla 30</b> ¿Considera usted que una adecuada ubicación de inventario permitiría reducir la merma de productos?.....	102
<b>Tabla 31</b> ¿Considera usted que la tercerización del servicio de transporte permitiría una mejora en los tiempos de entrega de su compra? .....	103
<b>Tabla 32</b> ¿Considera usted que la programación de rutas permitiría mejorar la comunicación entre proveedor y cliente?.....	104
<b>Tabla 33</b> ¿Considera usted que un adecuado monitoreo de rutas minimizaría los errores durante el despacho? .....	105
<b>Tabla 34</b> ¿Considera usted que la inversión tecnológica en unidades de transporte puede considerarse un factor clave para garantizar la seguridad de la carga durante el despacho?.....	107
<b>Tabla 35</b> ¿Considera usted que las capacitaciones de personal, charlas e inducciones de seguridad son medidas de suma importancia para realizar despachos seguros y eficientes? .....	108

<b>Tabla 36</b> ¿Cree usted que el uso adecuado de herramientas tecnológicas contribuye con el cumplimiento en los tiempos de entrega de sus pedidos? .....	109
<b>Tabla 37</b> ¿Considera usted que la planificación y seguimiento de pedidos es un factor clave para reducir los tiempos de entrega de productos? .....	110
<b>Tabla 38</b> ¿Considera usted que el cumplimiento de entregas a tiempo puede ser considerado un indicador clave para medir la eficiencia de un proveedor? .....	111
<b>Tabla 39</b> ¿Considera usted que los empleados de las empresas se muestran dispuestos a ayudarle? .....	112
<b>Tabla 40</b> ¿Considera usted contactar otro proveedor al no recibir una respuesta rápida? .....	113
<b>Tabla 41</b> ¿Considera usted que sus reclamos son atendidos de manera oportuna? .....	114
<b>Tabla 42</b> ¿Considera usted importante que las empresas brinden el libro de reclamaciones abiertamente? .....	115
<b>Tabla 43</b> ¿Cree usted que recibe una atención personalizada? .....	116
<b>Tabla 44</b> ¿Percibe usted empatía por parte de los colaboradores de las empresas? .....	117
<b>Tabla 45</b> ¿Considera usted que recibe una buena asesoría antes de realizar una compra? .....	118
<b>Tabla 46</b> ¿Considera usted beneficioso que las empresas proveedoras cuenten con un programa de fidelización de clientes? .....	119
<b>Tabla 47</b> ¿Considera usted beneficioso para su empresa tener más de un proveedor en Lima? .....	120
<b>Tabla 48</b> ¿Cree usted que el buen servicio post-venta incrementa su fidelidad a las empresas proveedoras? .....	121
<b>Tabla 49</b> ¿Cree usted que la comunicación óptima es un factor importante para generar oportunidades de recomendación? .....	122
<b>Tabla 50</b> ¿Percibe usted un nivel de identificación en los trabajadores con las empresas en las que laboran? .....	123
<b>Tabla 51</b> ¿Percibe usted un grado de integración y buena comunicación entre los departamentos de las empresas? .....	124
<b>Tabla 52</b> ¿Cree usted que poseer cultura organizacional es un punto clave para ofrecer un buen servicio al cliente? .....	125

<b>Tabla 53</b> ¿Considera usted que las empresas manejan un protocolo para enfrentar los conflictos suscitados? .....	127
<b>Tabla 54</b> ¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas tengan un líder especializado en el manejo de conflictos? .....	128
<b>Tabla 55</b> ¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas brinden capacitaciones acerca del manejo de conflictos? .....	129
<b>Tabla 56</b> Grado de correlación entre las variables y dimensiones.....	130
<b>Tabla 57</b> Correlación de Spearman entre variables 1 y 2.....	132
<b>Tabla 58</b> Correlación de Spearman entre dimensión 1 y variable 2 .....	133
<b>Tabla 59</b> Correlación de Spearman entre dimensión 2 y variable 2 .....	134
<b>Tabla 60</b> Correlación de Spearman entre dimensión 3 y variable 2 .....	135

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Rol de la Logística.....	27
<b>Figura 2</b> Parámetros para la clasificación de los almacenes.....	33
<b>Figura 3</b> Proceso de compras .....	40
<b>Figura 4</b> Proceso de Recepción .....	42
<b>Figura 5</b> Proceso de Almacenamiento.....	44
<b>Figura 6</b> Proceso de Despacho - Picking .....	46
<b>Figura 7</b> Definiciones de innovación tecnológica y basamentos .....	49
<b>Figura 8</b> Las cuatro dimensiones de la cultura organizacional .....	54
<b>Figura 9</b> ¿Considera usted que sus pedidos son atendidos de manera oportuna?.....	86
<b>Figura 10</b> ¿Considera usted que sus proveedores elaboran una adecuada planificación de pedidos?.....	87
<b>Figura 11</b> ¿Considera usted relevante la presencia de un sistema de planificación y control de inventario en sus proveedores?.....	88
<b>Figura 12</b> ¿Considera usted que el desabastecimiento de materiales por falta de stock ha afectado sus operaciones diarias? .....	89
<b>Figura 13</b> ¿Considera usted que una gestión de stock eficiente y automatizado es un factor determinante al momento de seleccionar sus proveedores? .....	90

<b>Figura 14</b> ¿Considera usted que la capacidad de compra permite mejorar la atención oportuna de pedidos?.....	91
<b>Figura 15</b> ¿Considera usted que realizar un pronóstico de la demanda es una de las mejores técnicas para identificar las necesidades reales de un cliente? .....	92
<b>Figura 16</b> ¿Considera usted que una óptima capacidad de compra permitiría la fidelización de los clientes? .....	93
<b>Figura 17</b> ¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de repuestos solicitados? .....	94
<b>Figura 18</b> ¿Considera usted que un ordenamiento adecuado del almacén permitiría agilizar la entrega de pedidos? .....	95
<b>Figura 19</b> ¿Considera usted que la capacidad instalada de un almacén es determinante para satisfacer una mayor demanda del mercado? .....	96
<b>Figura 20</b> ¿Considera usted que para mantener un almacén organizado, seguro y limpio es imprescindible contar con personal capacitado.....	97
<b>Figura 21</b> ¿Considera usted que una adecuada planificación y control de inventario reduciría los casos de reclamo por repuesto dañado?.....	98
<b>Figura 22</b> ¿Considera usted relevante el uso de herramientas de gestión como el SAP en los almacenes? .....	99
<b>Figura 23</b> ¿Considera usted que la ubicación de los productos contribuye en la entrega rápida de su pedido?.....	100
<b>Figura 24</b> ¿Considera usted que la ubicación del inventario facilita el trabajo del personal? .....	101
<b>Figura 25</b> ¿Considera usted que una adecuada ubicación de inventario permitiría reducir la merma de productos?.....	102
<b>Figura 26</b> ¿Considera usted que la tercerización del servicio de transporte permitiría una mejora en los tiempos de entrega de su compra?.....	103
<b>Figura 27</b> ¿Considera usted que la programación de rutas permitiría mejorar la comunicación entre proveedor y cliente? .....	104
<b>Figura 28</b> ¿Considera usted que un adecuado monitoreo de rutas minimizaría los errores durante el despacho? .....	105
<b>Figura 29</b> ¿Considera usted que la inversión tecnológica en unidades de transporte	

puede considerarse un factor clave para garantizar la seguridad de la carga durante el despacho?.....	106
<b>Figura 30</b> ¿Considera usted que las capacitaciones de personal, charlas e inducciones de seguridad son medidas de suma importancia para realizar despachos seguros y eficientes? .....	108
<b>Figura 31</b> ¿Cree usted que el uso adecuado de herramientas tecnológicas contribuye con el cumplimiento en los tiempos de entrega de sus pedidos? .....	109
<b>Figura 32</b> ¿Considera usted que la planificación y seguimiento de pedidos es un factor clave para reducir los tiempos de entrega de productos? .....	110
<b>Figura 33</b> ¿Considera usted que el cumplimiento de entregas a tiempo puede ser considerado un indicador clave para medir la eficiencia de un proveedor? .....	111
<b>Figura 34</b> ¿Considera usted que los empleados de las empresas se muestran dispuestos a ayudarle? .....	112
<b>Figura 35</b> ¿Considera usted contactar otro proveedor al no recibir una respuesta rápida? .....	113
<b>Figura 36</b> ¿Considera usted que sus reclamos son atendidos de manera oportuna? .....	114
<b>Figura 37</b> ¿Considera usted importante que las empresas brinden el libro de reclamaciones abiertamente? .....	115
<b>Figura 38</b> ¿Cree usted que recibe una atención personalizada? .....	116
<b>Figura 39</b> ¿Percibe usted empatía por parte de los colaboradores de las empresas? .....	117
<b>Figura 40</b> ¿Considera usted que recibe una buena asesoría antes de realizar una compra? .....	118
<b>Figura 41</b> ¿Considera usted beneficioso que las empresas proveedoras cuenten con un programa de fidelización de clientes? .....	119
<b>Figura 42</b> ¿Considera usted beneficioso para su empresa tener más de un proveedor en Lima? .....	120
<b>Figura 43</b> ¿Cree usted que el buen servicio post-venta incrementa su fidelidad a las empresas proveedoras?.....	121
<b>Figura 44</b> ¿Cree usted que la comunicación óptima es un factor importante para generar oportunidades de recomendación? .....	122

<b>Figura 45</b> ¿Percibe usted un nivel de identificación en los trabajadores con las empresas en las que laboran? .....	123
<b>Figura 46</b> ¿Percibe usted un grado de integración y buena comunicación entre los departamentos de las empresas? .....	124
<b>Figura 47</b> ¿Cree usted que poseer cultura organizacional es un punto clave para ofrecer un buen servicio al cliente? .....	125
<b>Figura 48</b> ¿Considera usted que las empresas manejan un protocolo para enfrentar los conflictos suscitados? .....	126
<b>Figura 49</b> ¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas tengan un líder especializado en el manejo de conflictos? .....	128
<b>Figura 50</b> ¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas brinden capacitaciones acerca del manejo de conflictos? .....	129

## RESUMEN

La investigación demostró la cercana relación entre la administración logística y la satisfacción al cliente, constatando de esta manera, que una correcta gestión de los recursos en las empresas impacta directamente sobre la satisfacción de los clientes.

Se realizó una encuesta a clientes de empresas importadoras para recoger datos acerca de si se alcanzaron o no, las expectativas que tenían de dichas organizaciones dedicadas a la importación de repuestos para maquinaria pesada ubicadas en Lima Metropolitana y Callao.

Es muy importante destacar que, en nuestro país, el mercado de maquinaria pesada se dinamiza constantemente debido a la ejecución de proyectos en construcción, minería, industria y comercio. Por lo que significa un mercado atractivo que demandará repuestos permanentemente. Es primordial tener organizaciones que desarrollen correctas gestiones y mantengan una buena relación con los clientes.

La metodología aplicada en esta investigación es de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo correlacional y diseño no experimental transeccional.

A través de la encuesta a pequeñas y medianas empresas, fue analizado de acuerdo a las hipótesis, autores y teorías actuales, de la misma manera con la opinión de los encuestados.

Las variables analizadas, administración logística y satisfacción del cliente, buscan identificar la influencia y las ventajas de la administración logística en la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada.

## **ABSTRACT**

This research work focuses on demonstrating the close relationship between logistics management and customer satisfaction, confirming that a correct management of resources in companies has a direct impact on customer satisfaction.

Some questions were asked to clients of importing companies in order to obtain information about whether or not the expectations they had of these companies which dedicate to import spare parts for heavy machinery located in Metropolitan Lima and Callao.

It is very important to emphasize that in our country, the heavy machinery market is constantly dynamized due to the execution of projects in construction, mining, industry and commerce. So, it means an attractive market that will permanently demand spare parts. It is essential to have organizations that develop correct management and keep a good relationship with customers.

The methodology applied in this research is of a mixed approach, correlational descriptive scope and non-experimental transactional design.

Through the survey of small and medium-sized companies, it was analyzed according to the hypotheses, authors and current theories, in the same way with the opinion of the respondents.

The variables analyzed, logistics management and customer satisfaction, seek to identify the influence and advantages of logistics management on the satisfaction of customers of importing companies of spare parts for heavy machinery.



## INTRODUCCIÓN

Para este trabajo de investigación, se realizó un enfoque en los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada localizadas en Lima Metropolitana y Callao.

Cabe recalcar que el mercado de la maquinaria pesada tiene mucha presencia en Perú, debido a la gran cantidad de proyectos que se realizan constantemente en los sectores de construcción, minería, industria y comercio. Debido a la pandemia suscitada este año, muchas obras se paralizaron, afectando directamente a las empresas objeto de nuestro estudio. Sin embargo, al momento de esta investigación, la cadena logística ya había recobrado estabilidad. Este hecho significó un gran punto a favor para decidir analizar los efectos de una administración logística eficaz sobre la satisfacción de los clientes.

La administración logística juega un papel muy relevante en las empresas, puesto que este tipo de administración gestiona los recursos necesarios para que la actividad económica se ejecute exitosamente, pero no solo asegurando que el negocio genere un beneficio económico, sino que también sea capaz de proveer a sus clientes en la medida de su demanda.

La meta en la administración logística no es solo la eficacia sino también la eficiencia. Existen elementos que dificultan realizar una buena administración logística, por ejemplo, la repetición o duplicidad de procesos, escasa rotación de inventarios y sus problemas derivados, derroche de recursos y/o excesivo número de trabas legales, fiscales o burocráticas.

Por otro lado, se entiende por satisfacción al punto de vista del cliente según sus expectativas. Un cliente plenamente satisfecho no compra un producto ni contrata un servicio una o dos veces, lo hace para siempre y además se encarga de difundir con su círculo social las grandes ventajas que conllevan adquirir el producto o servicio que se ofrezca.

El objetivo fundamental planteado es demostrar en qué medida la administración logística se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en la provincia del Callao.

En ese sentido al realizarse esta investigación se podrá demostrar cómo la administración logística se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao. Asimismo, se espera que el presente estudio sirva de ayuda a las organizaciones de este sector para que puedan incrementar su competitividad y calidad de servicio. Esto a su vez contribuirá con el crecimiento del país, ya que promoverá e incentivará la actividad importadora de este sector del mercado.

Cabe indicar que el principal beneficio para estas empresas importadoras de repuestos es demostrar su posible nivel competitivo en caso de ofrecer mayor importancia a la administración o gestión logística de sus operaciones diarias, ya que de esta manera podrían mejorar significativamente la satisfacción de sus clientes y también ampliar su cartera a través de recomendaciones y el prestigio obtenido gracias al uso de una buena administración logística.

La ventaja que se tendrá es que con este trabajo de investigación más MYPES del sector conocerán acerca de la importancia de emplear una buena administración logística en sus organizaciones, pero ello debe ser promocionado y ampliado en todo el país, principalmente en las empresas más jóvenes y con menor experiencia en el rubro.

De la misma manera, tendrán mayor información acerca de administración logística y como esta es implementada en todas las empresas del mundo, volviéndolas competitivas y exitosas.

Para la Viabilidad de la investigación se han considerado dos viabilidades: Técnica y Económica, teniendo más implicancias en el desarrollo de la investigación.

Asimismo, esta investigación presenta un enfoque cuantitativo, ya que la recolección de datos se realizará a través de un cuestionario estructurado, con un tipo de diseño metodológico no experimental, transeccional-descriptivo, con una encuesta a 60 colaboradores que son actualmente clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao.

La estructura del trabajo es la siguiente:

En el primer capítulo se plantea el marco teórico, el cual redacta los antecedentes nacionales e internacionales que preceden a la investigación realizada. Además, se presentan las bases teóricas y la definición de ciertos términos básicos.

En el segundo capítulo se desarrollan la hipótesis y las variables. La hipótesis general de esta investigación es: La administración logística se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

Las variables son administración logística y satisfacción de clientes, cada una de ellas se dimensiona, realizando así, la operacionalización de variables.

En el tercer capítulo se despliega la metodología empleada, indicando el diseño de la investigación, la población, las exclusiones e inclusiones de la muestra de la población, los instrumentos empleados y los procedimientos para conseguir datos.

En el cuarto capítulo se desdoblán los resultados de la investigación y se analizan todas las preguntas de la encuesta mediante las herramientas gráfico de barras y tablas acompañados de su debida interpretación. Además, se realiza la verificación de la contratación de las hipótesis para determinar si existe correlación entre las variables y dimensiones, con el método de Spearman. En este capítulo, también se analizan la hipótesis general y las específicas a través de la prueba chi – cuadrado.

Por último, en el quinto capítulo se desarrollan las discusiones de los resultados de la investigación. En ese sentido, se obtiene como principal conclusión que, efectivamente, la administración logística se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

# CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

## 1.1 Antecedentes de la investigación

### 1.1.1 Antecedentes Nacionales

**Gonzales, S. (2018)** realizó la investigación titulada “Relación de la Calidad de Servicio Logístico, Satisfacción y lealtad del cliente a los Agentes de Carga Marítima Puerto Callao 2018 – Telefonía Celular”, presentada en la Universidad San Ignacio de Loyola, Facultad de Ciencias Empresariales cuyo objetivo principal fue buscar la relación existente entre las dos variables.

Con estudio cuantitativo Correlacional, con diseño no experimental, transaccional-correlacional.

La población fue de 36 empresas importadoras relacionadas a telefonía celular en el ámbito marítimo en el Puerto del Callao.

Los resultados confirmaron un coeficiente de relación muy significativo, comprobado por medio de los análisis de (Rho Spearman, KaiserMeyer-Olkin (KMO). Se aceptó la hipótesis planteada a través de las encuestas, con un promedio un 91.18% mientras que satisfacción y lealtad un 82.3%. Donde concluimos que ofrecen un buen servicio.

**Lara, C. (2017)** llevó a cabo la investigación titulada “Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017”, presentada en la Universidad Norbert Wiener, Facultad de Ingeniería y Negocios cuyo objetivo fue proponer un plan de gestión logística en base a la optimización de tiempos y procesos para la satisfacción de los clientes, para poder obtener mejoras en la institución, competitividad y la permanencia de la misma en el mercado.

El diseño empleado fue de tipo no experimental, pues se trata de una propuesta, en este tipo de investigación, se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

La población esta determinada por los trabajadores de la empresa industrial Cala, mientras que la muestra, lo conforman 1 trabajador del área de planeamiento, 1 del área de producción y 1 del área logística.

Con un enfoque mixto, cualitativo-cuantitativo, el tipo fue proyectivo, con una propuesta de mejora para dicha organización. Se utilizó la técnica tipo cuantitativa “Encuesta” y la técnica tipo cualitativa “Entrevista”.

El autor concluyó que los puntos más eran: la falta de coordinación entre las diversas áreas de la gestión logística, la existencia de tiempos muertos, la falta de definición de controles y procedimientos, entre otros. La propuesta de la implementación del plan de gestión ha sido guiada por especialistas en todo el proceso de desarrollado y validación.

**Cuba, A. (2018)** en su tesis denominada “La Gestión Logística y su Influencia en nivelde Satisfacción del Usuario Interno de Integramédica Perú S.A.C Lima, 2018” presentada en la universidad Inca Garcilaso de la Vega, Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas, la cual tuvo el propósito de demostrar si la gestión logística influye en el nivel de satisfacción del usuario interno de la compañía Integramédica.

El tipo de investigación es descriptiva con un enfoque cuantitativo. El diseño de la investigación fue no experimental.

La población fue un total de 60 trabajadores. Asimismo, la muestra está constituida en relación a los trabajadores de la empresa.

Se demostró que La gestión logística se relaciona positivamente en la satisfacción del usuario interno de Integramédica Perú, esto fue sustentado con el resultado de la chi cuadrada X<sup>2</sup>, donde la hipótesis general alternativa queda aceptada. De acuerdo a la investigación realizada, la empresa Integramédica debe implementar indicadores de gestión logística, como la rotación de bienes y productos, el rendimiento de equipos, los costos de control de calidad, entre otros; para mejorar el nivel de satisfacción del usuario interno.

La aplicación de estos indicadores permitirá mejores tiempos de despacho, selección de proveedores, selección de insumos y un cambio a nivel organizacional para mejorar la toma de decisiones dentro del área en situaciones críticas por falta de materiales.

**Valera, E. (2017)** en su investigación denominada “Relación de la Gestión Logística con el Nivel de Satisfacción de los Clientes de la Empresa de Productos Lácteos La Marquesita, Cajamarca 2016”, presentada en la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios. Este estudio tiene como propósito esencial la relación entre las dos variables.

El diseño de investigación que se utilizó, corresponde a una investigación descriptiva-transversal correlacional, cuyo objetivo es recolectar información en una muestra con respecto a un mismo fenómeno y luego caracterizar este fenómeno en base a los datos obtenidos.

Según el diseño de investigación es de tipo descriptivo. También es transversal por que se realizará en un periodo determinado, todo esto mediante la utilización de un cuestionario de elaboración propia, que se adaptará específicamente a la empresa de productos lácteos La Marquesita. Es correlacional porque persigue fundamentalmente determinar la relación entre dos o más variables del tema a investigar.

La población está constituida por 250 clientes, frecuentemente mensuales de los productos que trabajan. La población según su extensión es finita.

La población fue finita, el resultado obtenido es 152 consultados, que se obtuvieron de manera aleatoria para aplicar la encuesta.

Luego de haber realizado la investigación y aplicado, se puede concluir que la gestión logística y la satisfacción del cliente es directa.

La gestión logística se puede concluir que actualmente la empresa no satisface los requerimientos de los clientes y ellos se encuentran insatisfechos en relación a los materiales para la producción del producto final viéndose reflejadas en una molestia

o en otras oportunidades con la pérdida del cliente, afectando esto económicamente a la empresa.

Mientras que para el nivel de satisfacción se puede concluir que el cliente basándose en su experiencia al momento de ir a adquirir un producto de la empresa de productos lácteos La Marquesita se sienten satisfechos con las instalaciones de ventas, apariencia de los colaboradores, servicio rápido, conocimiento y actitud para responder sus dudas y consultas, sin embargo una cantidad significativa de clientes ha notado que le falta a la empresa brindar una atención amable ya que el personal que los atendió no lo hizo de la manera correcta.

### **1.1.2 Antecedentes Internacionales**

**Reyes, S. (2015)** llevó a cabo una investigación titulada “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, Sede Huehuetenango”, presentada para obtener la Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala.

El objetivo general del trabajo fue comprobar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango.

La población estuvo compuesta por 11 colaboradores, a quienes se les realizó una encuesta y 1 coordinador a quién se le aplicó la entrevista.

El estudio fue un diseño de investigación experimental y se demostró la hipótesis operativa, la cual afirma que: la calidad del servicio si aumenta la satisfacción del cliente en Asociación SHARE, esto ayudará al crecimiento integral de la misma, ya que permitirá que el colaborador mejore los procesos de gestión logístico para que sus clientes queden satisfechos.

De acuerdo a los resultados, se comprueba la hipótesis operativa la cual afirma que: La calidad del servicio si aumenta la satisfacción del cliente en la asociación SHARE, sede Huehuetenango, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un buen servicio.

**Yagchirema, A. (2015)** realizó la investigación titulada: “La Logística y la Satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A. en la ciudad de Ambato” para obtener el título de Licenciada en Ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios en la Universidad Técnica de Ambato en Ecuador.

El objetivo general fue conocer los factores logísticos que tienen relación en la satisfacción de los clientes de la empresa Repartí S.A.

El análisis fue cualitativo y cuantitativo basado en un diseño no experimental de carácter transversal, de esta manera, se realizó un análisis descriptivo y de correlación, que finalmente concluyeron en relación de las variables.

La empresa Repartí S.A. contaba con 240 clientes, algunos de estos son: supermercados, mercados mayoristas y tiendas de barrio. El tipo de muestras que se utilizó fue probabilístico aleatorio simple, resultando en una muestra de 148 clientes.

Para responder al segundo objetivo específico, el cual se alinea a la presente investigación y hace referencia a analizar cuáles son los factores más influyentes de la logística relacionados con la satisfacción del cliente; se concluye que los factores más influyentes son la disponibilidad y la pronta entrega de los productos.

**Quintero, A. y Sotomayor, J. (2018)** abordaron la investigación titulada “Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramacoexpress Cía. Ltda. del Cantón Durán” para la obtención de la licenciatura en Ingeniería Comercial de la Universidad de Guayaquil en Ecuador.

El objetivo general de la investigación fue presentar un modelo de mejora de la empresa.

La metodología empleada fue cuantitativa. Se realizó un muestreo no probabilístico. Se considera a los clientes que contratan el servicio como la población y como muestra, a 50 clientes, de los cuales se rescata un total de 20 clientes de efectivo y 30 clientes por contrato.



El autor mide el desempeño de procesos en el área logística para lograr disminuir faltas y buscar soluciones, de esta manera concluye que los inconvenientes dentro del proceso logístico repercuten en insatisfacción en el cliente. En general, la apreciación no es correcta.

**Contreras, R. y Galvis, N. (2015)** ejecutaron el trabajo de investigación titulado “Propuesta para el diseño del sistema logístico en la empresa A.B. Confort Ltda.” Para obtener el grado de Magíster en Producción y Operaciones en la Universidad Sergio Arboleda de Colombia.

Cuyo principal objetivo fue crear un sistema logístico para elevar los servicios y por lo mismo el incremento en los índices de productividad y competitividad.

La investigación se realizó mediante un enfoque mixto: un análisis cualitativo y un análisis cuantitativo.

Las autoras finalmente concluyeron que, para el diseño del modelo de operaciones logísticas, se debía mejorar los procesos, y se plantean cuatro mejoras. El modelo considerado fue de amplia cobertura en la cadena logística.

## 1.2 Bases Teóricas

### 1.2.1 Administración logística

La logística ha modificado la existencia de las empresas, convirtiéndolo en una ventaja competitiva de mejoras tecnológicas, alta competencia y exigencia del cliente. Por ello, para definir la administración logística, Sánchez, J. (2019) nos menciona: *“La administración logística es el conjunto de operaciones y estrategias que una empresa debe poner en marcha. Esto, para llevar sus mercancías con eficiencia hasta el cliente final.”* (P.45).

Entonces, por medio de una administración logística óptima, es posible controlar de manera más eficiente una cadena de procesos y de control de suministros que, finalmente, repercute en la salud económica y en las ganancias de la compañía. Todo este diseño se detalla en el plan estratégico de la organización.

También Mora, L. (2016) sostiene que: *La logística es una actividad interdisciplinaria que vincula las diferentes áreas de la compañía, desde la programación de compras hasta el servicio postventa; pasando por el aprovisionamiento de materias primas; la planificación y gestión de la producción, el almacenamiento, manipuleo y gestión de stock, empaque y embalaje, transporte, distribución física y los flujos de información.* (P. 6)

A través de la logística se presenta de la mejor manera el producto, cliente, lugar y tiempo correctos. Por lo tanto, la logística es una forma de pensar que ayudará la forma de disminuir un futuro desconocido.

La empresa debe es considerada con relaciones internas y externas, esta afirmación corresponde a la logística, como herramienta de gestión empresarial y sus procesos de gestión de los flujos físicos. Martínez A. (s.f.)

### **1.2.1.1 Rol de la Logística en las empresas**

Martínez, A. (s.f.) expresa que la logística desempeña cinco papeles o roles en las empresas que se detallan a continuación:

#### **a) Información**

Estos pueden ser ejemplos de acciones e impactos negativos:

- Seleccionar proveedores sin la seguridad arrastra costes de producción que repercuten en la empresa.
- El incumplimiento del programa de producción repercute en inventarios innecesarios altos.
- La no inclusión de las promociones comerciales presenta fracturas de stock.

Los efectos no deseados se calmarán siempre y cuando se presente políticas de inventarios elevados.

#### **b) Control**

Consiste en precisar los indicadores de desempeño:

- Cumplimiento de plazos de entrega
- Frescura de producto
- Rotación de stock

#### **c) Organización**

Este rol consiste en presentar procesos y métodos que colaboren con las decisiones y las actividades de cada área de la empresa llegando así a mejorar y cumplir los objetivos planteados.

- a. Cálculo de stock de seguridad.
- b. Método de evaluación de proveedores.
- c. Circuitos de pedidos.

**d) Estratégico**

Este rol se enfoca en ayudar con la estrategia, particularmente en el nivel de servicio y en la definición de los objetivos de cada área de trabajo.

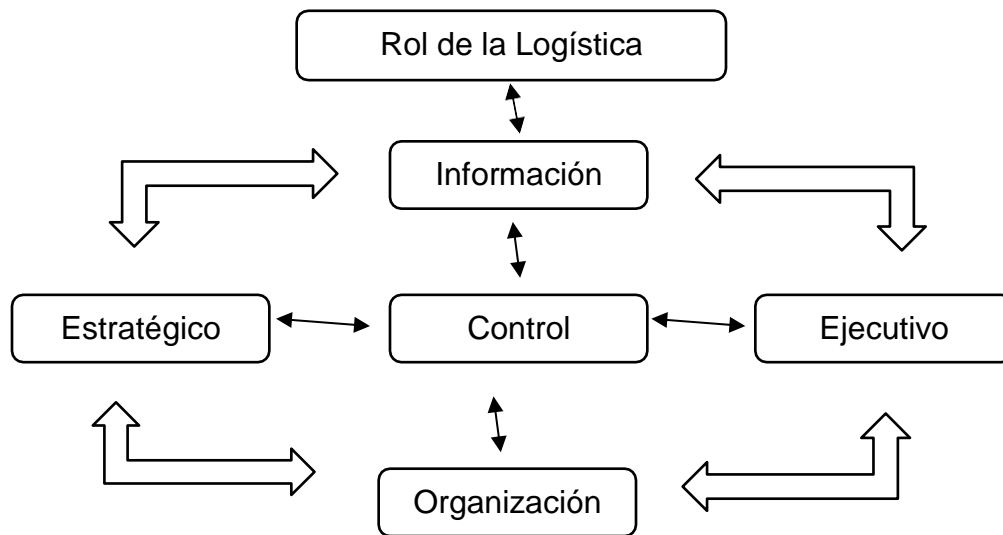
**e) Ejecutivo**

El deber de este rol cubre de una forma parcial o total las tareas logísticas.

Algunos instrumentos para llevar a cabo estas tareas son:

- Fomentar el espíritu de equipo
- Implantar sistemas proveedor-cliente interno Gestionar procesos.
- ABC (Activity Based Costing, costos basados en la actividad)
- EVA (Economic Value Added, Valor económico añadido)

**Figura 1** Rol de la Logística



Fuente: Martínez, A. (s.f.)

Elaboración: Propia

### 1.2.1.2 Etapas de la Gestión Logística

Baca, R. y Torres, D. (2017) sostienen que la empresa es la responsable de vigilar la cadena de suministro dentro de ella. Esto incluye cinco etapas para conseguir eficiencia y mejores costos.

Asimismo, estas etapas o fases son de vital importancia para comprender el rol que cumple la logística en las empresas, por ello se detallan a continuación:

- **Aprovisionamiento**

En este proceso se abastecen materiales para el desarrollo del producto o servicio.

- **Producción**

Es el desarrollo de las materias primas convertido en el producto final. Aquí se plantean

las ventajas competitivas del producto, buscando cubrir las necesidades del mercado.

- **Almacenamiento**

La empresa ordena sus productos y ordena la rotación de estos. Aquí se pretende maximizar el espacio para disminuir el costo.

- **Transporte y distribución**

Es el tiempo señalado para entregar el producto al cliente o consumidor, analizando ello el mejor costo de operación. Aquí se establece la movilización y distribución de la mercadería.

- **Servicio al cliente**

La gestión logística busca la entrega adecuada del producto a su lugar de destino o acopio, presentando estrategias que den un valor diferenciado y participe en la integración del cliente a la empresa.

Por consiguiente, es esencial para esta investigación mencionar algunos de los objetivos y ventajas de la logística para asegurar el éxito de una organización.

**Tabla 1** Objetivos y Ventajas de la Logística

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VENTAJAS</b>
El costo operativo menor como clave de mejora.	Coordinación con los proveedores.
Abastecer de productos a sus clientes.	Mejoras en la rotación de inventarios.
Impulsar a la logística como una ventaja.	Servicio o producción más seguros.
Dirigir la cadena de abastecimiento y distribución de manera eficiente.	Reducción de costos de productos en el punto de venta.
Movilizar la mercadería en todo su proceso.	Evita duplicidad de esfuerzos.
Mantener tiempos y cumplirlos.	Reducción del tiempo de entrega a los clientes.
Mejorar tiempos y costos.	Satisfacción plena de los clientes.

Fuente y elaboración: Propia

### 1.2.2 Logística de aprovisionamiento

El aprovisionamiento es el proceso de como una empresa desarrolla su disponibilidad de los productos y servicios externos para lograr los objetivos señalados.

*Logística y aprovisionamiento (2020)*

El aprovisionamiento es el proceso de planeamiento generado por el resultado de la determinación de la demanda, obtener los productos terminados, materiales e insumos requeridos. (Pantoja, K. 2016)

Es evidente afirmar que una parte muy importante es la cadena de suministro porque decide en el proceso de funcionamiento de una empresa.

Según Baca, R. y Torres, D. (2019) afirman que: *“El objetivo de la logística de aprovisionamiento es el control de los suministros, con el fin de satisfacer las necesidades de los procesos operativos”*. (P.67)

Algunos de los factores que debemos tener en cuenta, si hablamos de gestión de aprovisionamiento, son los siguientes.

- Las cantidades a suministrar y la frecuencia de aprovisionamiento
- El impacto sobre el inventario de la cadena de suministro
- La previsión de la demanda
- La calidad del servicio y selección de proveedores
- Las fechas de entrega y los tipos de unidades de embalaje y carga utilizados por los proveedores

Asimismo, la siguiente tabla explica las etapas del proceso de aprovisionamiento:



**Tabla 2** Procesos de Aprovisionamiento

<b>Proceso de Aprovisionamiento</b>	
<b>Etapa</b>	<b>Descripción</b>
Identificación de necesidades	Comunicación de cada departamento de las necesidades de material para su funcionamiento.
Selección de las fuentes de aprovisionamiento	Búsqueda de los proveedores adecuados para realizar las compras necesarias para el aprovisionamiento.
Gestión de compras	Realización del pedido, control de la recepción de los materiales y validación de la operación (facturas) para que se proceda al pago.
Gestión de stock	Realización y control de las operaciones de almacenaje de las mercancías, así como de las entradas y salidas de los materiales de los distintos almacenes de la empresa.
Evaluación y Control	Valoración el logro de los objetivos del proceso de aprovisionamiento y control del óptimo desarrollo de las actividades de acuerdo a lo previsto.

Fuente y elaboración: Propia

### 1.2.2.1 Sistema de gestión del almacén

El sistema de gestión de almacén señala como revisar el material saliente del almacén como una tarea concreta. Con ello, se especifica el tiempo de residencia de los productos en almacén. (Baca, R y Torres, D., 2019).

El FIFO, señala que el primer producto llegado al almacén, es el primero que se expide. Aparte de la eventual pre facturación del transporte, es importante señalar que la gestión no analiza datos financieros. Lo que se puede llegar a realizar es una valoración de stock.

La función principal de la gestión de almacén es optimizar los flujos físicos que vienen del exterior.

La gestión de almacén nace de la dirección logística, cuando esta exista en la empresa y si no de la dirección General.

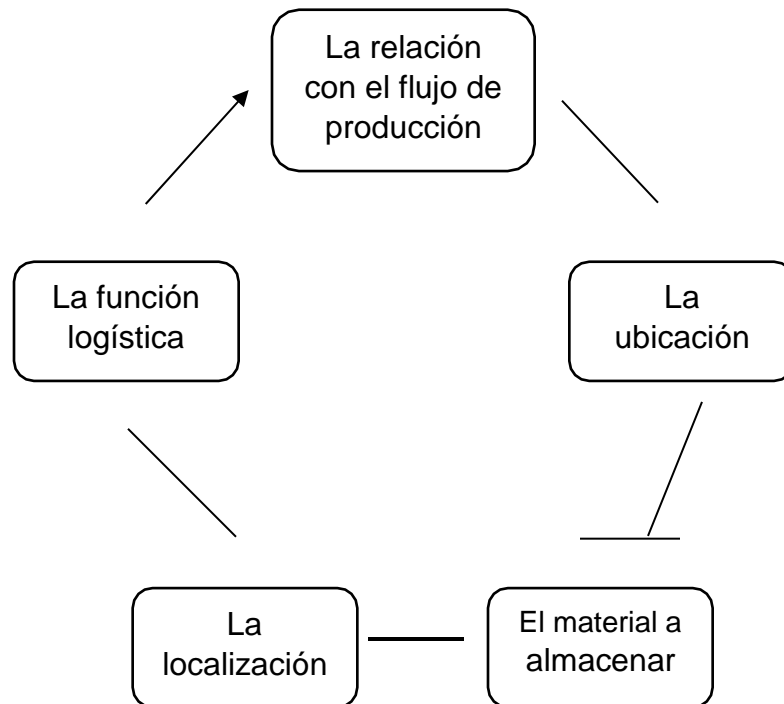
#### ▪ **Funciones de los Almacenes**

A continuación, se mencionan algunas de las principales funciones de los distintos almacenes:

- Mantener los insumos, materiales o materia prima resguardados de incidentes.
- El acceso de las personas autorizadas el acceso a los productos almacenados.
- La información directa al departamento de compras, en relación a las existencias reales de insumos.
- Manejar el control de entradas y salidas de los productos o insumos.
- Vigilar que no se agoten los materiales.
- Minimizar costos, con el fin de mejorar la eficiencia de la empresa.
- Mantener el control y supervisión de las operaciones internas, físicos y administrativos.

Cabe señalar que cada uno de los almacenes de la empresa tienen una característica particular, por ello, es imprescindible buscar mecanismos para almacenarlos. En la Figura 4 podemos apreciar algunos parámetros usados para su clasificación.

**Figura 2** Parámetros para la clasificación de los almacenes



Fuente y elaboración: Propia

### 1.2.2.2 Gestión del transporte

Según Yagchirema, A. (2015) señala que el transporte es: *“Toda actividad encaminada a trasladar los productos desde un punto de origen hasta el lugar de destino del cliente”* (P. 36). Ya que requiere mayor control, ya que es el instrumento donde se envían productos o insumos.

En el transporte logístico prima con las demandas de los clientes en aspectos como la cantidad, calidad y flexibilidad de distribuir teniendo en cuenta principalmente los tiempos los tiempos de respuesta y los costos. Quintero, A. y Sotomayor, J. (2018) Por lo tanto, el transporte se convierte en un elemento muy necesario en la distribución, trasladándose con seguridad, rapidez y coste, desde el punto de origen hasta el destinatario.

El transporte está en relación al mercado relacionado con:

- Rapidez y puntualidad en la entrega
- Fiabilidad en las fechas prometidas
- Seguridad e higiene

Según Yagchirema, A. (2015) los tipos de transporte son:

**Tabla 3** Tipos de transporte

<b>Tipos de Transporte</b>	
Mensajería urgente	Son empresas que transportan pequeños bultos con plazos de entrega cortos (24-36h).
Transporte de mensajería	Son empresas de envíos de pequeños paquetes, pero su servicio no es tan rápido.
Servicio exprés	Son las de transporte de mercancías con tiempo de reparto garantizado, su precio es alto.
Paquetería	Son empresas dedicadas al transporte de bultos de mediano tamaño (cajas, pallets), sus plazos de entrega habituales van desde 24 a 72 horas según la distancia.
Cargas Completas	Es la contratación de vehículos completos para el transporte y se pueden realizar a través de agencias de carga o directamente con el transportista.

Fuente: Logística y distribución Manual (2008)

Elaboración: Propia

### **1.2.2.3 La administración logística en los procesos de suministro de una empresa importadora de repuestos**

La norma ISO 9001:2015 señala que un proceso es una serie de tareas mutuamente relacionadas, que se relacionan.

Es un conjunto ordenado de tareas, que poseen un orden relacionados entre cada elemento de un todo, para llegar a un resultado tangible de un bien o servicio, también capaz de satisfacer las expectativas de clientes tanto internos como externos, accionistas, comunidad, etc. (Pérez, 2010).

- **Flujograma**

Chiavenato, I. (1993) señala que los flujogramas son representaciones gráficas donde se señalan las tareas realizadas interrelacionadas entre sí, lo que ayuda a su interpretación.

También se lo denomina, como: “Representación gráfica que utiliza una serie de símbolos predefinidos para identificar el flujo de operaciones con sus relaciones y dependencias” (Cuatrecasas, A. 2010).

Este tipo de diagrama, puede ser muy útil en el desarrollo de procedimientos y cuando se lleva a cabo una optimización de procesos, oportunidades o reajustes dentro de la empresa.

De acuerdo a Coello, A. (2018) es de suma importancia resaltar las dos normas de símbolos para su diagramación con los nombres ASME y ANSI. La norma ASME (*American Society of Mechanical Engineers*), ha desarrollado los signos convencionales con una amplia aceptación dentro del ámbito administrativo con uso limitado, ya que no cuenta con símbolos que satisfaga sus necesidades; en cuanto la norma ANSI (*American National Standard Institute*).



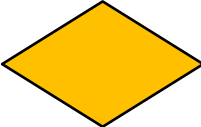
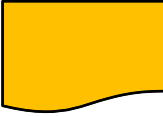
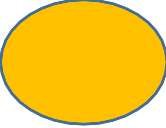
En efecto, la combinación de ambas normas responde a las necesidades que se deseasatisfacer al momento de desarrollar el trabajo y la decisión del gerente general para su implementación y aplicación.

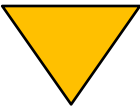



En conclusión, actualmente los flujogramas son considerados como elementos

indispensables para llevar a cabo un método y sistema.

A continuación, se muestra la simbología utilizada en este tipo de diagramas.

**Tabla 4** Simbología del diagrama de flujo

<b>Símbolo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>
	<b>Límite</b> <b>Inicio/Final</b>	Indica el principio o final de un proceso.
	<b>Operación</b>	Representa una actividad ejecutada en el proceso y cada vez que existe un cambio.
	<b>Decisión</b>	Indica un punto en el flujo en que se produce una decisión.
	<b>Documentación</b>	Indica un documento utilizado o generado dentro del proceso con información registrada en papel.
	<b>Inspección</b>	Utilizado para aquellas acciones que requieren supervisión o continuidad del diagrama para verificar la calidad y cantidad de las características.

	<b>Almacenamiento</b>	Se emplea para reflejar la acción de almacenamiento controlado.
	<b>Dirección de flujo</b>	Representa la vía del proceso y la conexión con los elementos. La punta de la flecha indica la dirección del proceso.
	<b>Demora/Espera</b>	Ocurre cuando se interfiere en el flujo de un objetivo.
	<b>Movimiento o transporte</b>	Se emplea para indicar el movimiento de la entrada dentro del diagrama.

Fuente: Gestión Integral de la Calidad (2010)

Elaboración: Propia

A continuación, se podrá observar cuatro de los sub procesos más relevantes en la cadena de suministros de repuestos para maquinaria pesada, así como corroborar que la aplicación de una buena administración logística puede optimizar los procesos, minimizar mermas, retrasos imprevistos, accidentes durante el transporte, asegurar la calidad y estado del producto y sobre todo mejorar sustancialmente los tiempos de entrega de los pedidos, logrando así brindar un servicio eficiente y eficaz a los clientes.



- **Proceso de Compras**

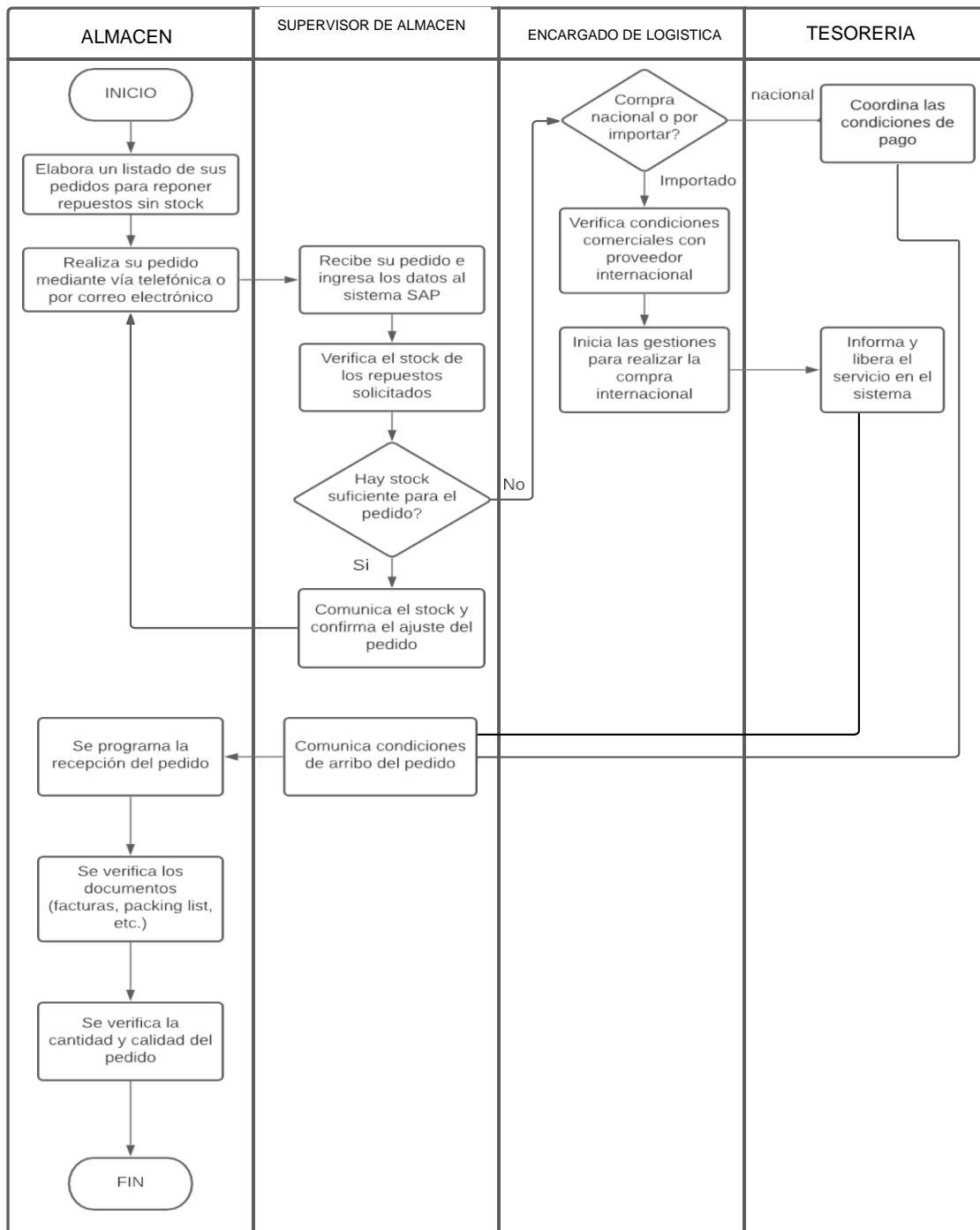
De acuerdo a Sangri, A. (2014): *“Esta actividad radica en su vitalidad para el éxito de las empresas ya que determina la efectividad de la administración de los bienes adquiridos. La empresa necesita insumos, materia prima, componentes y refacciones para su funcionamiento, sin los cuales no podría lograr la producción y distribución de sus productos.”* (p.5)

A continuación, se detalla el proceso de la cadena logística de una empresa dedicada a la importación de repuestos para maquinaria pesada.

Este proceso inicia a partir de un requerimiento de suministros en el almacén, ya sea por el caso de rotura de stock, atender solicitud del cliente o reposición para el desarrollo óptimo del trabajo del personal de mantenimiento.

El flujograma de la Figura 3. Que se muestra a continuación, explica la secuencia de todas las actividades del proceso a cargo del área de tesorería, almacén y logística de la empresa importadora, detallándose de forma específica qué hacer para llevar a cabo con el requerimiento de los clientes.

**Figura 3** Proceso De Compras



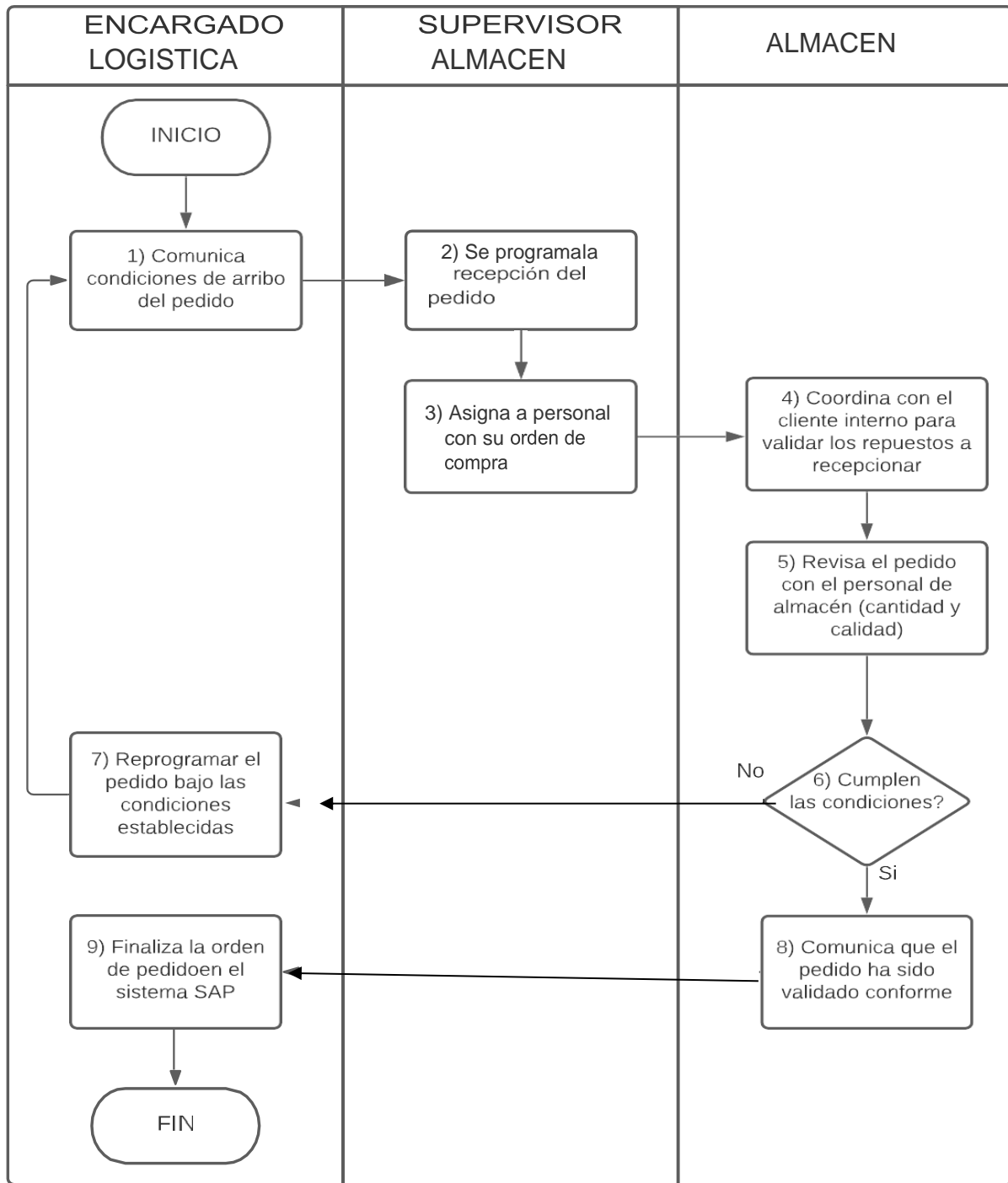
Elaboración: Propia

- **Proceso de Recepción**

Significa el proceso por el cual un producto procedente de los proveedores o fábrica, se dirige al almacén, para ser clasificado, controlado e introducido en el SGA (Sistema de Gestión de Almacén) y después de ello ubicarlo dentro de las propias instalaciones de almacenamiento, de esta manera, pueda estar disponible para ser enviado al cliente o consumidor final según los requerimientos de envío. (Herrera, J., 2020)

A continuación, se muestra el flujograma de la figura 4, que explica la secuencia de todas las actividades de este proceso fundamental al momento de la llegada de los pedidos solicitados por el cliente final o personal de mantenimiento hacia el almacén, verificando físicamente que la mercadería se encuentre en óptimas condiciones. (Tantocalidad como cantidad)

**Figura 4** Proceso de Recepción



Elaboración: Propia

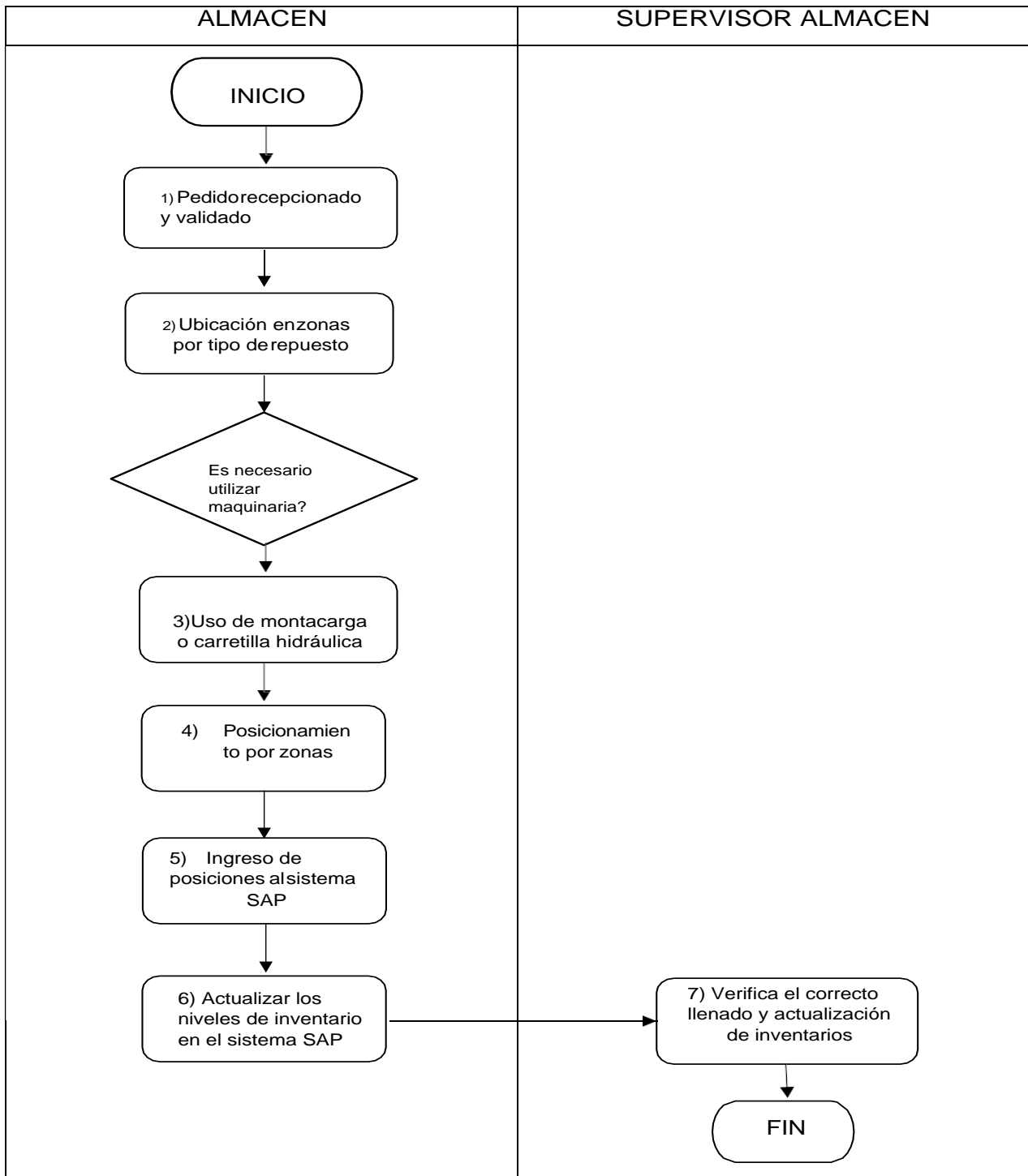
- **Proceso de Almacenamiento**

Según Casanovas y Cuatrecasas (2011): *“El almacén es una unidad de servicio en la estructura orgánica y funcional de una empresa comercial o industrial, con objetivos bien definidos de resguardo, custodia, control y abastecimiento de materiales y productos.”* (P. 85)

Además, el proceso de almacenamiento es una tarea muy importante que enfoca las zonas específicas teniendo en cuenta colocar los productos en lugares señalados (Paredes, D. y Vargas, R., 2018).

Por tanto, continuando con los procesos de la empresa importadora de repuestos para maquinaria pesada, se muestra el flujograma de la figura 5, que presenta el proceso de ingreso y almacenaje de los repuestos solicitados, explicando la secuencia de todas las actividades en este proceso y lo ejecuta conforme a los requerimientos de cada producto, para ofrecer un correcto servicio.

**Figura 5** Proceso de Almacenamiento



Elaboración: Propia

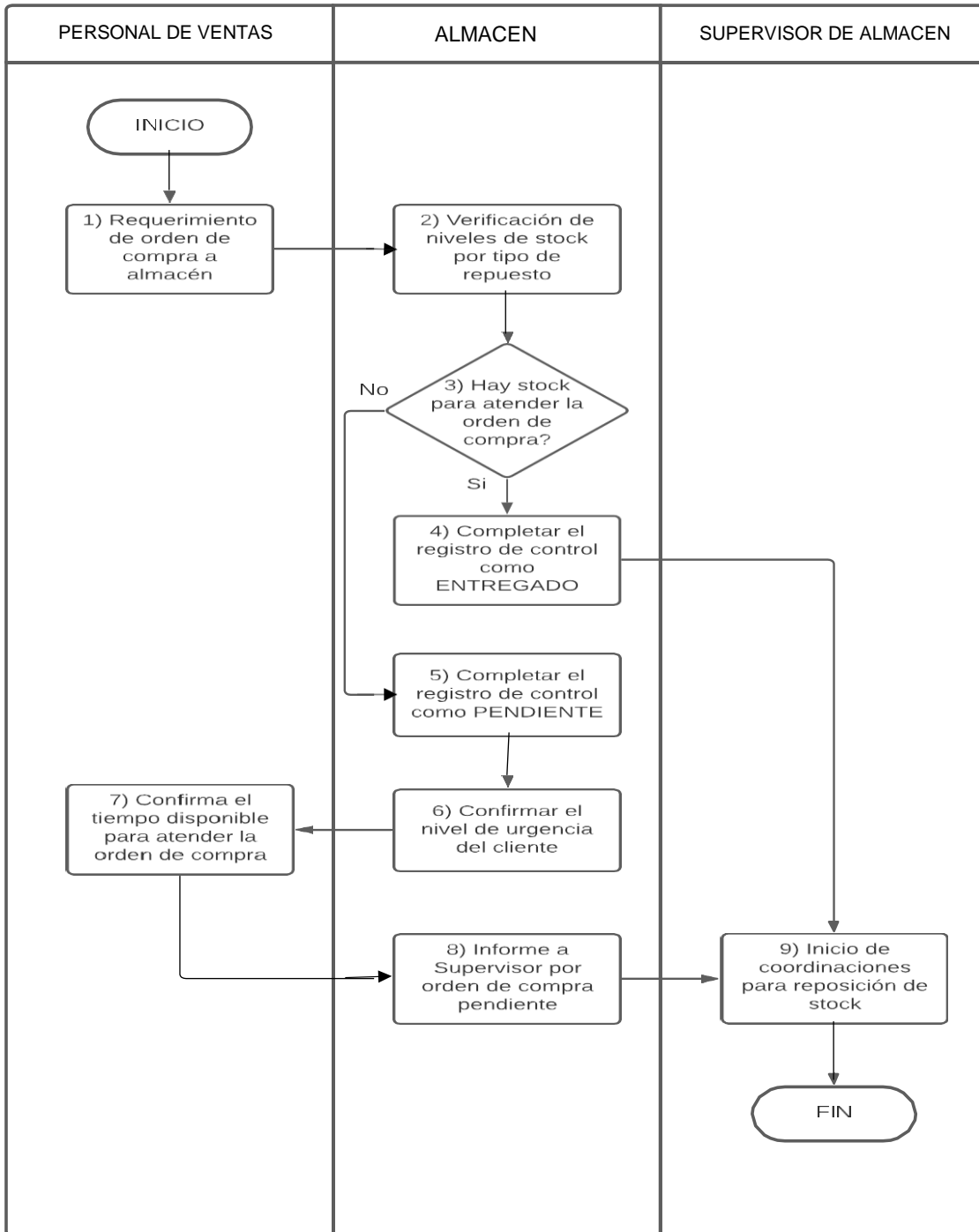
- **Proceso de Despacho – Picking**

De acuerdo a Paredes, D. y Vargas, R. (2018) el proceso de despacho, también conocido como picking, menciona la disociación de un grupo de productos que ya se encuentran en almacén. Luego, se realiza su expedición y se registra la salida.

Del mismo modo, Carreño (2014) señala que el proceso de picking es la extracción de los materiales pedidos desde el sistema de almacenamiento en el lugar que se encuentran. El proceso de despacho es la entrega de los materiales que se almacenan para los transportistas, como respuesta un comprobante de la entrega que se llevó a cabo.

Finalmente, se detalla el proceso de despacho o picking, es el último proceso que se efectúa con los repuestos; consiste en retirar los materiales, tanto del sistema como físicamente, para cubrir las órdenes de compra generadas por los clientes.

**Figura 6** Proceso de Despacho - Picking



Elaboración: Propia



## **1.2.3 Satisfacción al cliente**

### **1.2.3.1 Calidad en el Servicio**

Según Pizzo (2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, consecuentemente, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aun bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al que esperaba, proporcionando mayores ingresos y menores costos para la organización.

Gronroos, C. (1994) expone que la calidad en el servicio, se puede medir con los siguientes indicadores:

- Tiempo de respuesta inicial
- Número de reclamaciones
- Atención Personalizada

#### **▪ Objetivo**

El servicio al cliente forma parte de la mercadotecnia intangible, pero, se llega a apreciar y tiene como principal objetivo el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, según menciona Kleyman (2009).

De igual manera, concierne al constante mejoramiento en el servicio al cliente. Según Álvarez (2006) se enlistan una serie de objetivos a alcanzar:

- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- Reducir o eliminar en el máximo posible los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Disfrutar de un nivel empresarial enfocado a la excelencia.

### ▪ **Importancia**

El servicio al cliente ha venido tomada fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que, al existir más competencia, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionado por Kleiman (2009):

- La competencia es cada vez mayor, es necesario ofrecer un valor agregado.
- Los competidores se van equiparando en calidad y precio, es necesario buscar una diferenciación
- Los clientes son cada vez más exigentes, no buscan únicamente precio y calidad, sino también, buena atención, ambiente agradable, trato personalizado y un servicio rápido.
- Un cliente insatisfecho por servicio o atención, es altamente probable que hable mal y cuente su mala experiencia a otros consumidores
- Un cliente satisfecho por el buen servicio o atención, es altamente probable que regrese y cuente su buena experiencia a otros consumidores.

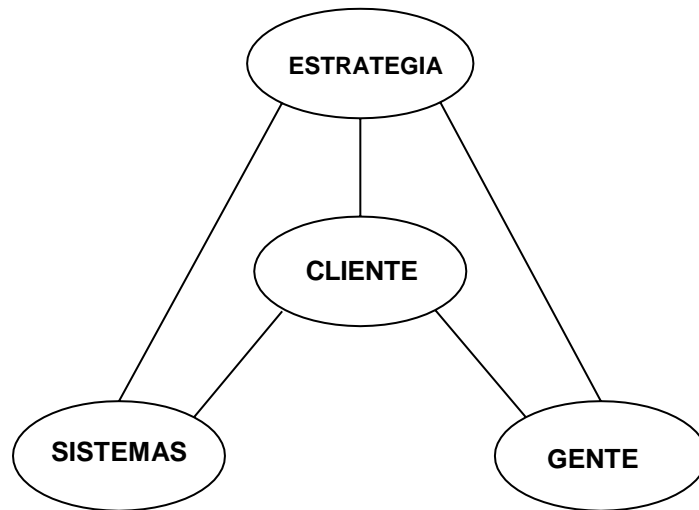
Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos ya que significan una ventaja competitiva.

### ▪ **Protagonistas de la calidad en el servicio al cliente**

Para una mejor percepción esta dimensión, es preciso mencionar al llamado triángulo de servicio propuesto por Albrecht y Zemke, donde se señala tres puntos que llevan a cabo la optimización del servicio: estrategias, empleados y sistemas dirigidos a los clientes, tal como se señala en el Gráfico 7. (Albrecht y Zemke, 2006, citado en Pérez, 2007, p. 383)

Esta relación, mas que una estructura constituye un proceso, que obliga a la organización a incluir al cliente en la concepción del negocio.

**Figura 7** El triángulo del servicio



Fuente: Albrecht y Zemke  
(2006)

- La estrategia incluye las políticas o lineamientos generales de la empresa dirigidos hacia el cliente. Según Pérez (2007) en la estrategia de servicio se define el valor que se desea para los clientes; el valor es el principal motivador de la decisión de compra.
- Los sistemas de prestación de servicio hacen referencia a los recursos que utiliza un empleado en la atención al cliente. Incluye el diseño de los sistemas de operación, tanto de la línea frontal de atención a los clientes como de las tareas de soporte y apoyo a los frentes de contacto con el cliente.
- En una empresa con calidad de servicio, se espera que los trabajadores (la gente) conozcan su trabajo, y dispongan de un trato agradable enfocado a la satisfacción de las necesidades del cliente.

### **1.2.3.2. Fidelización**

La fidelización pretende establecer un vínculo a largo plazo entre la empresa y el cliente, que la relación dure una vez finalizada la compra.

Para llevar a cabo la fidelización de un cliente se le debe conocer en profundidad y para ello se debe indagar sobre sus gustos y necesidades, posterior a ello, se deberá procesar la información y ofrecer al cliente, aquellos productos que mejor se adapten a sus necesidades. (Alet,2004).

Según estudios realizado en la EAE Escuela de Negocios de Barcelona, el cliente es la prioridad de toda empresa, para ello, se debe presentar estrategias focalizadas en la atención al cliente, para lograr fidelizarlo y conseguir nuevos para el futuro de la empresa.

Fidelizar a un cliente no es tarea fácil, pues se debe ofrecer tiempo y trabajo para lograrlo. Para ello, se debe planificar acciones para diseñar estrategias.

A continuación, se sugiere un plan de fidelización, en base a la información obtenida en los estudios de EAE Business School:

**Tabla 5** Plan de Fidelización

<p>A. Conocer al cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar los diferentes segmentos de mercado a los que se ofrecen los productos</li> <li>- Conocer las características generales del cliente</li> <li>- Conocer las necesidades del cliente</li> </ul>
<p>B. Identificar y conocer a los clientes más rentables y leales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los datos facilita la identificación de los clientes más asiduos y leales, con ello se podrá establecer estrategias personalizadas</li> </ul>
<p>C. Diseñar estrategias de retención y fidelización</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promociones</li> <li>- Descuentos por pronto pago</li> <li>- Descuentos por volumen</li> <li>- Premiar a aquel que traiga nuevos clientes</li> <li>- Ofertas exclusivas</li> <li>- Muestras exclusivas</li> </ul>
<p>D. Seguimiento y Control</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valerse de nuevas tecnologías para facilitar el seguimiento y análisis de los resultados obtenidos</li> </ul>

Fuente: EAE Business School

Elaboración: Propia

- **Dimensiones**

- **Diferenciación:** las características especiales del producto o servicio frente a los de la competencia. Las cualidades principales de este tipo de estrategia son distinción, valoración, equidad y proporcionalidad.
- **Personalización:** reconocer e identificar al cliente y todo aquello que se adapta a sus necesidades.
- **Satisfacción:** todas aquellas características y dimensiones del producto o servicio que el cliente percibe y le produce determinado placer
- **Fidelidad:** compromiso por parte del usuario a la marca y por parte de la empresa hacia el usuario.
- **Habitualidad:** frecuencia, volumen, cantidad y duración con la que los clientes realizan sus compras. (García,2005).

- **Ventajas**

- Facilita e incrementa las ventas
- Reduce los costos de promoción
- Retención de empleados
- Menor sensibilidad al precio
- Los consumidores fieles actúan como prescriptores, recomendando a la organización por la buena experiencia en la compra.

### 1.2.3.3. Cultura Organizacional

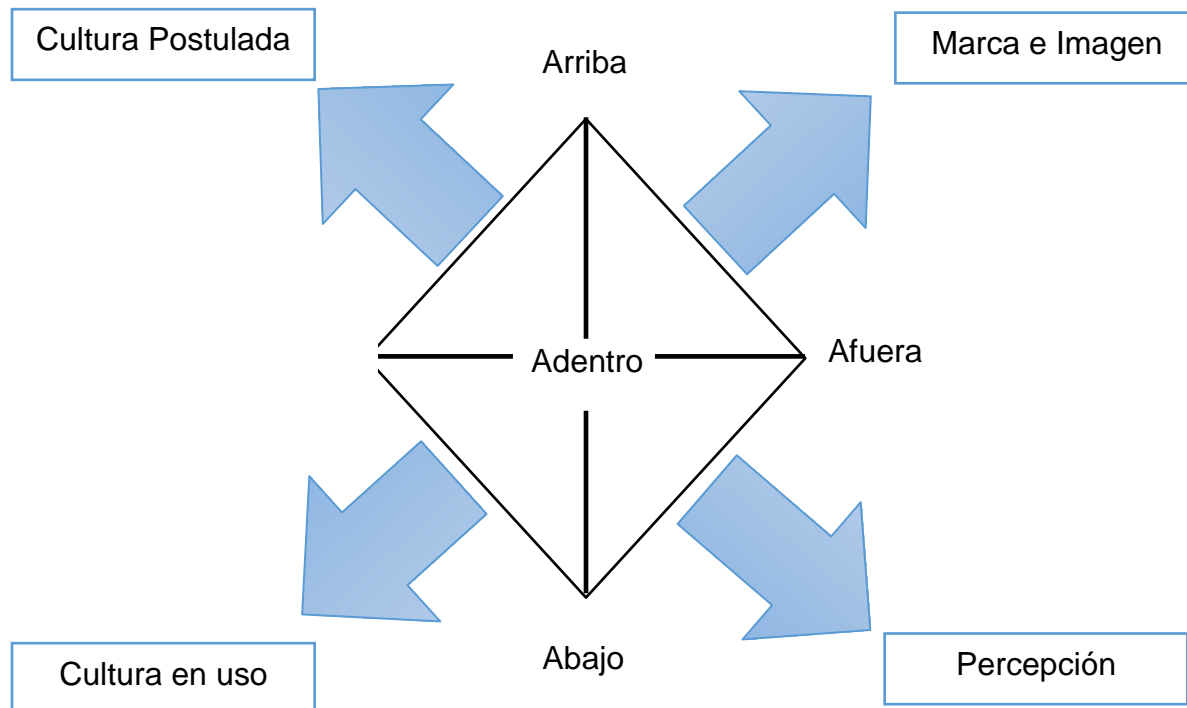
Según Abravanel (1992), la cultura organizacional es un sistema de símbolos compartidos y dotados de sentido que surgen de la historia y gestión de la compra, de su contexto socio cultural y de sus factores contingentes (tecnología, tipo de industria, etc.). estos importantes símbolos se expresan en mitos, ideología y principios que se traducen en numerosos fenómenos culturales.

Schein (1992) propone algunos de los aspectos que determinan la cultura en una organización:

- Autonomía individual, grado de responsabilidad, independencia y oportunidad de ejercitar la iniciativa que las organizaciones permiten a los individuos.
- Estructura, engloba las regulaciones y supervisión directa para controlar el comportamiento de los trabajadores.
- Apoyo, grado de cordialidad brindado por los administradores a sus subordinados.
- Identidad, medida en la que los miembros se identifican con la organización
- Recompensa y reconocimientos de la organización (incrementos salariales, promociones, etc.).
- Tolerancia al conflicto, nivel de aceptación de conflictos que existen en las relaciones entre compañeros, grupos de trabajo y la administración, así como la disposición a ser honesto y abierto antes las diferencias.
- Tolerancia al riesgo, medida en la cual se estimula a los trabajadores a ser agresivos, innovadores y a tomar riesgos.

La cultura presenta cuatro dimensiones, que se mantienen en un eje de formalidad, la cual se intercepta con un eje de pertenencia a la organización.

**Figura 8** Las cuatro dimensiones de la cultura organizacional



Fuente: Apunte IN50A Comportamiento organizacional y gestión personal en la organización, Universidad de Chile, 2007.

Elaboración: Propia

Las dimensiones propuestas son las siguientes:

- Marca e Imagen: Se presenta en la región arriba-fuera, la empresa desea presentarla a su alrededor.



- Percepción: En la región de abajo-afuera, representa lo que la empresa representa.
- Cultura en uso: En la región formada por abajo-adentro, es lo que, en realidad en la práctica se lleva a cabo como funcionamiento de la organización.
- Cultura Postulada: En la región formada por arriba-adentro, es todo lo que la organización.

- **Cultura de Servicio**

El comportamiento de los miembros de la empresa, como nivel de identidad e integración, tiene grandes influencias en la cultura existente que termina proyectándose en el cliente.

Moreno, A. (2009) señala:

El servicio al cliente es parte de la cultura de la organización, es como un valor y una característica primordial que logra que el cliente siempre se sienta acogido, respetado y escuchado por cualquier miembro de la organización. Aunque los empleados no están todo el tiempo en contacto directo con los clientes, estos deben poseer la información necesaria para atender las dudas de los clientes o de los compañeros que soliciten de su ayuda para lograr la satisfacción del cliente. (p. 24)

Restrepo, C. et al. (2006) señalan que:

Al hablar de cultura de servicio, se debe reflejar al interior y exterior de la organización elementos como: comunicación asertiva, respecto a las personas y a las diferencias, transparencia en el actuar, es decir,

Ambiente sano de trabajo; sin embargo, algunas organizaciones tienen estructura de servicio y no cultura de servicio ya que se

presenta lo bueno en la superficie y no llega al fondo del tema.

### **1.3 Definición de términos básicos**

- Logística: Se relaciona a planear, incrementar y controlar el flujo y almacenamiento eficiente en relación a los productos iniciando en el consumo, para lograr satisfacer a los clientes.
- Suministro: Abastecimiento de mercancías o productos importantes.
- Aprovisionamiento: Se relaciona a la planificación y gestión de compras, almacenar los productos indispensables y poner en práctica las técnicas que aseguran la mercadería mínima, cuidando las condiciones y el coste.
- Almacenes: Cuidar las mercaderías en situaciones de riesgo, vigilando su control, identificación y manejo en todo proceso.
- FIFO: Es un método de gestión de inventarios muy utilizado en la gestión del almacén, que trata principalmente los movimientos de mercadería. Y es sencillo, y primera en entrar (first in,) primera en salir (first out).
  - Cliente: Es el individuo que por una retribución económica le ofrecen un servicio.
  - Servicio al cliente: La empresa presenta métodos para contactar a los clientes.
  - Satisfacción de cliente: Es el nivel de satisfacción desde la percepción del cliente.
  - Calidad: La señalan los clientes.
  - Cultura Organizacional: La cultura organizacional son básicamente los aspectos personales de la gente que trabaja en la empresa.

## **CAPITULO II: HIPÓTESIS VARIABLES**

### **2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas**

El problema principal es ¿De qué manera la administración logística se relaciona con el grado de satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitano y Callao?

Como hipótesis principal se señala que la administración logística influye positivamente en el grado de satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en la provincia del Callao, de tal manera que las organizaciones del sector puedan aprovechar eficazmente las ventajas competitivas que brinda una óptima administración logística, y, de esta manera, satisfacer exitosamente las necesidades de los clientes.

#### **2.1.1 Hipótesis General**

La administración logística se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

#### **2.1.2 Hipótesis Específicas**

- La logística de aprovisionamiento se relaciona significativamente con el grado de satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.
- El sistema de gestión del almacén se relaciona significativamente con el grado de satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.
- La gestión del transporte se relaciona significativamente con el grado de satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

## **2.2 Variables y definición operacional**

Las variables son dos, de las cuales; la primera, es la administración logística de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao, siendo las dimensiones de esta variable: La logística de aprovisionamiento, el sistema de gestión del almacén y la gestión del transporte.

Las técnicas son: encuestas y entrevista a profundidad.

Los indicadores en la dimensión de logística de aprovisionamiento se han considerado: Gestión de pedidos y Nivel de stock. En la dimensión de sistema de gestión del almacén se tomó en cuenta: Capacidad instalada y seguridad de los almacenes. Por último, en gestión del transporte, incluye los indicadores: control de rutas, seguridad en el transporte y entregas a tiempo.

Por otro lado, se tiene la segunda variable, satisfacción al cliente, la cual se dimensiona en: calidad en el servicio, fidelización y cultura organizacional.

Los indicadores de la dimensión calidad en el servicio son: tiempo de respuesta inicial, número de reclamaciones y atención personalizada; para la dimensión fidelización, los indicadores son: tasa de retención a cliente y el índice de recomendaciones; por último, los indicadores: nivel de identidad e integración y tolerancia al conflicto se derivan de la dimensión cultura organizacional.

Finalmente, la operacionalización de las variables refuerza la recolección de información para lograr una investigación excelente.

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1 Diseño Metodológico

El objetivo principal radica en dar respuesta a las interrogantes planteadas para identificar de qué manera la gestión logística se correlaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao.

La investigación es de tipo “aplicada”, Según Vara, A. (2012). *“La investigación aplicada normalmente identifica la situación problema y busca, dentro de las posibles soluciones, aquella que pueda ser la más adecuada para el contexto específico.”*

La investigación es de enfoque mixto, pues se recolectó, analizó y vertió datos cuantitativos y cualitativos en el presente estudio, tales como el cuestionario estructurado a los colaboradores de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada y la investigación a profundidad a un profesional experto en el rubro.

Según Ruiz, M., Borboa, M. y Rodríguez, J. (2013) expresan “Es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio (...)El enfoque cuantitativo se aplicó al determinar resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta y el estudio de caso a través de una entrevista que permitió explicar, describir y explorar la información” siendo la forma más adecuada una hipótesis, de experimentos cualitativos y cuantitativos.

Además, la investigación es de alcance “descriptivo correlacional” y de diseño “no experimental transaccional”, puesto que se busca identificar la correlación que existe entre la variable “Administración logística” y “Grado de satisfacción”, realizando la recolección de datos en determinado momento, con la finalidad de explicar el estado actual de las variables y analizar la interrelación en dicho lapso de tiempo.

Asimismo, de acuerdo con Hernández, R. (2014), los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características relevantes de cualquier fenómeno que se analice, así como describir tendencias de un grupo o población.

### **3.2 Diseño muestral**

#### **a) Población**

Según, Arias (2006) define la población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

*Asimismo, Arias-Gómez (2016) afirma que: Posterior a definir la población de estudio, el investigador debe especificar los criterios a cumplir por los participantes. Los criterios que especifican las características que la población debe tener se denominan criterios de elegibilidad o de selección. Estos criterios son los de inclusión, exclusión y eliminación, que delimitan la población elegible.*

Por tanto, se delimita el número preciso de participantes.

En la presente investigación, se tomó como población 60 clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada ubicadas en Lima Metropolitana y Callao.

#### **b) Muestra**

La muestra se toma considerando los objetivos de la investigación. El autor también nos señala que el muestreo no probabilístico intencional se realiza a través de los conocimientos y criterios del investigador. Este tipo de muestreo se utiliza con mayor frecuencia en las investigaciones científicas, sin embargo, se obliga precisión para poder optar por una muestra. (Vara, 2012)

Por lo expuesto anteriormente, para el presente estudio la población fue igual a la

muestra. Es decir, se trabajó con un muestreo no probabilístico con la técnica internacional o por criterio; donde se incluyó a todos los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada (jefes de departamento, administrativos, compradores, y técnicos) pertenecientes al sector minero, que muestren disposición y disponibilidad para completar nuestras encuestas, sin distinción de sexo y edad, pero considerándose la experiencia o conocimiento del rubro de cada uno. Asimismo, se estará utilizando la razón y la observación para cada uno de los procesos del estudio para darle mayor confiabilidad a la investigación realizada.

Es preciso y conveniente señalar que debido a la coyuntura actual que ocurre en el Perú y el mundo, las encuestas serán virtuales, con el fin de respetar los protocolos de seguridad y, sobre todo, salvaguardar la integridad de todos los participantes.

Se establecieron criterios de exclusión e inclusión relevantes para identificar claros y concisos. En primer lugar, se llevó a cabo la selección de la muestra, la cual se estudió facilitando las respuestas a las preguntas planteadas.

Comprobándose las hipótesis y conocer los que son parte de ello.

**Tabla 6** Criterios de inclusión y exclusión para la Población

<b>CRITERIOS DE INCLUSIÓN</b>	<b>CRITERIOS DE EXCLUSIÓN</b>
Pequeñas, medianas y grandes empresas.	Microempresas.
Relacionado al grupo minero.	Que no pertenezcan al sector minero.
Que los clientes estén ubicados en Lima Metropolitana y Callao.	Que los clientes no estén ubicados en Lima Metropolitana y Callao.
Que importen o adquieran repuestos de maquinaria pesada a través de distribuidores autorizados. (importadores)	Que no importen o adquieran repuestos de maquinaria pesada a través de distribuidores autorizados. (importadores)
Mínimo tres años de inicio de actividades.	Que tengan menos de tres años de inicio de actividades.



Que sean considerados empresas formales.	Que sean empresas informales.
Personas con más de 3 años de experiencia.	Que sean profesionales con una experiencia menor a 3 años, o no tengan conocimiento sobre el tema relacionado.

Fuente y elaboración: Propia

### 3.3 Técnicas de Recolección de datos

- **Encuesta**

Se utilizarán las encuestas con un cuestionario de 42 preguntas cerradas para que la persona encuestada pueda elegir de manera rápida una de las alternativas establecidas, y de esta forma se consigue los datos e información solicitados.

Para la recolección de la información, debido a la coyuntura actual las encuestas se remitirán vía correo electrónico a los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada ubicados en Lima Metropolitana y Callao

El cuestionario se distribuye en dos partes, teniendo en cuenta las variables de estudio; y el tiempo para responder las preguntas será establecido de acuerdo a la disponibilidad de cada encuestado.

### **1er. Parte: La Variable Administración logística.**

Con 25 ítems, distribuidos en tres dimensiones: Logística de aprovisionamiento, sistema de gestión del almacén y gestión del transporte. Cada ítem del cuestionario está de acuerdo a una valoración cualitativa.

### **2da. Parte: La variable Satisfacción del cliente**

Con 17 ítems repartidos en tres dimensiones: Calidad de servicio, fidelización y cultura organizacional; cada ítem con una valoración cualitativa.

- **Entrevista a profundidad**
- Población

Se consideró oportuno realizar una entrevista a profundidad al Planificador de Mantenimiento de maquinaria pesada de la Compañía Minera Antamina. La población objetivo estuvo conformada por una persona en momentos importantes de la administración logística.

Los criterios de inclusión y exclusión son los siguientes:

- Géneros diferentes
- Diferentes edades
- Indistinta ocupación o profesión
- Trabajador activo en la empresa Antamina
- Cuente con experiencia en el rubro.

- Muestra

Se realizó al planificador de maquinaria pesada de la Compañía Minera Antamina, esta se realizó en su hogar previa coordinación y respetando todos los protocolos sanitarios.

Asimismo, los factores de la muestra que se consideraron fueron:

- Personal que se encarga de planificación de maquinaria pesada en la empresa Antamina.
- Técnica de muestreo no probabilístico.
- La muestra comprende solo una persona que tuvo disponibilidad y disposición para realizar la entrevista, resaltando también la importancia que

tiene este puesto dentro de la organización de maquinaria pesada.

- Se llevó a cabo la entrevista tomando la experiencia en planeación de repuestos y maquinaria pesada para el rubro minero. En esta situación la encuesta se realizó en el hogar del entrevistado, de tal manera que este se sienta a gusto expresando la información certera y eficaz.

### **3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información**

- Técnicas de recolección de datos:

Las técnicas de recolección de datos que se emplearon fueron dos técnicas, la encuesta y la entrevista a profundidad al planificador de mantenimiento de la empresa Antamina.

La encuesta se realizó a los colaboradores de las empresas importadoras de maquinaria pesada.

La entrevista a profundidad se llevó a cabo con una guía de entrevista, con preguntas abiertas enfocadas en el problema de estudio.

- Instrumento de recolección de datos:

En la tabla N°7, se puede mostrar las técnicas e instrumentos señalados.

**Tabla 7** Técnica / Instrumento de recolección de datos

<b>Técnicas de recolección de datos</b>	<b>Instrumentos de recolección de datos</b>
La encuesta	Cuestionario
La entrevista en profundidad	Guía de entrevista

Luego del cuestionario, se aplicó Excel para obtener información, que se compararán con las hipótesis propuestas anteriormente.

Finalmente, se aplicó la estadística descriptiva, con el SPSS 25 (Statistical Package for Social Sciences).

El SPSS nos permitió hallar el alfa de Cronbach, que analiza la fiabilidad del instrumento. Asimismo, este software también nos permitió realizar la prueba de normalidad, la cual tuvo como objetivo determinar si se rechazaba o aceptaba la hipótesis nula.

Por último, en base a los resultados obtenidos se utilizó el análisis de Rho Spearman para determinar la relación que existe entre las variables.

### **3.5 Aspectos éticos**

Se tomaron en cuenta los aspectos éticos que se desarrollarán a continuación:

- Propiedad Intelectual: Se respetará y protegerá la autoría de cada fuente de información, por lo mismo se hará uso de las normas APA realizando correctamente las citas textuales de modo que se evite el plagio académico.

- Honestidad: Se realizará la recolección y análisis de la información con total autenticidad sin tener participación en los resultados para la beneficencia del trabajo de investigación.
- Confidencialidad: Se tendrá una rigurosa confidencialidad con aquellos datos que la organización considere importantes, así como de los datos personales de los trabajadores de las distintas empresas que adquieren repuestos para maquinaria pesada. Por lo mismo, la información obtenida será manejada de manera cautelosa y responsable.
- Respeto: Se realizará las encuestas y las entrevistas con el debido respeto, de tal forma que la persona tenga conocimiento del objetivo de la investigación haciendo la recolección de datos eficaz y veraz.
- Solidaridad: Se espera que el presente estudio impacte enorme y positivamente en las gestiones de las empresas importadoras de repuestos de maquinaria pesada, Además de considerarse como ejemplo para próximos tesis que juzguen a este tema de investigación con gran potencial.

### **3.6 Validez y confiabilidad del instrumento**

Para lograr la validación del contenido, se aplicó el juicio de expertos, a dos especialistas de nuestra universidad.

La fiabilidad, según indica Vara (2012), se aplica números dando como resultado coeficiente de fiabilidad, que tuvo como respuesta entre 0 y 1.

En la fiabilidad se tomaron en cuenta las variables y dimensiones de cada una, estudiadas a través del Alpha de Cronbach.

#### **3.6.1 Confiabilidad del instrumento**

##### **a) Análisis de coeficiente de Cronbach del Instrumento**

Todas las variables

**Tabla 8** Estadísticas de fiabilidad

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basadas en elementos estandarizados	N de elementos
,850	,850	42

Fuente y elaboración: Propia

**Tabla 9** Estadísticas de la fiabilidad de la variable Administración Logística

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basadas en elementos estandarizados	N de elementos
,798	,798	25

Fuente y elaboración: Propia

El valor de Alfa de Cronbach para a la escala de “Administración logística” asciende a  $\alpha=0.798$ .

**Tabla 10** Estadísticas de la fiabilidad de la variable Satisfacción del Cliente

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basados en elementos estandaarizados	Nde elementos
,705	,705	17

Fuente y elaboración: Propia

El valor Alfa de Cronbach en la escala de “Satisfacción del cliente” asciende a  $\alpha=0.705$ .

**b) Validez de contenido del instrumento**

**Tabla 11** Validación de expertos

EXPERTOS	ENCUESTA		TOTAL	
	Puntaje	%	Puntaje	%
1. Mg. Sánchez García, Ninfa	681	88.67%	768	100%
2. Mg. Moreno Andrade, Elvira	723	94.14%	768	100%

Fuente y elaboración: Propia

Se puede validar en la Tabla 11 que todos los expertos validaron el instrumento que se iba a aplicar a los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada ubicadas en Lima Metropolitana y Callao, dando a certeza que el instrumento medirá las variables que serán materia de estudio.

**Tabla 12** Estadísticas totales de los elementos

Estadísticas de total de elemento				
	Medida de escala si el suplemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Considera usted que sus pedidos son atendidos de manera oportuna?	162,97	95,456	,130	,851

¿Considera usted que sus proveedores elaboran una adecuada planificación de pedidos?	162,92	92,722	,373	,846
¿Considera usted relevante la presencia de un sistema de planificación y control de inventario en sus proveedores?	162,62	92,545	,316	,847
¿Considera usted que el desabastecimiento de materiales por falta de stock ha afectado sus operaciones diarias?	162,13	94,151	,274	,848
¿Considera usted que una gestión de stock eficiente y automatizada es un factor determinante al momento de seleccionar sus proveedores?	162,62	94,410	,218	,849
¿Considera usted que la capacidad de compra permite mejorar la atención oportuna de pedidos?	162,65	93,011	,414	,846



¿Considera usted que realizar un pronóstico de la demanda es una de las mejores técnicas para identificar las necesidades reales de un cliente?	162,78	90,173	,481	,843
¿Considera usted que una óptima capacidad de compra permitiría la fidelización de los clientes?	162,77	93,131	,277	,848
¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de repuestos solicitados?	162,85	95,113	,151	,851
¿Considera usted que un ordenamiento adecuado del almacén permitiría agilizar la entrega de pedidos?	162,45	91,201	,432	,845
¿Considera usted que la capacidad instalada de un almacén es determinante para satisfacer una mayor demanda del mercado?	162,70	90,688	,508	,843

¿Considera usted que para mantener un almacén organizado, seguro y limpio es imprescindible contar con personal capacitado?	162,58	94,044	,313	,848
¿Considera usted que una adecuada planificación y control de inventario reduciría los casos de reclamo por repuesto dañado?	162,67	91,718	,402	,845
¿Considera usted relevante el uso de herramientas de gestión como el SAP en los almacenes?	162,45	91,777	,404	,845
¿Considera usted que la ubicación de los productos contribuye en la entrega rápida de su pedido?	162,55	95,811	,092	,852
¿Considera usted que la ubicación del inventario facilita el trabajo del personal?	162,65	93,384	,374	,846
¿Considera usted que una adecuada ubicación de inventario permitiría reducir la merma de productos?	162,75	92,021	,294	,848

¿Considera usted que la tercerización del servicio de transporte permitiría una mejora en los tiempos de entrega de su compra?	162,87	96,016	,072	,853
¿Considera usted que la programación de rutas permitiría mejorar la comunicación entre proveedor y cliente?	162,62	94,003	,340	,847
¿Considera usted que un adecuado monitoreo de rutas minimizaría los errores durante el despacho?	162,68	92,864	,398	,846
¿Considera usted que la inversión tecnológica en unidades de transporte puede considerarse un factor clave para garantizar la seguridad de la carga durante el despacho?	162,77	93,470	,263	,849
¿Considera usted que las capacitaciones de personal, charlas e inducciones de seguridad son medidas de suma importancia para realizar despachos seguros y eficientes?	162,68	89,169	,654	,840

¿Cree usted que el uso adecuado de herramientas tecnológicas contribuye con el cumplimiento en los tiempos de entrega de sus pedidos?	162,58	95,196	,210	,849
¿Considera usted que la planificación y seguimiento de pedidos es un factor clave para reducir los tiempos de entrega de productos?	162,72	93,664	,409	,846
¿Considera usted que el cumplimiento de entregas a tiempo puede ser considerado un indicador clave para medir la eficiencia de un proveedor?	162,55	89,845	,515	,842
¿Considera usted que el proveedor se muestra dispuesto a ayudarle?	162,85	94,435	,238	,849
¿Considera usted contactar otro proveedor al no recibir una respuesta rápida?	162,73	94,673	,187	,850
¿Considera usted que sus reclamos son atendidos de manera oportuna?	163,35	95,045	,107	,853

¿Considera usted importante que las empresas brinden el libro de reclamaciones abiertamente?	162,53	91,406	,406	,845
¿Cree usted que recibe una atención personalizada?	163,05	93,065	,282	,848
¿Percibe usted empatía por parte de los colaboradores de las empresas proveedoras?	162,93	93,351	,311	,847
¿Considera usted que recibe una buena asesoría antes de realizar una compra?	163,12	93,698	,229	,850
¿Considera usted beneficioso que las empresas cuenten con un programa de fidelización de clientes?	162,75	93,987	,254	,849
¿Considera usted beneficioso para su empresa tener más de un proveedor en Lima?	162,52	92,796	,358	,846
¿Cree usted que el buen servicio post-venta incrementa su fidelidad a las empresas proveedoras?	162,60	91,600	,382	,846

¿Cree usted que la comunicación óptima es un factor importante para generar oportunidades de recomendación?	162,93	93,623	,223	,850
¿Percibe usted un nivel de identificación en los colaboradores con las empresas proveedoras en las que laboran?	162,97	95,931	,096	,852
¿Percibe usted un grado de integración y buena comunicación entre los departamentos de las empresas proveedoras?	162,98	92,593	,346	,847
¿Cree usted que poseer cultura organizacional es un punto clave para ofrecer un buen servicio al cliente?	162,62	91,223	,436	,844
¿Considera usted que las empresas proveedoras manejan un protocolo para enfrentar los conflictos suscitados?	163,03	91,558	,345	,847
¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas proveedoras tengan un líder especializado en el manejo de conflictos?	162,60	92,617	,416	,845

¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas proveedoras brinden capacitaciones acerca del manejo de conflictos?	162,57	89,911	,562	,841
--	--------	--------	------	------

Los resultados de la prueba del Alfa de Cronbach, señala el nivel de confiabilidad del instrumento. Sampieri, H. Fernández, C y Baptista, M. (2014), indica que:” Las alfas de Cronbach varían, pero todas mayores a 0.65 que es el mínimo para que sea un instrumento confiable”.

Ya que se obtuvo 0.850 el instrumento es confiable.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

### **4.1 Resultados de Investigación**

En las encuestas fueron 42 preguntas; que fueron respondidas por trabajadores de las empresas que adquieren o consumen repuestos para maquinaria pesada, (los clientes) ubicadas en la provincia del Callao; con la finalidad de poder dar respuesta al problema planteado para justificar y fundamentar los objetivos propuestos en la investigación.

Con el instrumento las empresas que adquieren o consumen repuestos para maquinaria pesada, ubicadas en Lima Metropolitana y Callao.

#### **4.1.1 Descripción de la muestra**

La muestra está consignada por 60 empleados (jefes administrativos, vendedores y técnicos) que adquieren o consumen repuestos para maquinaria pesada a través de distribuidores autorizados (importadores), ubicados en Lima Metropolitana y Callao.

El tipo de muestreo fue no probabilístico, intencional o por criterio.

A continuación, se presenta la entrevista a profundidad realizada al Planificador de Mantenimiento de maquinaria pesada de la Compañía Minera Antamina.

#### **a) Análisis de Resultados de la Entrevista a Profundidad**

- Instrumentos: Entrevista
  - Variable 1 y Variable 2: Administración logística y satisfacción del cliente
- Resumen de la información de la entrevista al Planificador de mantenimiento de maquinaria pesada.

A continuación, se muestra la entrevista a profundidad realizada al Planificador de Mantenimiento de maquinaria pesada de la Compañía Minera Antamina.



**Tabla 13** Entrevista a profundidad

<b>Nombre</b>	<b>Tony Bernuy</b>
<b>Institución</b>	Compañía Minera Antamina S.A.
<b>Cargo</b>	Planificador de Mantenimiento de maquinaria pesada
<b>Experiencia en el Cargo</b>	10 años
<b>Años de experiencia</b>	17 años
¿Cómo valora el conocimiento que tiene el personal de Antamina en cuanto a gestión de logística?	El área de logística es un área realmente grande que se divide en sub áreas. Todos estamos capacitados y tenemos alrededor de 20 años de experiencia en el rubro minero. Tenemos tanto manejo logístico como técnico.
¿Cómo calificaría la atención que le brindan sus proveedores?	A pesar de que trabajamos con proveedores realmente grandes (Hitachi, Mitsui, Ferreyros) los niveles de atención no son como los desearíamos. Del 100% que pedimos, normalmente cumplen con un 70 a 80%) Esto ocurre tanto en repuestos como en reparación.
¿Cómo calificaría el nivel de garantía que brindan los proveedores?	Los proveedores si cumplen con la garantía de fábrica, pero también esto

	<p>está susceptible a sus propios procedimientos (análisis de falla), es decir, siempre y cuando estos reclamos por calidad del repuesto o mal funcionamiento sea 100% comprobable.</p>
<p>¿Está al tanto de cómo es la dinámica de selección para los proveedores?</p>	<p>No pertenezco al área de logística, pero, por ejemplo, si yo necesito algún repuesto, sugiero proveedores y entonces los de logística, se encargan del ver los detalles del proceso, es decir, la cotización, garantía, presupuesto, cartera de clientes del proveedor, tiempos de entrega, etc. Si es que les sugerimos de 5 a 6 proveedores, ellos nos presentan 3 y nosotros terminamos de decidir.</p>
<p>En la reunión de sus principales áreas, ¿toman decisiones y asignan tareas? ¿Se podría decir que está implementado el concepto SOP en Antamina?</p>	<p>No lo conocemos precisamente como SOP, pero si aplicamos esa metodología. Áreas como logística, operaciones y mantenimiento realizan reuniones semanales o quincenales con el propósito de generar planes de acción.</p> <p>Por ejemplo, te comento, las palas que cargan los camiones, tienen cables de acero y se rompen con mucha frecuencia; entonces, en la reunión se evalúa el manejo que se le está dando a la maquinaria y se propone el siguiente plan de acción:</p> <p>-Logística verifica al proveedor del cable</p>

	<p>-Operaciones revisa con que operador se está rompiendo más cables</p> <p>-Mantenimiento busca un por qué, puede ser una polea mal puesta o una mala instalación</p> <p>De esta manera, entre las áreas se llega a una solución. Estas reuniones son muy importantes pues somos un equipo y no podemos encontrar la solución de manera aislada. La idea es llegar a un consenso y ubicar el origen del problema y mejorarlo de manera integral.</p>
<p>¿Con qué ERP trabajan actualmente?</p>	<p>Tenemos mucho tiempo trabajando con el ERP Elipse y todas las áreas usan el mismo software.</p>
<p>¿De qué manera se calcula el pronóstico de la demanda?</p>	<p>Básicamente por el historial de consumo que se obtiene del sistema ERP, así como ciertos KPIS que maneja cada área.</p>
<p>¿Cuáles son las actividades tercerizadas dentro de la cadena logística más relevantes?</p>	<p>-El transporte interprovincial e internacional.</p> <p>-La administración de repuestos de consignación. Por ejemplo, de ciertas cosas que tenemos en almacén, no todo es de Antamina. Puede haber 100 camiones que pertenecen a KOMATSU y son camiones que tienen que cambiarse el filtro todos los días entonces el almacén de Antamina no quiere tener esos 100 filtros disponibles</p>

	<p>diariamente. Lo que hacemos, es dejar que los filtros los maneje el mismo KOMATSU, se les da su espacio y ellos colocan su propio almacén y sus operativos. Reducimos costos.</p>
<p>¿Cuáles son los principales cuellos de botella dentro de su cadena logística?</p>	<p>Hay demasiada necesidad de recursos por parte de las áreas ejecutoras y no hay mucho soporte. Existen caídas del ERP, transportistas saturado y tiempos de entrega fallidos, entre los cuellos más relevantes.</p>
<p>¿Si Antamina tuviera su propia flota de transporte sería mejor?</p>	<p>No, alguna vez fue así, pero se decidió tercerizarlo, ya que no genero ningún valor agregado para la empresa. Ahora lo hace RANSA.</p>
<p>¿Cuáles son los repuestos más críticos y de mayor desgaste para el mantenimiento de equipos?</p>	<p>Son dos cosas distintas. Tenemos por un lado a los repuestos de desgaste (consumible) y los repuestos críticos.</p> <p>En el caso de los repuestos consumibles, por ejemplo, están los filtros. Estos pueden volver a usarse hasta que lleguen los repuestos nuevos. Se sacan, se limpian y se vuelven a colocar momentáneamente.</p> <p>Pero no ocurre lo mismo con los repuestos críticos, por ejemplo, una tarjeta electrónica, puesto que no hay forma de repararla.</p> <p>Los consumibles tienen plan de consumo anual y los críticos se piden con mucha anticipación y siempre</p>

	<p>tenemos que tenerlos en stock, los usemos o no. Es mejor tenerlo ahí y no usarlo, a querer usarlo y no tenerlo. Asumimos ese costo y riesgo.</p>
<p>¿Qué sensación le transmite el panorama actual del país y la relación con el desarrollo del rubro minero?</p>	<p>Los países de tercer mundo mueven su economía en función a la exportación de recursos naturales. Para el Perú, una de sus principales, por no decir la más importante, fuente de ingresos es la minería. Si es que continua el buen ritmo de los últimos 30 años, nos irá bien. De lo contrario, no. A menos que se vuelva a la explotación de guano como hace 50 años.</p>
<p>La minería informal no es un tema ajeno en nuestro país. ¿La informalidad de la industria minera afecta directamente a la cadena logística?</p>	<p>Depende de qué punto se ve. La minería informal no tiene la misma facilidad para su cadena logística pero tampoco tiene las barreras burocráticas que si tenemos los de la minería formal. Por lo que diría que si afectan en cierta medida.</p>
<p>¿La crisis del COVID-19 ha reducido la inversión minera?</p>	<p>A Antamina no le ha afectado. Nuestros gastos se han elevado debido a los planes protocolares pero la producción sigue siendo la misma. La rentabilidad ha disminuido por este mismo tema, pero es mínimo.</p>
<p>¿Considera a Antamina una empresa socialmente responsable y de qué manera contribuyen a nuestra sociedad?</p>	<p>En el Perú hay, pequeña y grande minería dentro de la minera formal. Siempre estamos bajo el ojo de las comunidades aledañas y del gobierno. Construimos postas médicas, carreteras,</p>

	consumimos los productos de los pueblos y demás.
Como conclusión, ¿considera que una buena gestión logística se relaciona directamente con la satisfacción del cliente?	Definitivamente si, si la empresa no tiene recursos, no se mueve. El área logística es un área muy importante que tiene que soportar a muchas otras áreas como servicio, recursos, equipos. Sin este soporte y comunicación entre las áreas no se alcanzarían los objetivos y generaríamos pérdidas.

Fuente: Propia

Con los resultados de parte del planificador de mantenimiento de maquinaria pesada de la empresa Antamina, se presenta las siguientes categorías de la técnica de categorización:

- Participación activa e integral de todas las áreas
- Calidad de proveedores
- Beneficios de la tercerización de procesos
- El análisis y pronóstico de la demanda.
- La gestión de inventarios
- La importancia de la minería para el crecimiento de un país
- La importancia de una buena gestión logística para lograr un nivel de servicio al cliente óptimo

Luego se llevó a cabo una entrevista a profundidad en donde se pudo establecer que el planificador de mantenimiento de maquinaria pesada posee experiencia plena en toda la cadena logística, ya que conoce la importancia que tiene cada proceso y función dentro de la empresa, y son conscientes que para lograr una buena gestión de su cadena es sumamente importante que las áreas trabajen de manera integral, programando reuniones de equipo, estableciendo metas y planes

de acción que permitan no solo detectar las debilidades de la empresa, sino también encontrar soluciones a estos cuellos de botella que generan sobrecostos, y por ende un deficiente nivel de atención al cliente. Consiguientemente el planificador de mantenimiento dio a conocer que a pesar de trabajar con proveedores realmente grandes (Hitachi, Mitsui, Ferreyros) los niveles de atención no son como se esperan. Del 100% que solicitan, normalmente cumplen con un 70 a 80%, esto ocurre tanto en repuestos como en reparación. Conjuntamente, esto se suma a que existe demasiada necesidad de recursos por parte de las áreas ejecutoras y no hay mucho soporte. Existen caídas del ERP, transportistas saturados y tiempos de entrega fallidos, entre los cuellos más relevantes que pueden afectar el nivel servicio que Antamina ofrece a sus clientes.

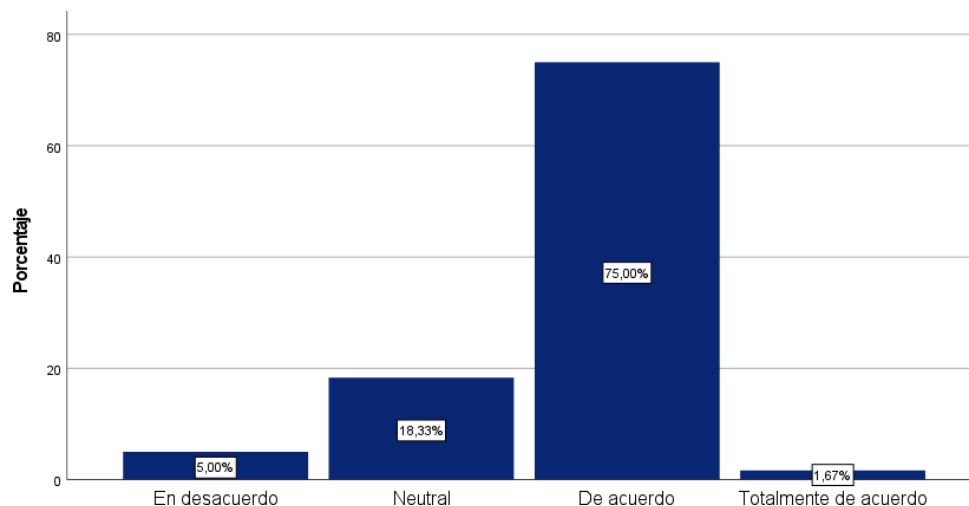
#### **4.1.2 Análisis Descriptivo**

El análisis descriptivo de las dos variables de estudio es: Administración logística y Satisfacción del cliente, con 42 preguntas que se analizaron e interpretaron con gráficos.

## Variable 1: Administración logística

### Dimensión 1: Logística de aprovisionamiento

**Figura 9** ¿Considera usted que sus pedidos son atendidos de manera oportuna?



**Tabla 14** ¿Considera usted que sus pedidos son atendidos de manera oportuna?

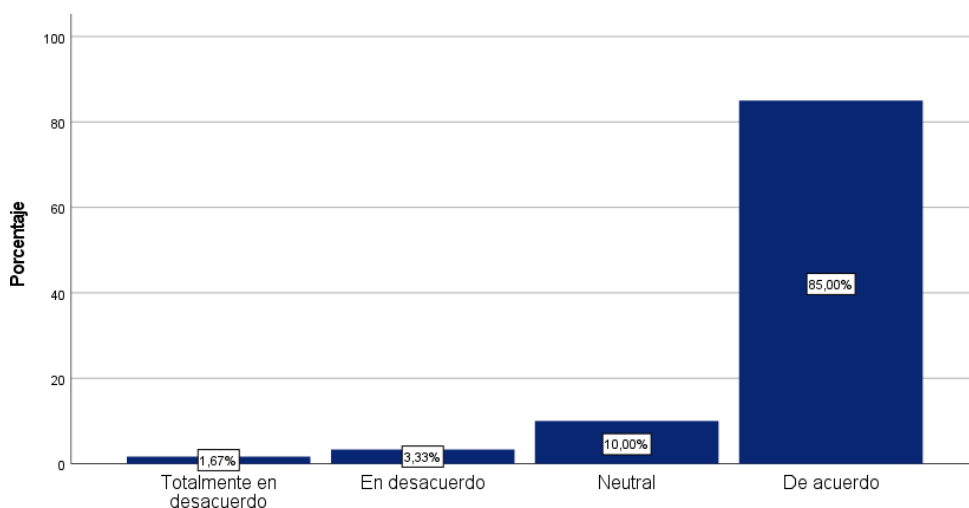
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5,0	5,0	5,0
	Neutral	11	18,3	18,3	23,3
	De acuerdo	45	75,0	75,0	98,3
	Totalmente de acuerdo	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 75% de los encuestados está “De acuerdo”. Seguidos de un 18% “Neutral”. Esto explica que en su mayoría de los encuestados consideran que sus pedidos son atendidos de manera oportuna, sin embargo, se piensa que la atención de estos podría mejorar mucho más.



**Figura 10** ¿Considera usted que sus proveedores elaboran una adecuada planificación de pedidos?



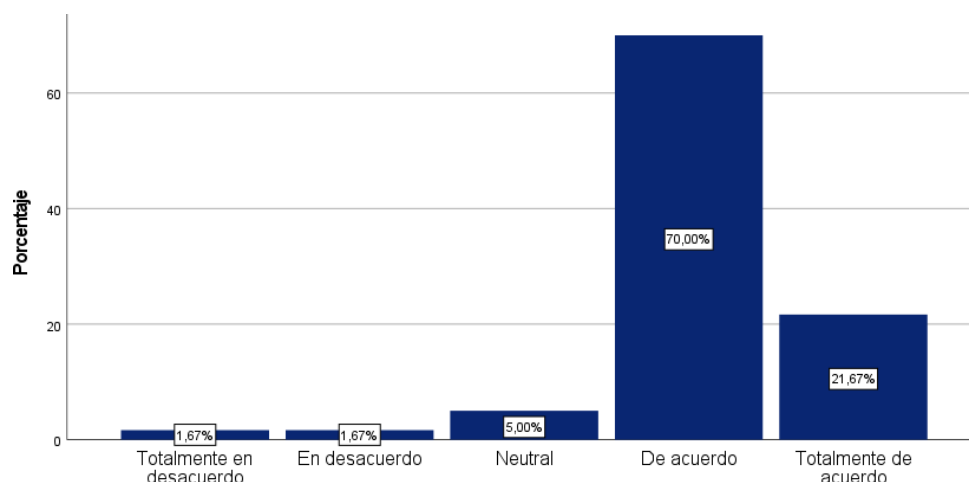
**Tabla 15** ¿Considera usted que sus proveedores elaboran una adecuada planificación de pedidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	En desacuerdo	2	3,3	3,3	5,0
	Neutral	6	10,0	10,0	15,0
	De acuerdo	51	85,0	85,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 85% de los encuestados está “De acuerdo”. Seguido de un 10% “Neutral”. Mayoritariamente los encuestados consideran que sus proveedores elaboran una adecuada planificación de los pedidos solicitados, lo cual genera tranquilidad y confianza por parte del cliente.

**Figura 11** ¿Considera usted relevante la presencia de un sistema de planificación y control de inventario en sus proveedores?



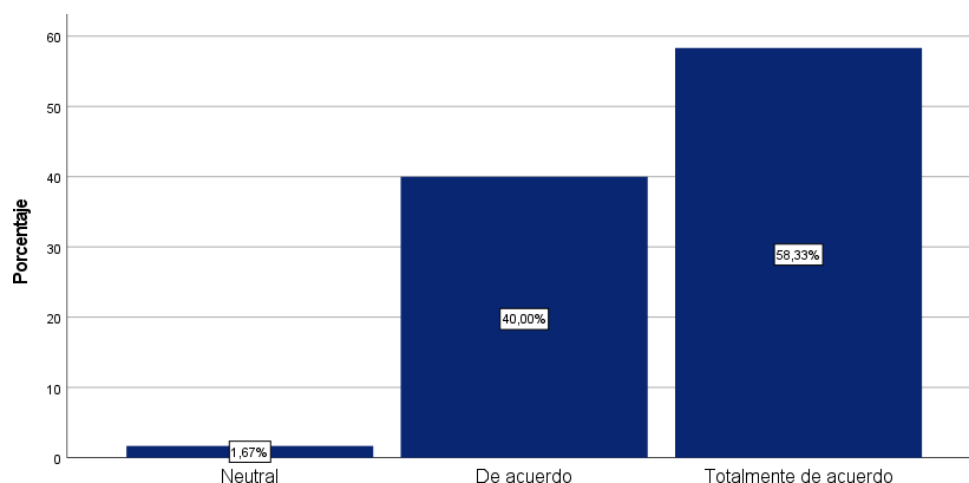
**Tabla 16** ¿Considera usted relevante la presencia de un sistema de planificación y control de inventario en sus proveedores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e valido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	En desacuerdo	1	1,7	1,7	3,3
	Neutral	3	5,0	5,0	8,3
	De acuerdo	42	70,0	70,0	78,3
	Totalmente de acuerdo	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 70% de los encuestados están “De acuerdo”. Luego, un 21.7% “Totalmente de acuerdo”. Donde el 91.7%, opinan que es relevante y esencial la utilización de un sistema de planificación y control de inventario en sus proveedores.

**Figura 12** ¿Considera usted que el desabastecimiento de materiales por falta de stock ha afectado sus operaciones diarias?



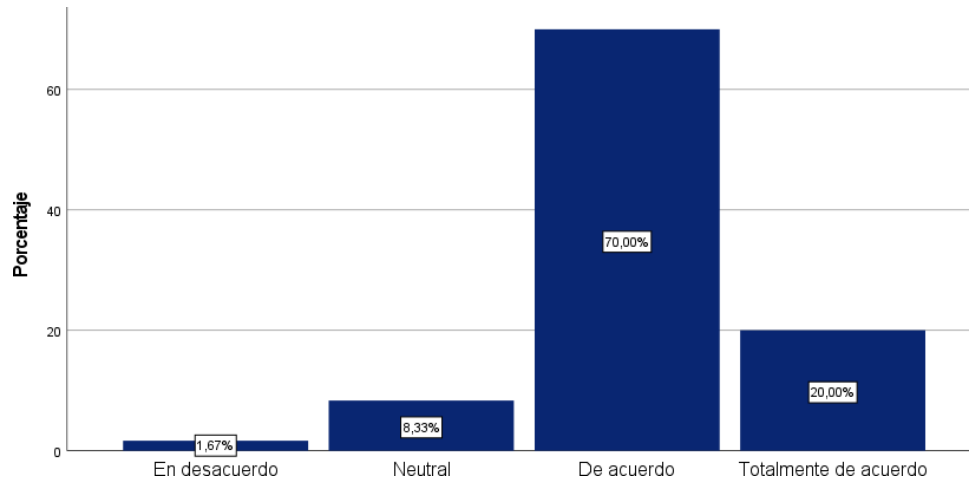
**Tabla 17** ¿Considera usted que el desabastecimiento de materiales por falta de stock ha afectado sus operaciones diarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	1,7	1,7	1,7
	De acuerdo	24	40,0	40,0	41,7
	Totalmente de acuerdo	35	58,3	58,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 58.3% de los encuestados está “Totalmente de acuerdo”. Seguido de un 40% “De acuerdo”. Cerca del total de los encuestados se han visto perjudicados en sus operaciones diarias, debido al desabastecimiento de materiales por falta de stock desus proveedores.

**Figura 13** ¿Considera usted que una gestión de stock eficiente y automatizado es un factor determinante al momento de seleccionar sus proveedores?



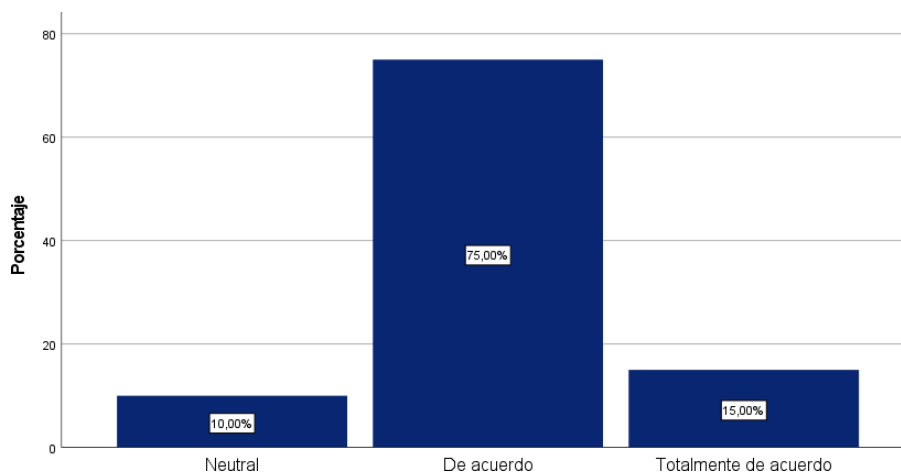
**Tabla 18** ¿Considera usted que una gestión de stock eficiente y automatizado es un factor determinante al momento de seleccionar sus proveedores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	5	8,3	8,3	10,0
	De acuerdo	42	70,0	70,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	12	20,0	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 70% de los encuestados está “De acuerdo”. Seguido de un 20% “Totalmente de acuerdo”. El 90% de los encuestados son totalmente conscientes de la importancia de una gestión de stock eficiente y automatizado al momento de seleccionar el proveedor idóneo.

**Figura 14** ¿Considera usted que la capacidad de compra permite mejorar la atención oportuna de pedidos?



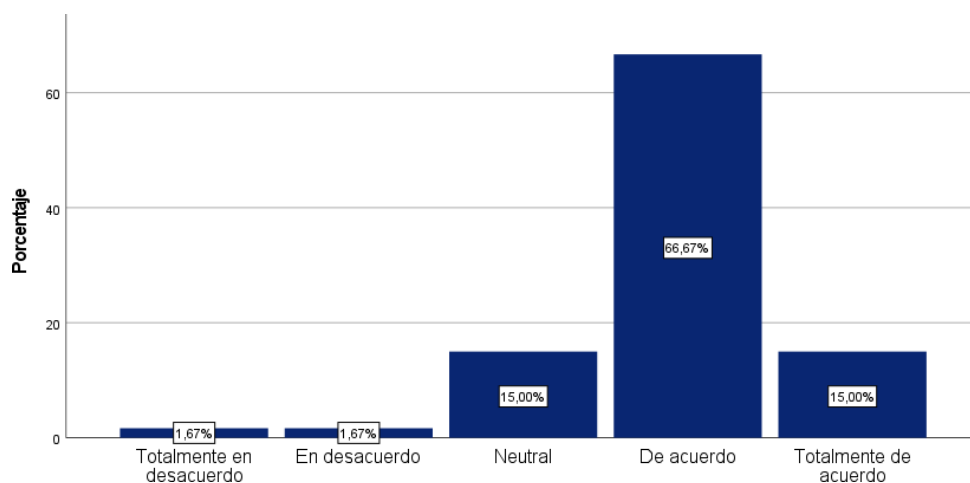
**Tabla 19** ¿Considera usted que la capacidad de compra permite mejorar la atención oportuna de pedidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	6	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	45	75,0	75,0	85,0
	Totalmente de acuerdo	9	15,0	15,0	100,0
	total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 75% de los encuestados están “De acuerdo”. Seguido de un 15% “Totalmente de acuerdo”. El 90% de los encuestadores opinan que la capacidad de compra o adquisitiva de los proveedores permitiría mejorar la atención de los pedidos.

**Figura 15** ¿Considera usted que realizar un pronóstico de la demanda es una de las mejores técnicas para identificar las necesidades reales de un cliente?



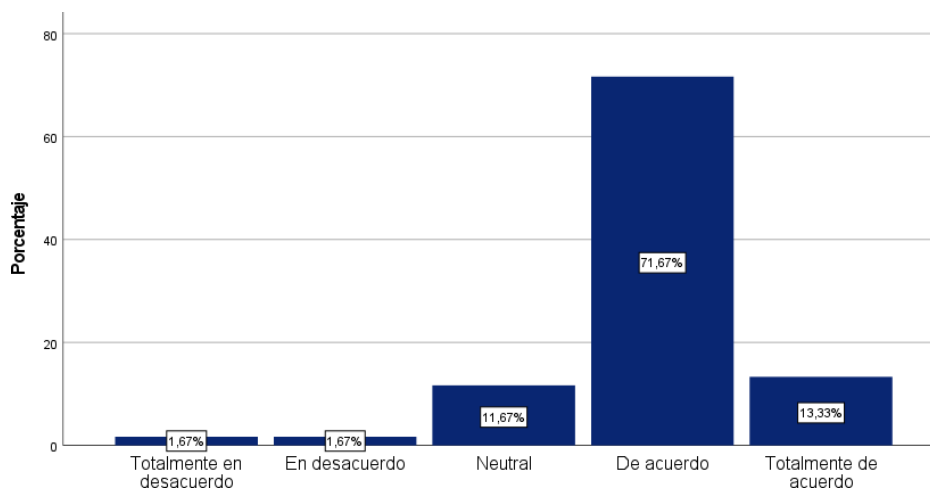
**Tabla 20** ¿Considera usted que realizar un pronóstico de la demanda es una de las mejores técnicas para identificar las necesidades reales de un cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	En desacuerdo	1	1,7	1,7	3,3
	Neutral	9	15,0	15,0	18,3
	De acuerdo	40	66,7	66,7	85,0
	Totalmente de acuerdo	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 67% de los encuestados está “De acuerdo”. Seguido de un 15% “Totalmente de acuerdo”. La mayoría de los encuestados señalan que realizar un pronóstico de la demanda es una de las mejores técnicas para identificar las necesidades reales de un cliente y así brindar un servicio óptimo.

**Figura 16** ¿Considera usted que una óptima capacidad de compra permitiría la fidelización de los clientes?



**Tabla 21** ¿Considera usted que una óptima capacidad de compra permitiría la fidelización de los clientes?

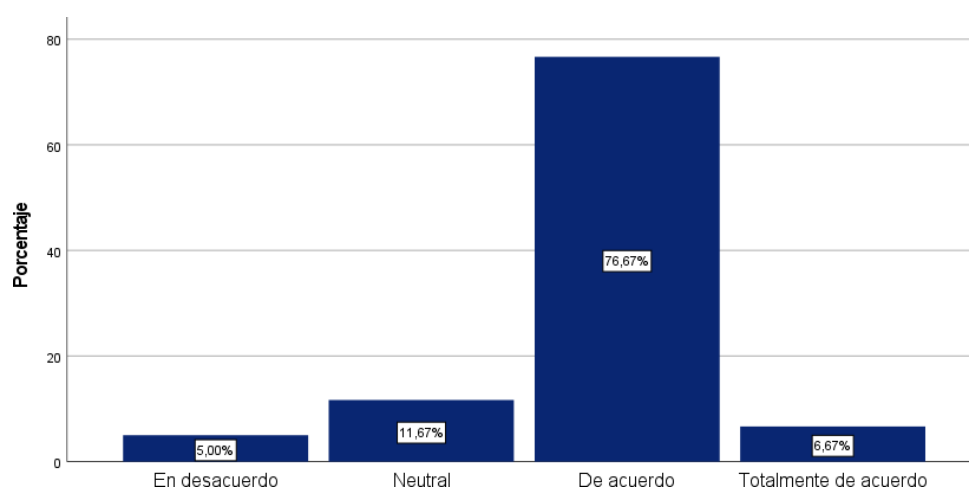
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	En desacuerdo	1	1,7	1,7	3,3
	Neutral	7	11,7	11,7	15,0
	De acuerdo	43	71,7	71,7	86,7
	Totalmente de acuerdo	8	13,3	13,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuentes: Base de datos

**Interpretación:** El 71.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Seguidos de un 13.3% “Totalmente de acuerdo”. Los encuestados opinan que realizar un pronóstico de la demanda es una de las mejores técnicas para identificar las necesidades reales de un cliente, para un buen servicio.

## Dimensión 2: Sistema de Gestión del almacén

**Figura 17** ¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de repuestos solicitados?



**Tabla 22** ¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de repuestos solicitados?

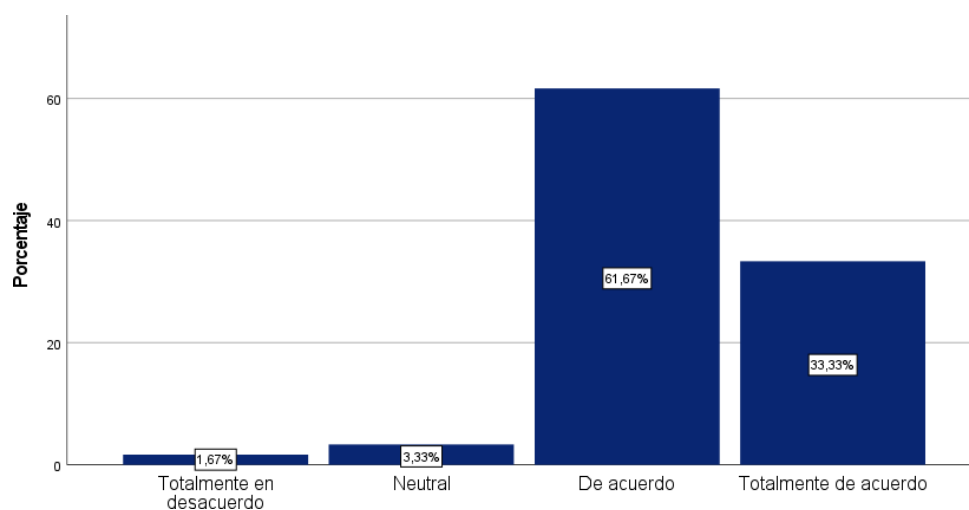
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5,0	5,0	5,0
	Neutral	7	11,7	11,7	16,7
	De acuerdo	46	76,7	76,7	93,3
	Totalmente de acuerdo	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos



**Interpretación:** El 76.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Seguido de un 11.7% “Neutral”. Los encuestados mencionan que la capacidad de abastecimiento de almacén influye directamente en la disponibilidad de repuestos solicitados.

**Figura 18** ¿Considera usted que un ordenamiento adecuado del almacén permitiría agilizar la entrega de pedidos?



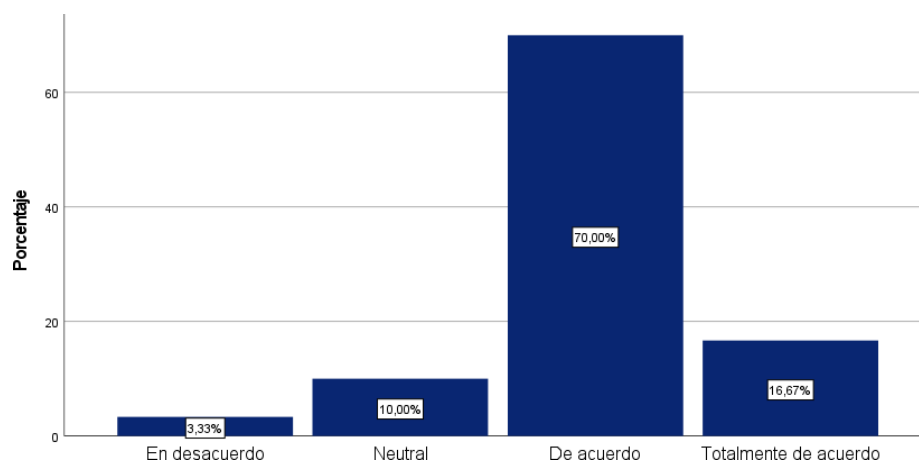
**Tabla 23** ¿Considera usted que un ordenamiento adecuado del almacén permitiría agilizar la entrega de pedidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	2	3,3	3,3	5,0
	De acuerdo	37	61,7	61,7	66,7
	Totalmente de acuerdo	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 61.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 33.3% “Totalmente de acuerdo”. El 95% de los encuestados señalan que mantener un ordenamiento adecuado del almacén permitiría agilizar la entrega de pedidos, y así cumplir con los requerimientos del cliente.

**Figura 19** ¿Considera usted que la capacidad instalada de un almacén es determinante para satisfacer una mayor demanda del mercado?



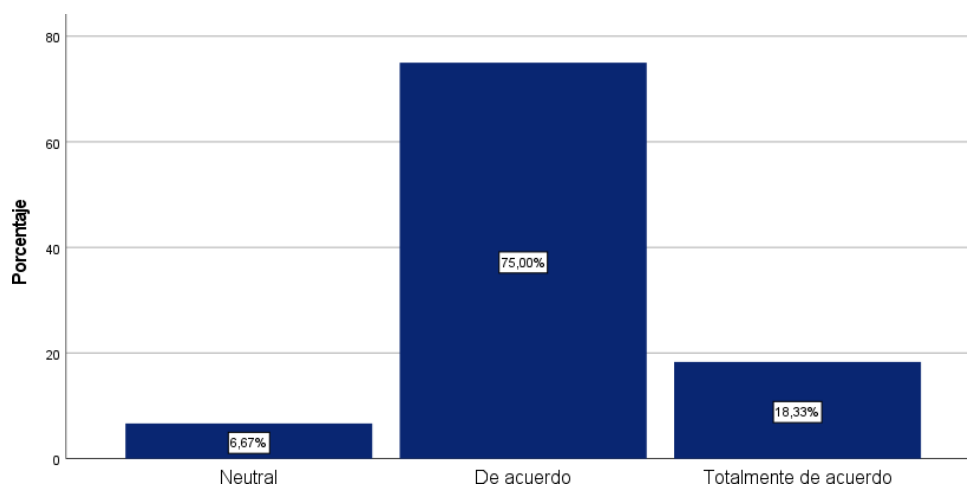
**Tabla 24** ¿Considera usted que la capacidad instalada de un almacén es determinante para satisfacer una mayor demanda del mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3,3	3,3	3,3
	Neutral	6	10,0	10,0	13,3
	De acuerdo	42	70,0	70,0	83,3
	Totalmente de acuerdo	10	16,7	16,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 70% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 16.7% “Totalmente de acuerdo”. Los encuestados consideran que la capacidad instalada de un almacén es determinante y necesaria para satisfacer una mayor demanda del mercado de repuestos para maquinaria pesada.

**Figura 20** ¿Considera usted que para mantener un almacén organizado, seguro y limpio es imprescindible contar con personal capacitado?



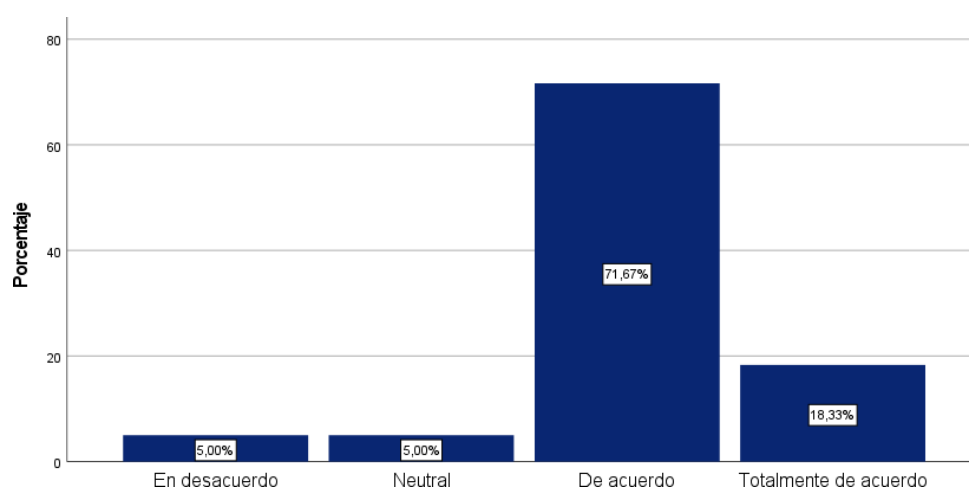
**Tabla 25** ¿Considera usted que, para mantener un almacén organizado, seguro y limpio es imprescindible contar con personal capacitado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	4	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	45	75,0	75,0	81,7
	Totalmente de acuerdo	11	18,3	18,3	100,0
	total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 75% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 18.3% “Totalmente de acuerdo”. Los encuestados explican que para mantener un almacén organizado, seguro y limpio es imprescindible contar con personal capacitado, ya que estos recintos deben estar en óptimas condiciones para resguardar y almacenar la mercadería.

**Figura 21** ¿Considera usted que una adecuada planificación y control de inventario reduciría los casos de reclamo por repuesto dañado?



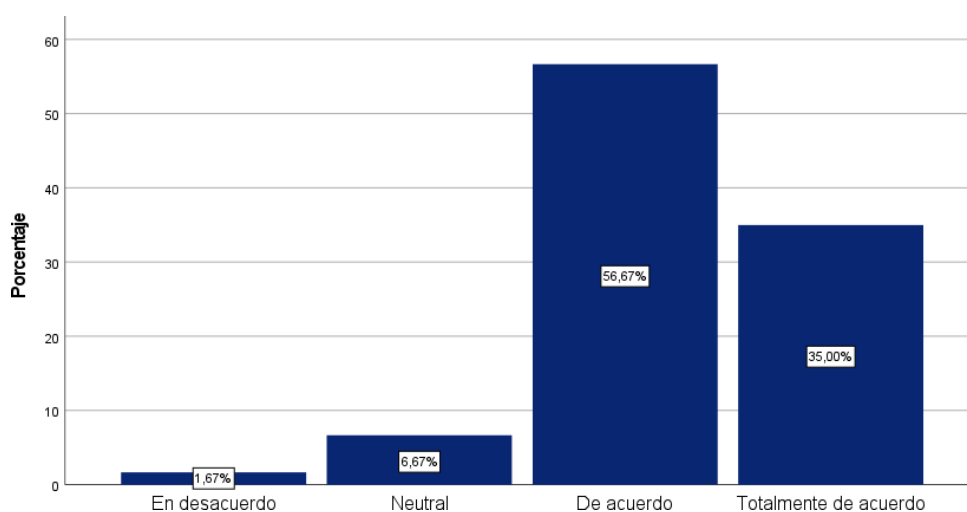
**Tabla 26** ¿Considera usted que una adecuada planificación y control de inventario reduciría los casos de reclamo por repuesto dañado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5,0	5,0	5,0
	Neutral	3	5,0	5,0	10,0
	De acuerdo	43	71,7	71,7	81,7
	Totalmente de acuerdo	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 71.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 18.3% “Totalmente de acuerdo”. Los encuestados analizan que para reducir los casos de reclamo por repuesto dañado se debería realizar una adecuada planificación y control de inventario, ya que esta es una de las causas más comunes de reclamo en el sector de comercialización de repuestos para maquinaria pesada.

**Figura 22** ¿Considera usted relevante el uso de herramientas de gestión como el SAP en los almacenes?



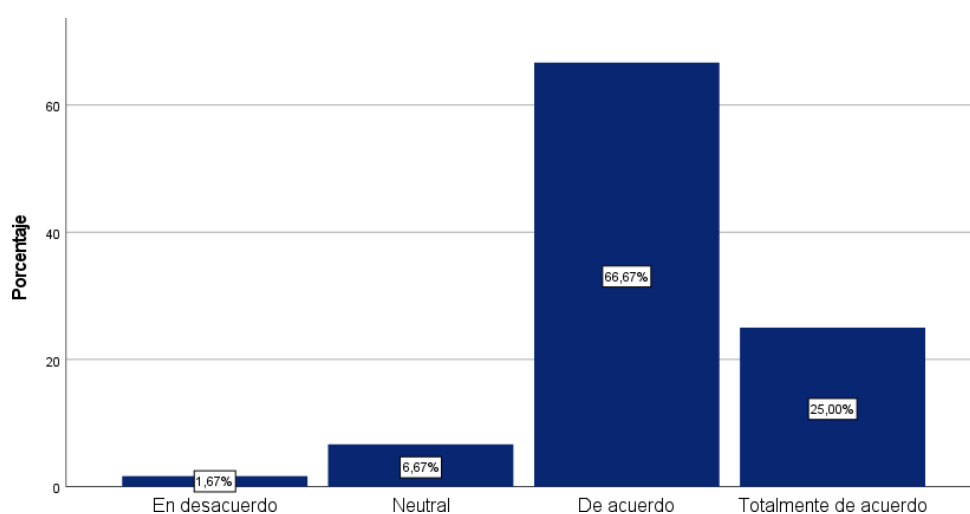
**Tabla 27** ¿Considera usted relevante el uso de herramientas de gestión como el SAP en los almacenes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	4	6,7	6,7	8,3
	De acuerdo	34	56,7	56,7	65,0
	Totalmente de acuerdo	21	35,0	35,0	100,0
	total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 56.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 35% “Totalmente de acuerdo”. El 92% los encuestados señalan que las herramientas o software de gestión como el SAP son imprescindibles en los almacenes, no solo para controlar el nivel de stock de repuestos vendidos, sino también para conocer los repuestos con mayor rotación y reabastecer las existencias en el momento justo.

**Figura 23** ¿Considera usted que la ubicación de los productos contribuye en la entrega rápida de su pedido?



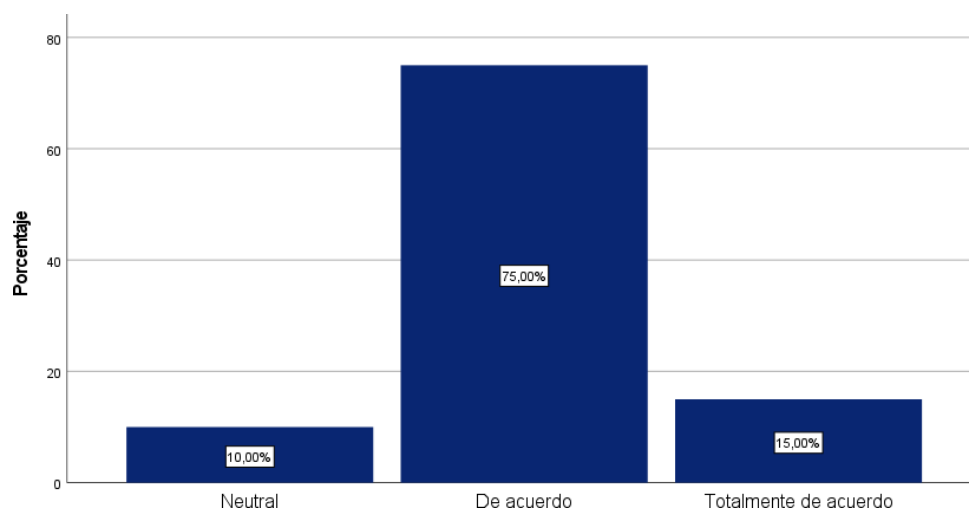
**Tabla 28** ¿Considera usted que la ubicación de los productos contribuye en la entrega rápida de su pedido?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	4	6,7	6,7	8,3
	De acuerdo	40	66,7	66,7	75,0
	Totalmente de acuerdo	15	25,0	25,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 67% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 25% “Totalmente de acuerdo”. Los encuestados mencionan que, si los repuestos están ubicados estratégicamente en lugares fáciles de encontrar, esto contribuirá directamente en reducir los tiempos de despacho a los clientes.

**Figura 24** ¿Considera usted que la ubicación del inventario facilita el trabajo del personal?



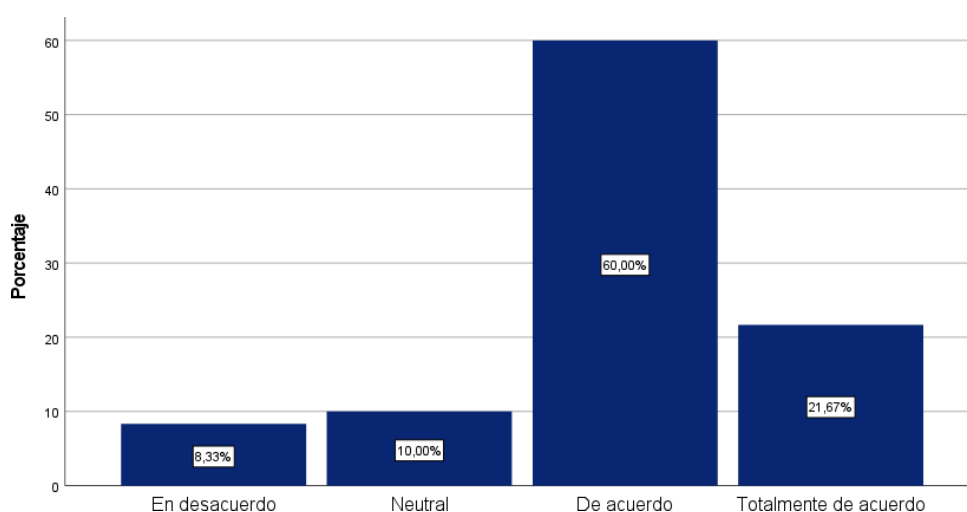
**Tabla 29** ¿Considera usted que la ubicación del inventario facilita el trabajo del personal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	6	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	45	75,0	75,0	85,0
	Totalmente de acuerdo	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 75% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 15% “Totalmente de acuerdo”. Esto explica que los encuestados señalan que, si los repuestos están correctamente ubicados dentro del almacén, esto permitirá que el personal realice su trabajo de manera óptima, minimizando riesgos y mejorando los tiempos de entrega.

**Figura 25** ¿Considera usted que una adecuada ubicación de inventario permitiría reducir la merma de productos?



**Tabla 30** ¿Considera usted que una adecuada ubicación de inventario permitiría reducir la merma de productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	8,3	8,3	8,3
	Neutral	6	10,0	10,0	18,3
	De acuerdo	36	60,0	60,0	78,3
	Totalmente de acuerdo	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

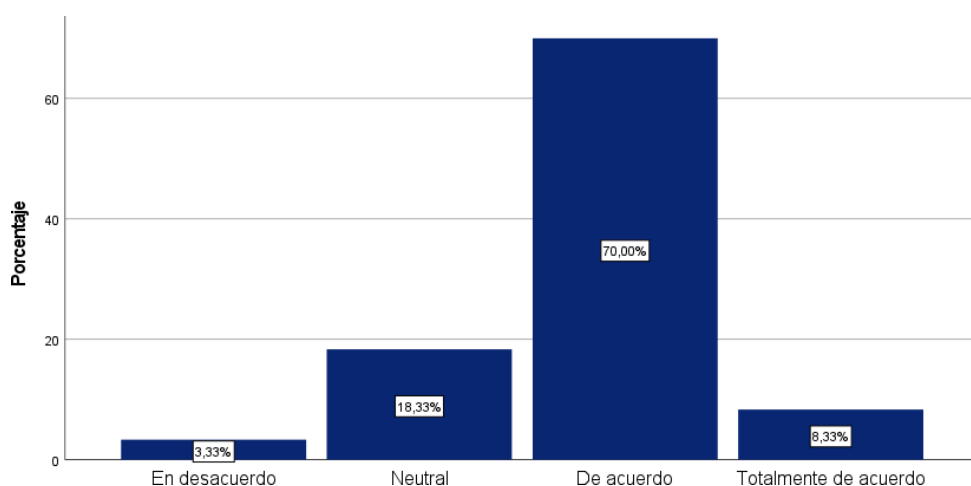
Fuente: Base de datos



**Interpretación:** El 60% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 21.7% “Totalmente de acuerdo”. Los encuestados señalan que, si los repuestos están correctamente ubicados dentro del almacén, esto reduciría en gran medida la mermade repuestos por extravío o daño, lo cual genera pérdidas en las ventas.

### Dimensión 3: Gestión del Transporte

**Figura 26** ¿Considera usted que la tercerización del servicio de transporte permitiría una mejora en los tiempos de entrega de su compra?



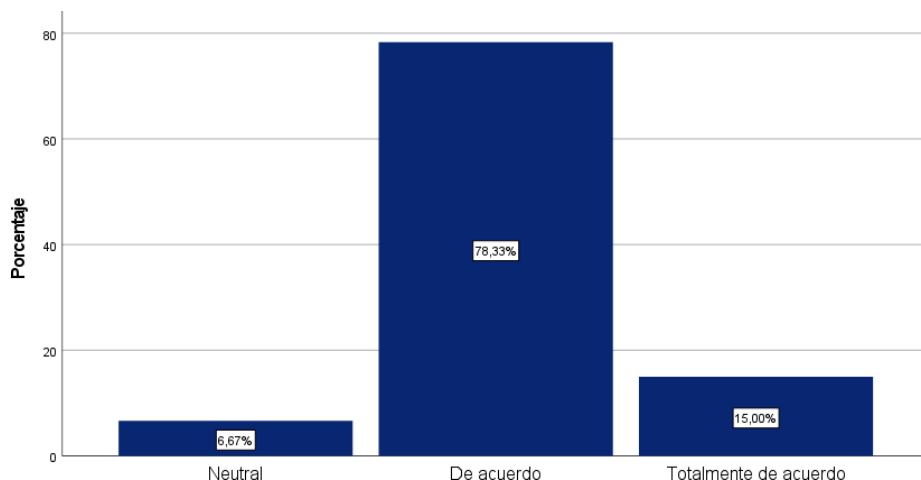
**Tabla 31** ¿Considera usted que la tercerización del servicio de transporte permitiría una mejora en los tiempos de entrega de su compra?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3,3	3,3	3,3
	Neutral	11	18,3	18,3	21,7
	De acuerdo	42	70,0	70,0	91,7
	Totalmente de acuerdo	5	8,3	8,3	100,0
Total		60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 70% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 18.3% “Neutral”. Los encuestados explican que la tercerización del servicio de transporte permitiría optimizar los tiempos de entrega de su compra.

**Figura 27** ¿Considera usted que la programación de rutas permitiría mejorar la comunicación entre proveedor y cliente?



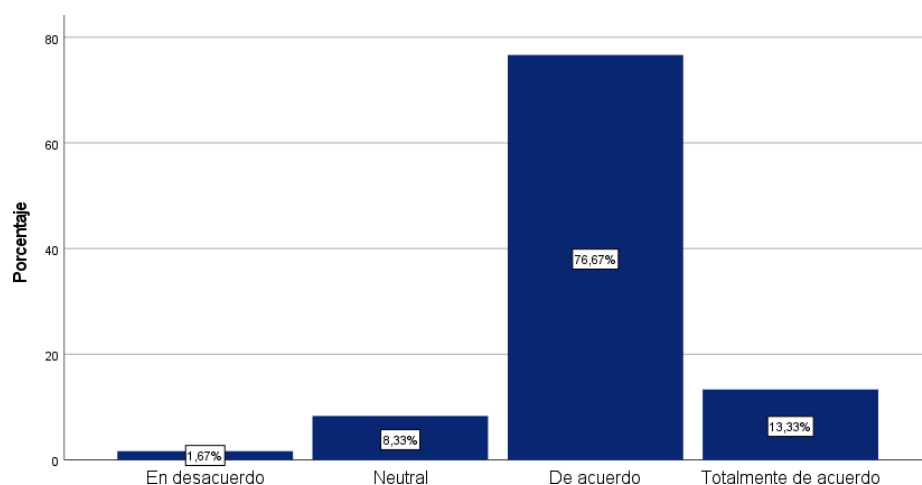
**Tabla 32** ¿Considera usted que la programación de rutas permitiría mejorar la comunicación entre proveedor y cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	4	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	47	78,3	78,3	85,0
	Totalmente de acuerdo	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 78.3% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 15% “Totalmente de acuerdo”. Los encuestados señalan que la programación de rutas de transporte contribuiría significativamente en la comunicación entre proveedores y clientes.

**Figura 28** ¿Considera usted que un adecuado monitoreo de rutas minimizaría los errores durante el despacho?



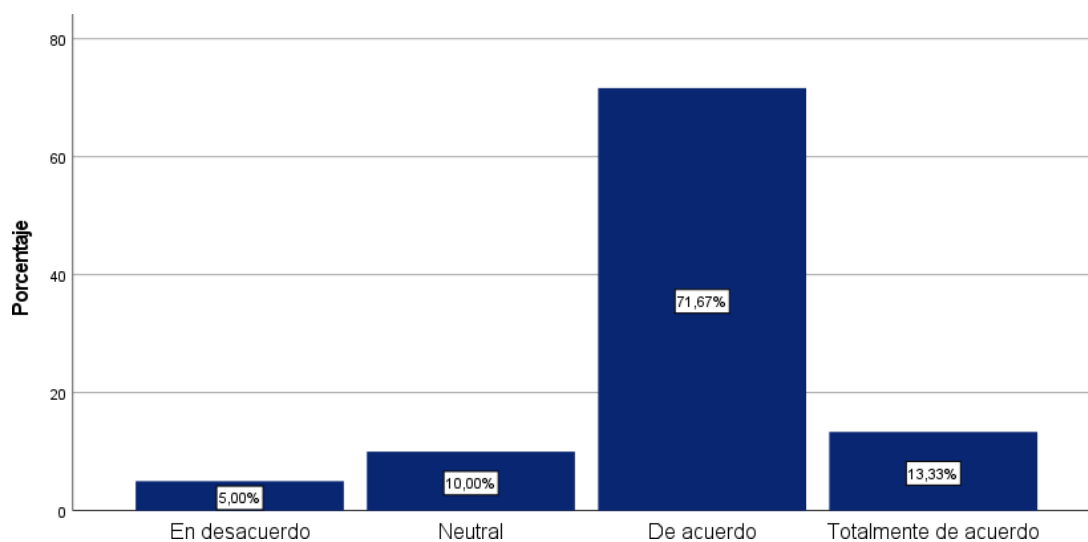
**Tabla 33** ¿Considera usted que un adecuado monitoreo de rutas minimizaría los errores durante el despacho?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	5	8,3	8,3	10,0
	De acuerdo	46	76,7	76,7	86,7
	Totalmente de acuerdo	8	13,3	13,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 77% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 13.3% “Totalmente de acuerdo”. Los encuestados consideran que un adecuado monitoreo y control de rutas minimizaría los errores durante el despacho, como por ejemplo despachar pedidos a clientes que no corresponden, generando disgusto y malos entendidos entre las partes.

**Figura 29** ¿Considera usted que la inversión tecnológica en unidades de transporte puede considerarse un factor clave para garantizar la seguridad de la carga durante el despacho?



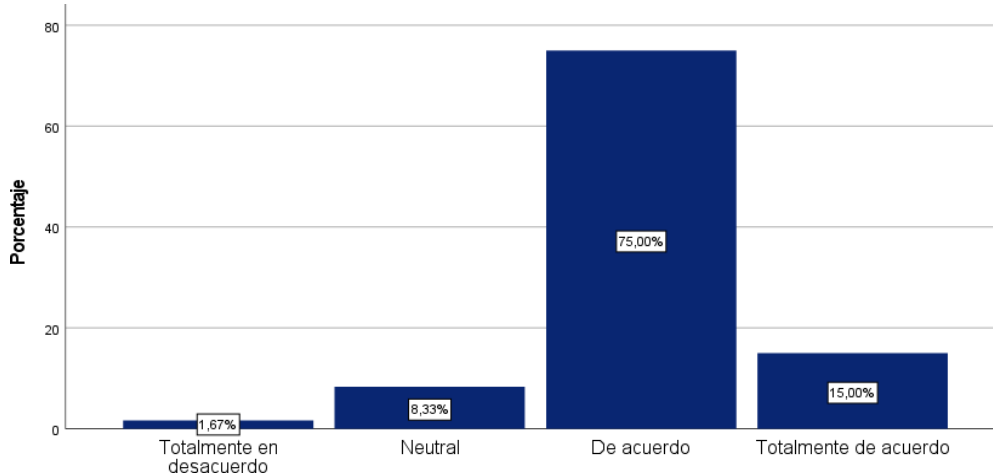
**Tabla 34** ¿Considera usted que la inversión tecnológica en unidades de transporte puede considerarse un factor clave para garantizar la seguridad de la carga durante el despacho?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5,0	5,0	5,0
	Neutral	6	10,0	10,0	15,0
	De acuerdo	43	71,7	71,7	86,7
	Totalmente de acuerdo	8	13,3	13,3	100,0
	total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 72% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 13.3% “Totalmente de acuerdo”. Los encuestados considera que invertir en unidades de transporte modernas es un factor clave para garantizar la seguridad de la carga durante el despacho, ya que estos vehículos están adecuados para transportar este tipo de material, así como conservar la integridad del mismo.

**Figura 30** ¿Considera usted que las capacitaciones de personal, charlas e inducciones de seguridad son medidas de suma importancia para realizar despachos seguros y eficientes?



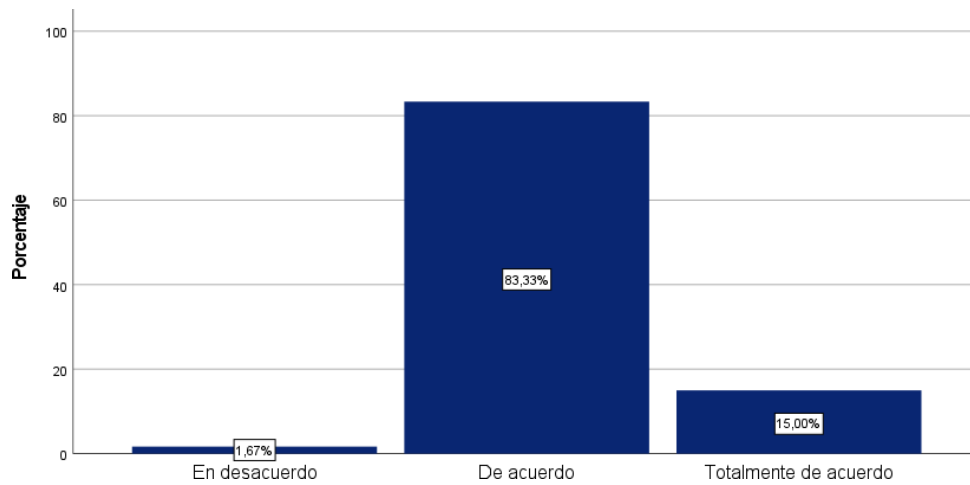
**Tabla 35** ¿Considera usted que las capacitaciones de personal, charlas e inducciones de seguridad son medidas de suma importancia para realizar despachos seguros y eficientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	5	8,3	8,3	10,0
	De acuerdo	45	75,0	75,0	85,0
	Totalmente de acuerdo	9	15,0	15,0	100,0
	Tota	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 75% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 15% “Totalmente de acuerdo”. Esto explica que el 90% de los encuestados considera que es de vital importancia que el personal de entregas lleve charlas de seguridad y esté altamente capacitado para realizar despachos seguros y sin contratiempos.

**Figura 31** ¿Cree usted que el uso adecuado de herramientas tecnológicas contribuye con el cumplimiento en los tiempos de entrega de sus pedidos?



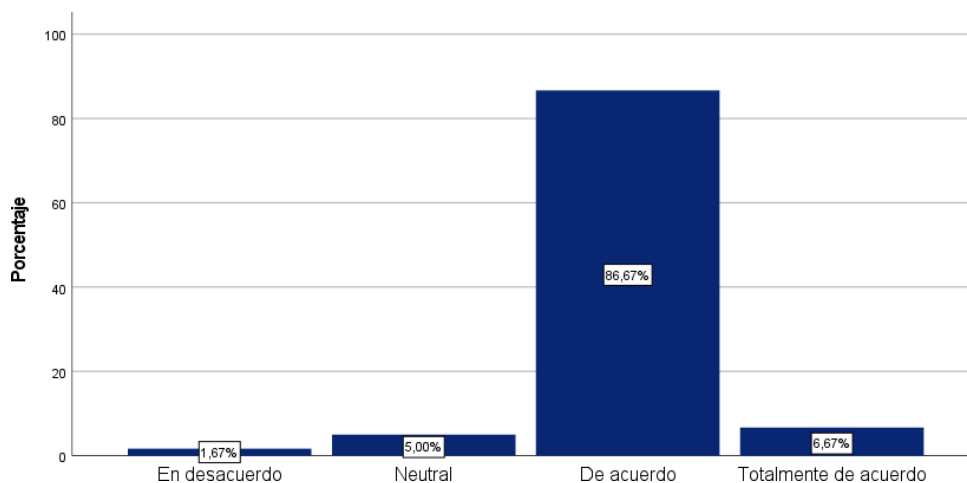
**Tabla 36** ¿Cree usted que el uso adecuado de herramientas tecnológicas contribuye con el cumplimiento en los tiempos de entrega de sus pedidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	De acuerdo	50	83,3	83,3	85,0
	Totalmente de acuerdo	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 83.3% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 15% “Totalmente de acuerdo”. La gran mayoría de encuestados considera que es importante y necesario el uso adecuado de herramientas tecnológicas para cumplir con los tiempos de entrega de sus pedidos.

**Figura 32** ¿Considera usted que la planificación y seguimiento de pedidos es un factor clave para reducir los tiempos de entrega de productos?



**Tabla 37** ¿Considera usted que la planificación y seguimiento de pedidos es un factor clave para reducir los tiempos de entrega de productos?

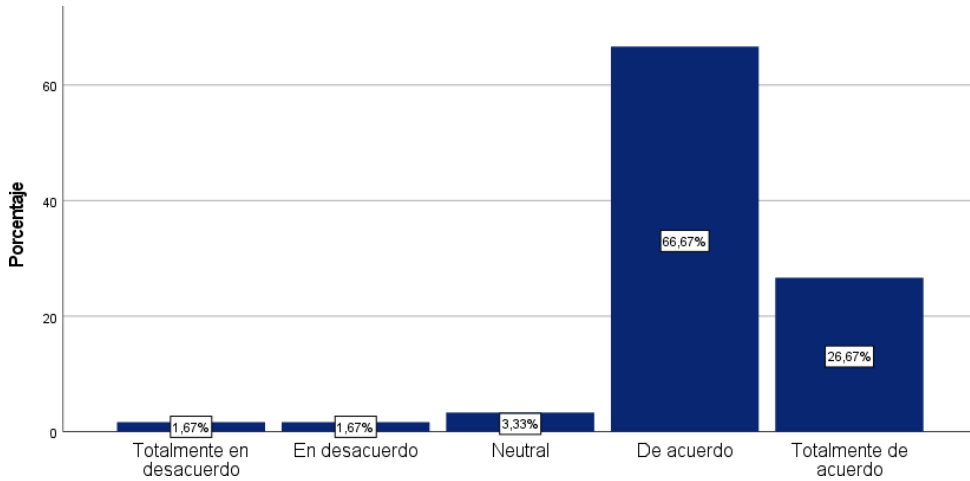
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	3	5,0	5,0	6,7
	De acuerdo	52	86,7	86,7	93,3
	Totalmente de acuerdo	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 87% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 6.7% “Totalmente de acuerdo”. La gran mayoría de los encuestados consideran que la planificación y el seguimiento de pedidos es un factor clave para reducir los tiempos de entrega de los productos, para esto se debe contar con personal capacitado que tenga conocimiento de la cadena logística de este rubro.



**Figura 33** ¿Considera usted que el cumplimiento de entregas a tiempo puede ser considerado un indicador clave para medir la eficiencia de un proveedor?



**Tabla 38** ¿Considera usted que el cumplimiento de entregas a tiempo puede ser considerado un indicador clave para medir la eficiencia de un proveedor?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	En desacuerdo	1	1,7	1,7	3,3
	Neutral	2	3,3	3,3	6,7
	De acuerdo	40	66,7	66,7	73,3
	Totalmente de acuerdo	16	26,7	26,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

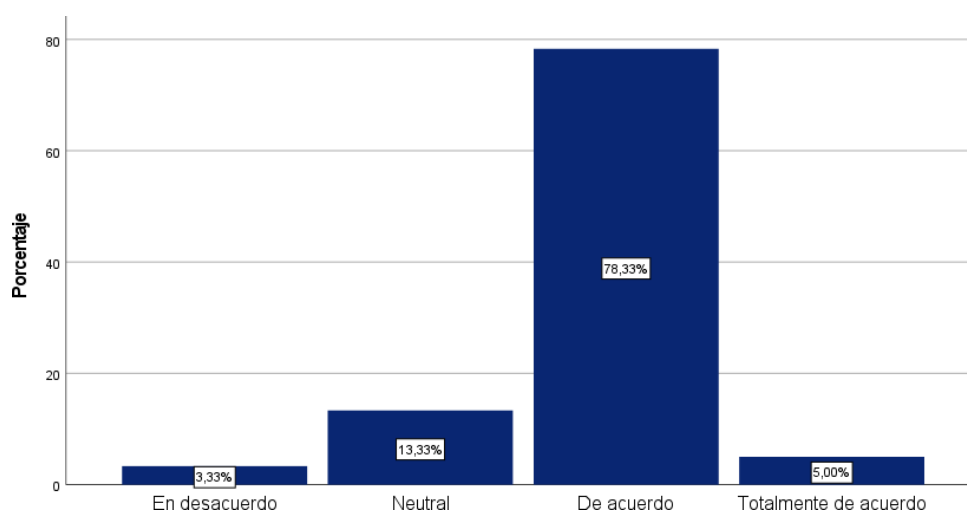
Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 67% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 27% “Totalmente de acuerdo”. La gran mayoría de los encuestados considera que la eficiencia de un proveedor se puede medir a través de los pedidos entregados a tiempo.

## Variable 2: Satisfacción del cliente

### Dimensión 1: Calidad de servicio

**Figura 34** ¿Considera usted que los empleados de las empresas se muestran dispuestos a ayudarle?



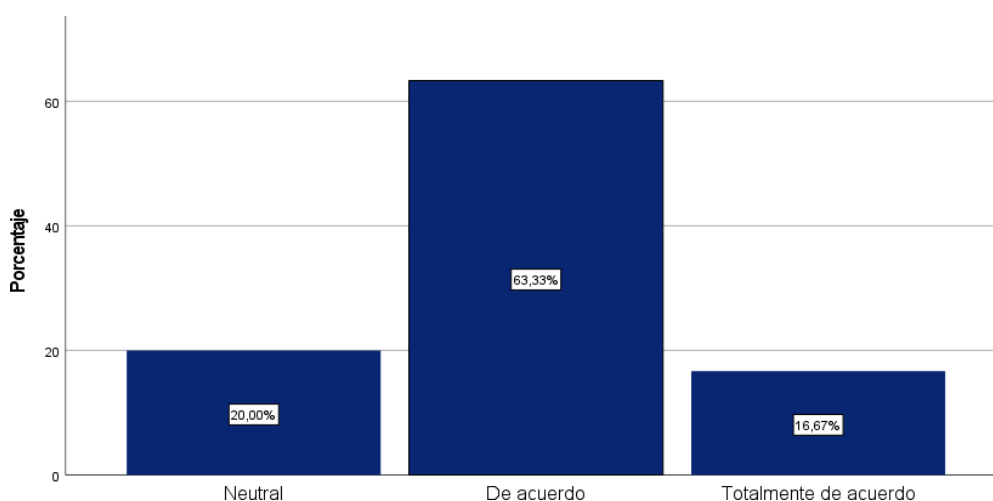
**Tabla 39** ¿Considera usted que los empleados de las empresas se muestran dispuestos a ayudarle?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3,3	3,3	3,3
	Neutral	8	13,3	13,3	16,7
	De acuerdo	47	78,3	78,3	95,0
	Totalmente desacuerdo	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 78.3% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 13.3% “Neutral”. Esto explica que la mayoría de los encuestados considera que la atención al cliente es óptima y que los empleados de las empresas proveedoras se muestran dispuestos a ayudarlos ante cualquier consulta.

**Figura 35** ¿Considera usted contactar otro proveedor al no recibir una respuesta rápida?



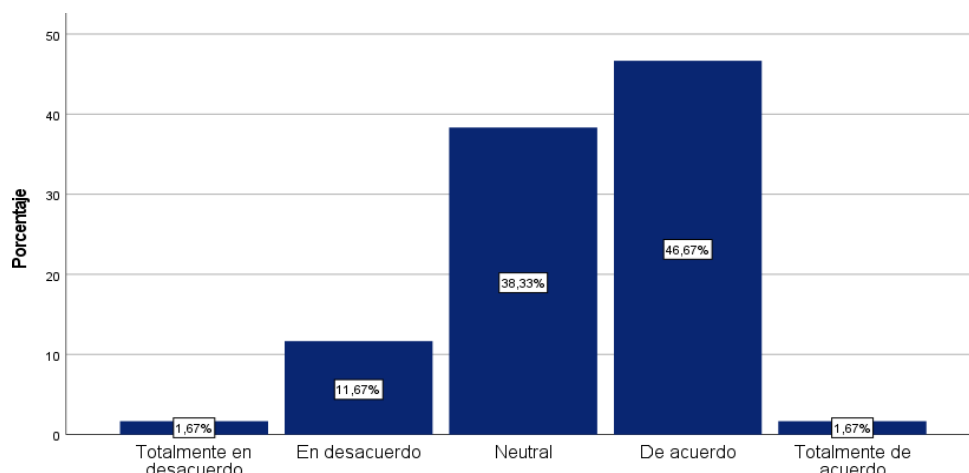
**Tabla 40** ¿Considera usted contactar otro proveedor al no recibir una respuesta rápida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	12	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	38	63,3	63,3	83,3
	Totalmente de acuerdo	10	16,7	16,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 63.3% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 20% “Neutral”. La mayoría de los encuestados considera contactar con otros proveedores al no recibir una respuesta rápida, esto se puede dar debido a que los clientes no están correctamente fidelizados con sus proveedores, así como el personal que no está capacitado para brindar una respuesta en el momento que se requiere.

**Figura 36** ¿Considera usted que sus reclamos son atendidos de manera oportuna?



**Tabla 41** ¿Considera usted que sus reclamos son atendidos de manera oportuna?

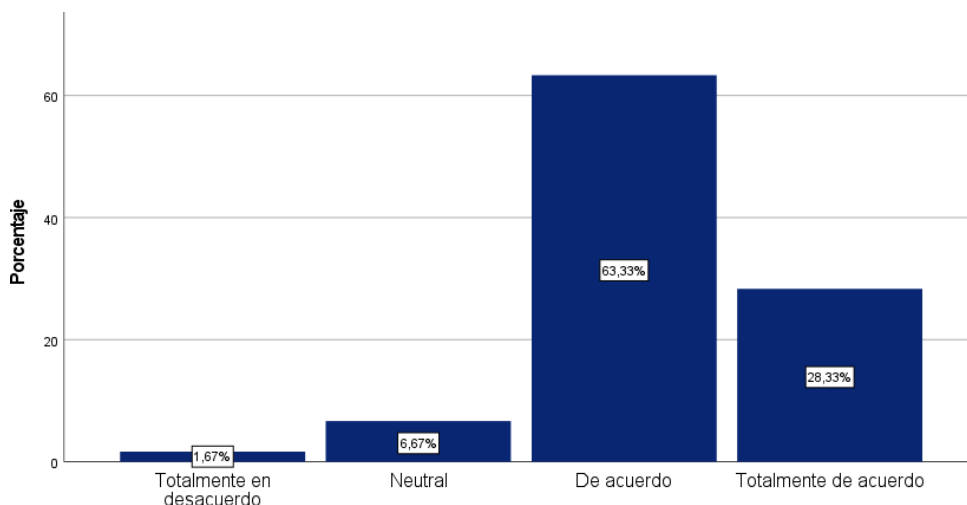
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	En acuerdo	7	11,7	11,7	13,3
	Neutral	23	38,3	38,3	51,7
	De acuerdo	28	46,7	46,7	98,3
	Totalmente de acuerdo	1	1,7	1,7	100,0
	total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 46.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 38.3%

“Neutral”. Menos del 50% de encuestados considera que sus reclamos son atendidos de manera oportuna, esto demuestra un claro déficit en el área de reclamos de este rubro, la cual se debe mejorar para optimizar el servicio post venta.

**Figura 37** ¿Considera usted importante que las empresas brinden el libro de reclamaciones abiertamente?



**Tabla 62** ¿Considera usted importante que las empresas brinden el libro de reclamaciones abiertamente?

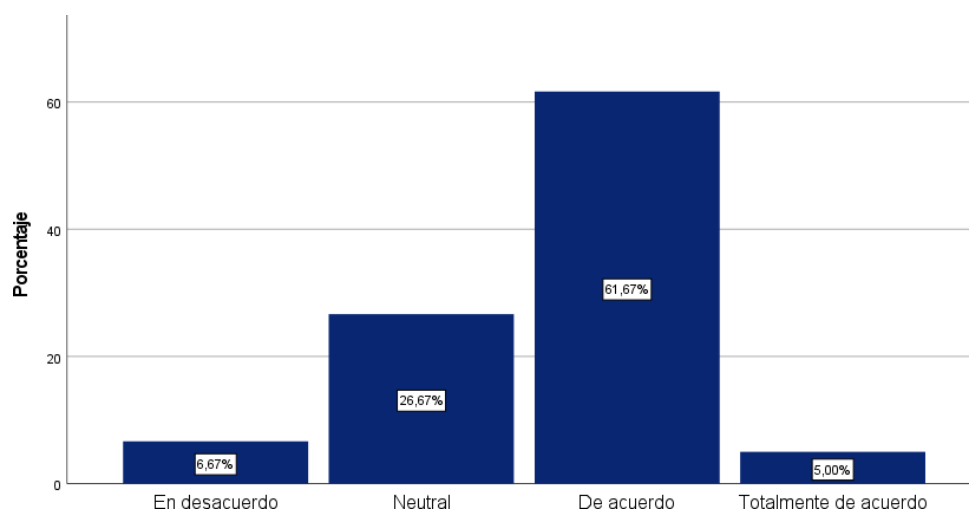
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en de acuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	4	6,7	6,7	8,3
	De acuerdo	38	63,3	63,3	71,7
	Totalmente de acuerdo	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 63.3% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 28.3%

“Totalmente de acuerdo”. Esto explica que la gran mayoría de los encuestados considera que las empresas proveedoras deberían brindar su libro de reclamaciones abiertamente. Esto con el fin de que el cliente se sienta escuchado al momento de hacer una queja o reclamo.

**Figura 38** ¿Cree usted que recibe una atención personalizada?



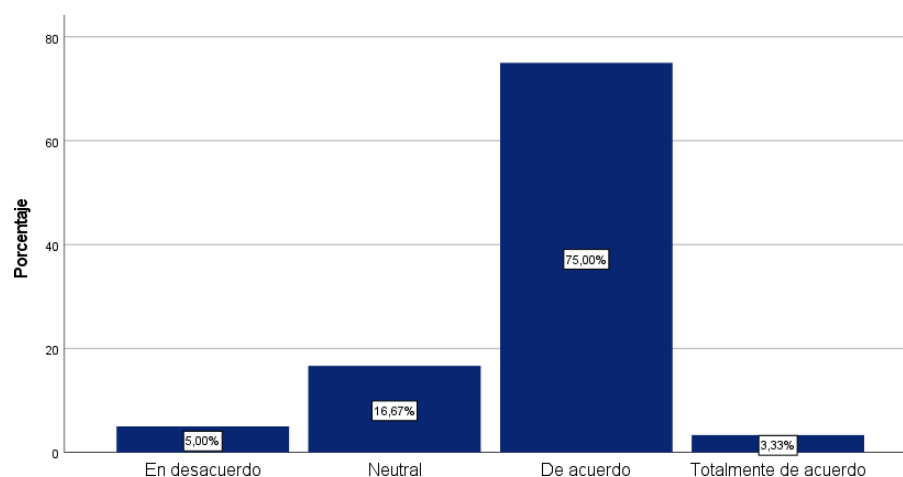
**Tabla 43** ¿Cree usted que recibe una atención personalizada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	6,7	6,7	6,7
	Neutral	16	26,7	26,7	33,3
	De acuerdo	37	61,7	61,7	95,0
	Totalmente de acuerdo	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 61.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Seguido de un 26.7% “Neutral”. Esto explica que la mayoría de los encuestados considera que reciben una atención personalizada por parte de sus proveedores al momento de realizar consultas o solicitar cotizaciones derepuestos.

**Figura 39** ¿Percibe usted empatía por parte de los colaboradores de las empresas?



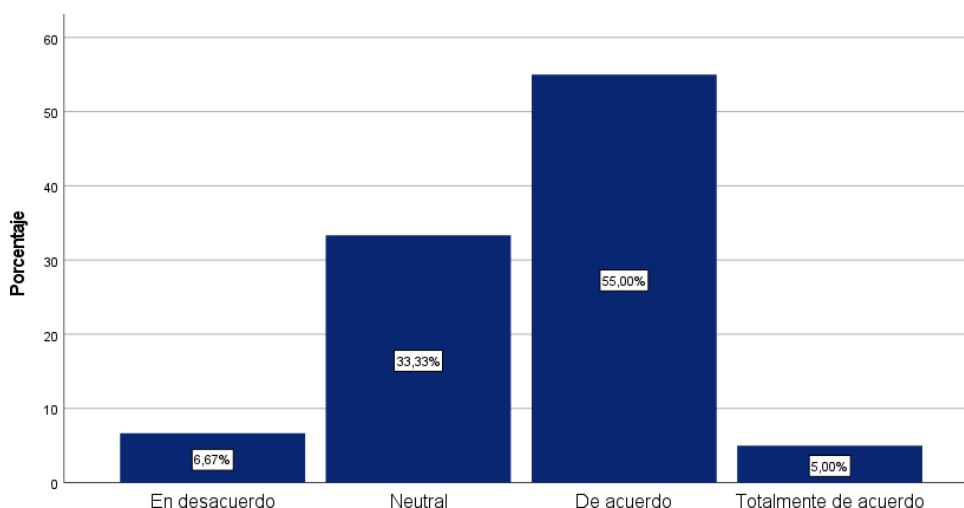
**Tabla 44** ¿Percibe usted empatía por parte de los colaboradores de las empresas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5,0	5,0	5,0
	Neutral	10	16,7	16,7	21,7
	De acuerdo	45	75,0	75,0	96,7
	Totalmente de acuerdo	2	3,3	3,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 75% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 16.7% “Neutra”. Esto explica que la mayoría de los encuestados considera que la atención de los proveedores es amable, educada y atenta al momento de realizar consultas.

**Figura 40** ¿Considera usted que recibe una buena asesoría antes de realizar una compra?



**Tabla 45** ¿Considera usted que recibe una buena asesoría antes de realizar una compra?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	6,7	6,7	6,7
	Neutral	20	33,3	33,3	40,0
	De acuerdo	33	55,0	55,0	95,0
	Totalmente de acuerdo	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

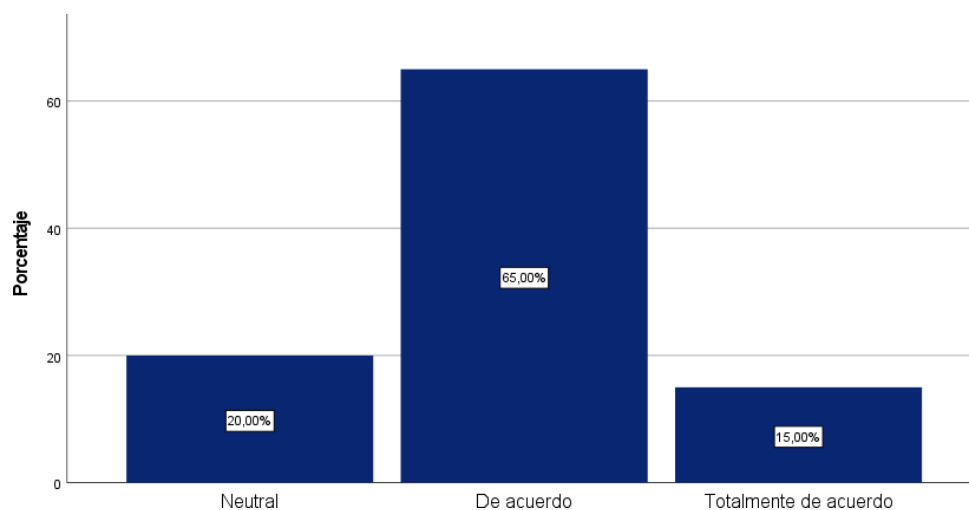
Fuente: Base de datos



**Interpretación:** El 55% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 33.3% “Neutral”. Esto explica que la mayoría de los encuestados considera que reciben una asesoría óptima antes de realizar una compra de repuestos.

## Dimensión 2: Fidelización

**Figura 41** ¿Considera usted beneficioso que las empresas proveedoras cuenten con un programa de fidelización de clientes?



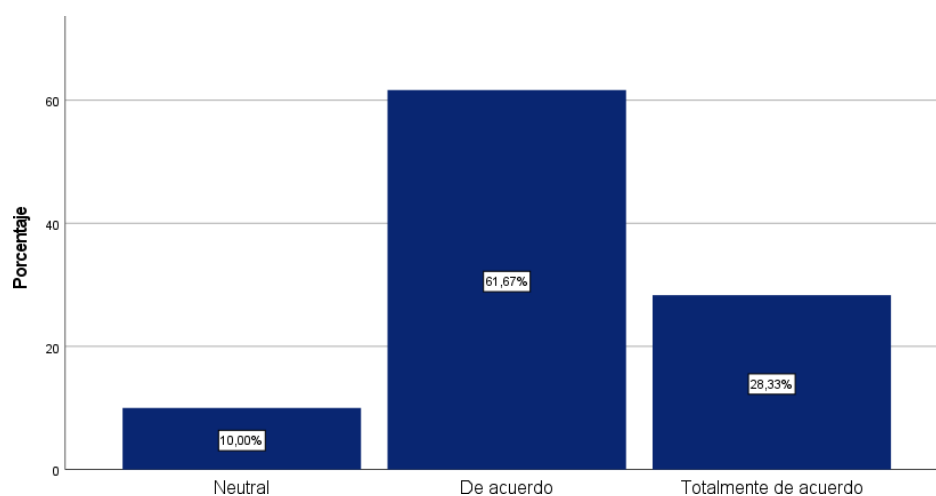
**Tabla 46** ¿Considera usted beneficioso que las empresas proveedoras cuenten con un programa de fidelización de clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	12	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	39	65,0	65,0	85,0
	Totalmente de acuerdo	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 65% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 20% “Neutral”. Esto Explica que la mayoría de los encuestados considera beneficioso que las empresas proveedoras cuenten con un programa de fidelización de clientes, esto con el fin de fortalecer las relaciones comerciales entre ambos.

**Figura 42** ¿Considera usted beneficioso para su empresa tener más de un proveedor en Lima?



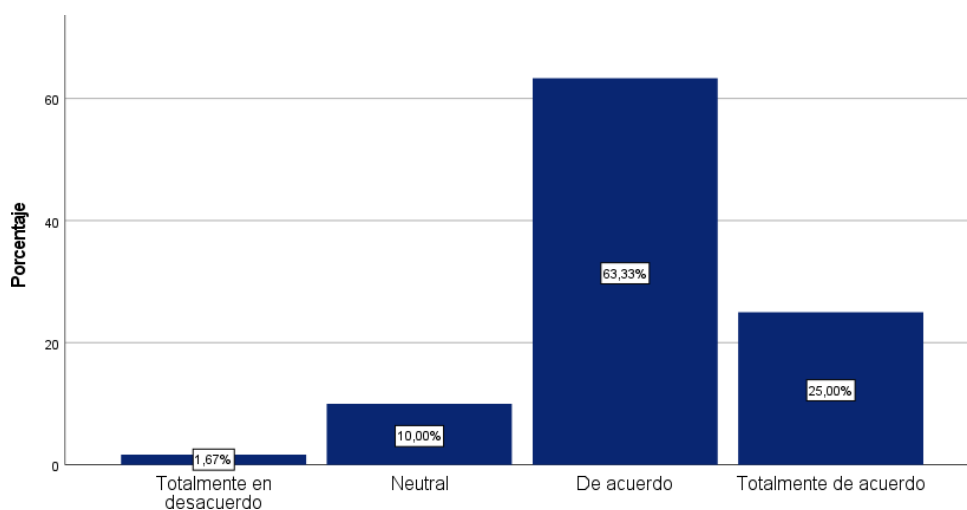
**Tabla 477** ¿Considera usted beneficioso para su empresa tener más de un proveedor en Lima?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	6	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	37	61,7	61,7	71,7
	Totalmente de acuerdo	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 61.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 28.3% “Totalmente de acuerdo”. Esto explica que el 90% de encuestados considera beneficioso para su empresa tener más de un proveedor en el Callao.

**Figura 43** ¿Cree usted que el buen servicio postventa incrementa su fidelidad a las empresas proveedoras?



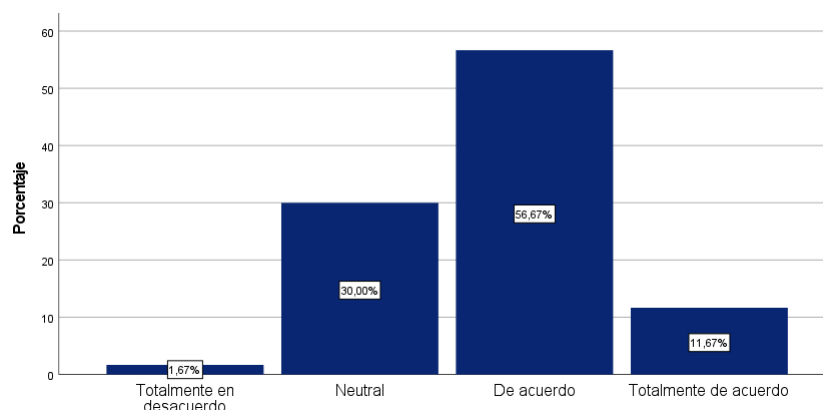
**Tabla 48** ¿Cree usted que el buen servicio postventa incrementa su fidelidad a las empresas proveedoras?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	6	10,0	10,0	11,7
	De acuerdo	38	63,3	63,3	75,0
	Totalmente de acuerdo	15	25,0	25,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 63.3% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 25% “Totalmente de acuerdo”. Esto explica que la gran mayoría de encuestados considera que las empresas proveedoras deberían enfocarse más en brindar un buen servicio post venta, con el fin de incrementar la fidelidad de sus clientes.

**Figura 44** ¿Cree usted que la comunicación óptima es un factor importante para generar oportunidades de recomendación?



**Tabla 49** ¿Cree usted que la comunicación óptima es un factor importante para generar oportunidades de recomendación?

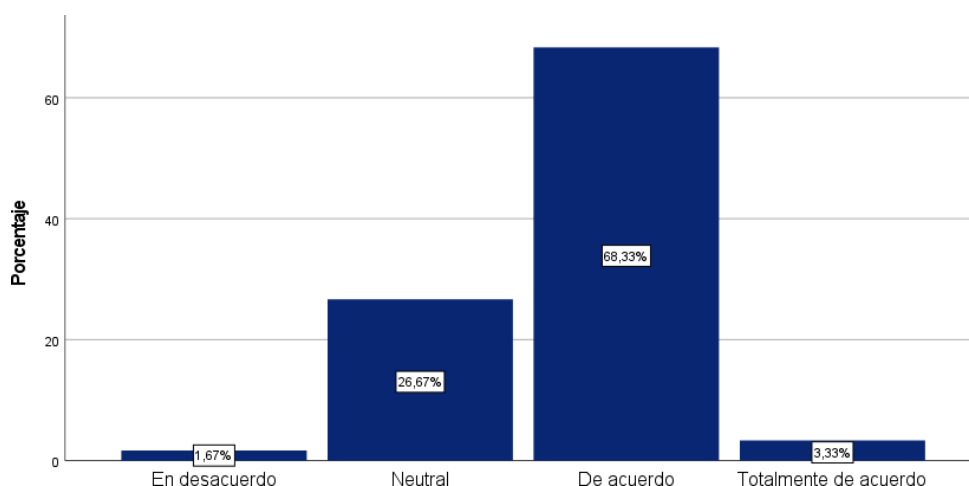
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	18	30,0	30,0	31,7
	De acuerdo	34	56,7	56,7	88,3
	Totalmente de acuerdo	7	11,7	11,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 56.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 30% “Neutral”. Esto explica que la mayoría de los encuestados considera que una comunicación efectiva es un factor de suma importancia para generar oportunidades de recomendación, esto con el fin de fortalecer las relaciones y aumentar la cartera de clientes.

### Dimensión 3: Cultura Organizacional

**Figura 45** ¿Percibe usted un nivel de identificación en los trabajadores con las empresas en las que laboran?



**Tabla 50** ¿Percibe usted un nivel de identificación en los trabajadores con las empresas en las que laboran?

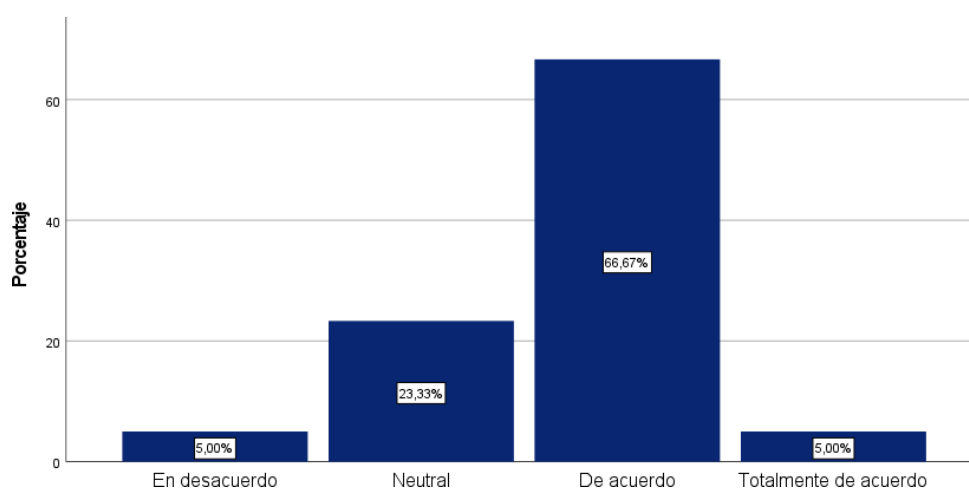
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	16	26,7	26,7	28,3
	De acuerdo	41	68,3	68,3	96,7
	Totalmente de acuerdo	2	3,3	3,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

### Interpretación:

El 68.3% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 26.7% “Neutral”. Esto explica que la mayoría de los encuestados considera que los empleados de las empresas proveedoras se sienten identificados y comprometidos con las empresas en las que laboran.

**Figura 46** ¿Percibe usted un grado de integración y buena comunicación entre los departamentos de las empresas?



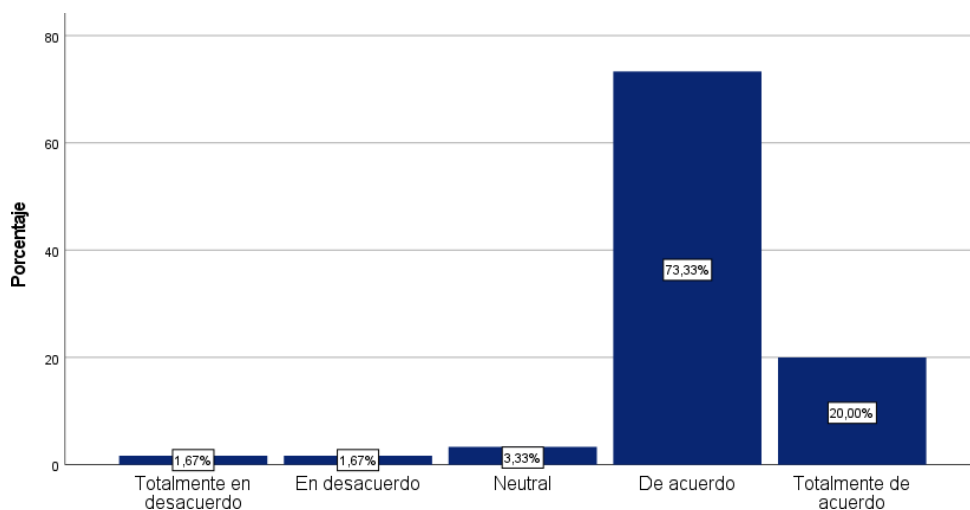
**Tabla 51** ¿Percibe usted un grado de integración y buena comunicación entre los departamentos de las empresas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5,0	5,0	5,0
	Neutral	14	23,3	23,3	28,3
	De acuerdo	40	66,7	66,7	95,0
	Totalmente de acuerdo	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 66.7% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 23.3% “Neutral”. Esto explica que la mayoría de los encuestados considera que existe un buen grado de integración y comunicación entre los departamentos de las empresas proveedoras.

**Figura 47** ¿Cree usted que poseer cultura organizacional es un punto clave para ofrecer un buen servicio al cliente?



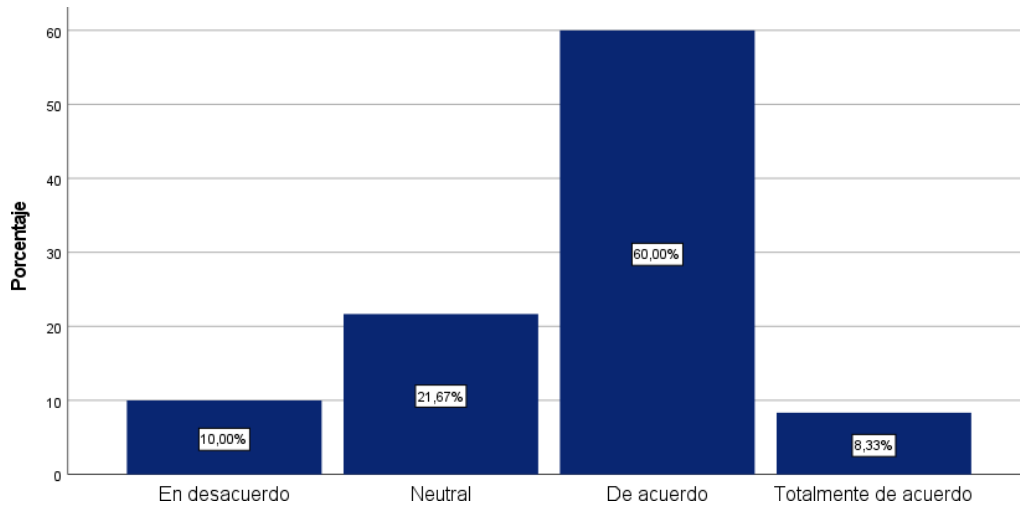
**Tabla 82** ¿Cree usted que poseer cultura organizacional es un punto clave para ofrecer un buen servicio al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	En desacuerdo	1	1,7	1,7	3,3
	Neutral	2	3,3	3,3	6,7
	De acuerdo	44	73,3	73,3	80,0
	Totalmente de acuerdo	12	20,0	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 73.3% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 20% “Totalmente de acuerdo”. Esto explica que más del 90% de los encuestados considera que poseer cultura organizacional es un punto clave para ofrecer un buen servicio al cliente. Esto es evidente ya que, si tu representada promueve conductas positivas como los valores y normas claras, estarás concientizado y comprometido con los objetivos de la organización.

**Figura 48** ¿Considera usted que las empresas manejan un protocolo para enfrentar los conflictos suscitados?





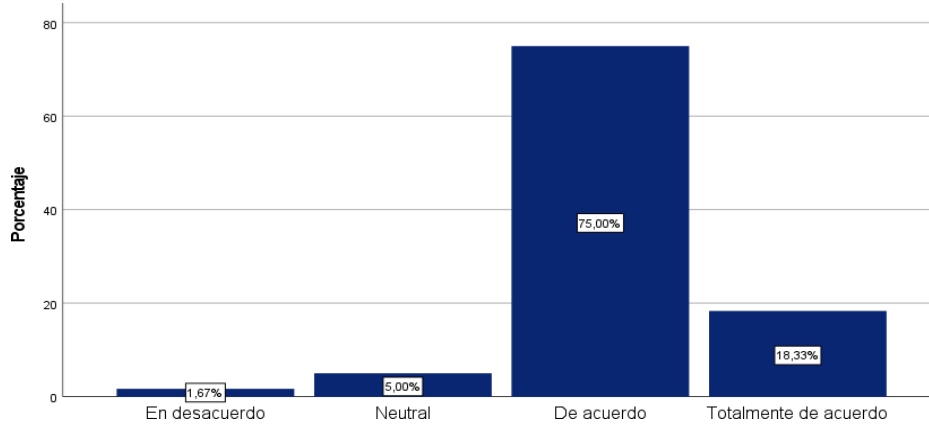
**Tabla 53** ¿Considera usted que las empresas manejan un protocolo para enfrentar los conflictos suscitados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	10,0	10,0	10,0
	Neutral	13	21,7	21,7	31,7
	De acuerdo	36	60,0	60,0	91,7
	Totalmente de acuerdo	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 60% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 21.7% “Neutral”. Esto explica que la mayoría de los encuestados considera que las empresas proveedoras manejan un protocolo para enfrentar los conflictos suscitados. Se puede inferir que los proveedores son empresas formales que están preparados para lidiar ante cualquier contingencia que se presente.

**Figura 49** ¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas tengan un líder especializado en el manejo de conflictos?



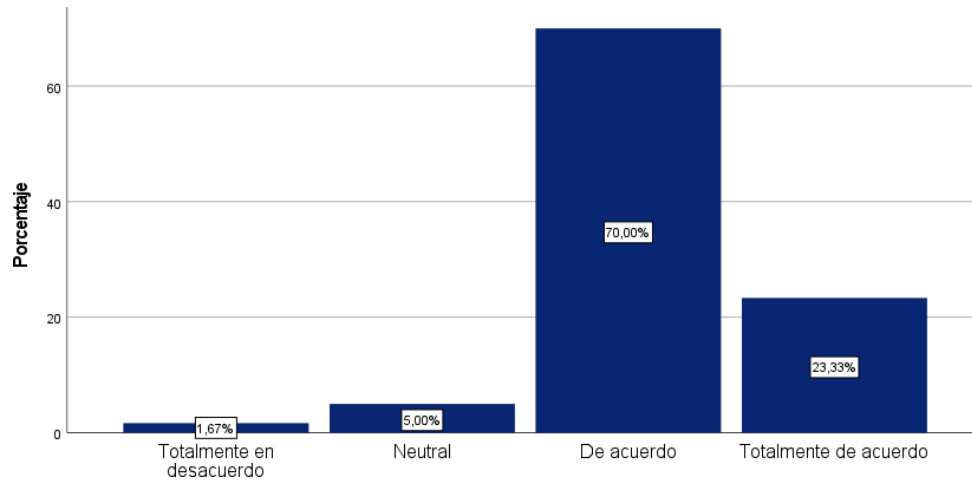
**Tabla 54** ¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas tengan un líder especializado en el manejo de conflictos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	3	5,0	5,0	6,7
	De acuerdo	45	75,0	75,0	81,7
	Totalmente de acuerdo	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 75% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 18.3% “Totalmente de acuerdo”. Esto explica que la mayoría de los encuestados considera oportuno y necesario que las empresas tengan un líder especializado en el manejo de conflictos.

**Figura 50** ¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas brinden capacitaciones acerca del manejo de conflictos?



**Tabla 55** ¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas brinden capacitaciones acerca del manejo de conflictos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	Neutral	3	5,0	5,0	6,7
	De acuerdo	42	70,0	70,0	76,7
	Totalmente de acuerdo	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos

**Interpretación:** El 70% de los encuestados está “De acuerdo”. Con un 23.3% “Totalmente de acuerdo”. Esto explica que el 93.3% de los encuestados considera oportuno y necesario que las empresas brinden capacitaciones acerca del manejo de conflictos.

### 4.1.3 Prueba de normalidad

La prueba de normalidad se realizó para definir que tipo de correlación utilizar y para identificar si los valores presentes tienen una distribución normal. Esta prueba se desarrolló de la variable Administración logística y la variable Satisfacción del cliente.

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Administración logística	,208	60	,000	,875	60	,000
Satisfacción del cliente	,155	60	,001	,948	60	,012

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Base de datos

Los resultados para las variables son de  $p=0$  para Administración logística y  $P=0,001$  para Satisfacción del cliente, lo cual significa que las variables no tienen una distribución normal.

### 4.1.4 Verificación de la contrastación de las hipótesis

En la investigación se realizó la prueba de hipótesis para así determinar si existe correlación entre las variables y dimensiones mediante el método de Spearman, debido a que no existe una distribución normal entre las variables.

Según Vara-Horna afirma que:

“r” de Spearman cuenta con la misma interpretación que el “r” de Pearson.

**Tabla 596** Grado de correlación entre las variables y dimensiones

VALOR	Grado de correlación
"r" = 0 cercano a cero	No hay correlación
"r" = 0 cercano a 1 ó -1	Existe correlación.
"r" es (-)	Correlación inversa.
"r" es (+)	Correlación Directa.

Elaboración: Propia

Fuente: Arístides Vara

Se aplicó el Chi cuadrado para analizar si se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se aprueba la hipótesis alterna (H1).

Criterios para rechazar o aceptar una hipótesis:

- Si  $p \leq \alpha$  : Rechazamos la H0 y aceptamos la H1.
- Si  $p > \alpha$  : Aceptamos la H0.
- $\alpha = 0.05$

#### **4.1.4.1 Subtitulo derivado de la hipótesis general**

H1: La administración logística se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

Ho: la administración logística NO se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

**Tabla 57** Correlación de Spearman entre Administración logística y Satisfacción del cliente.

Correlaciones				
			Administ ración logística	Satisfac ción del cliente
Rho de Spearman	Administ ración logística	Coeficiente de correlación	1,000	,463**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Satisfac ción del cliente	Coeficiente de correlación	,463**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

Fuente: Base de datos

Se afirma que existe una correlación cuando “r” = 0 cercano a 1 ó -1 lo que evidencia lo siguiente:

Existe una correlación de “r” = 0,463 ( $\leq 0,05$ ) entre Administración logística y Satisfacción del cliente.

Finalmente, la Administración logística tiene una relación positiva moderada con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

#### 4.1.4.2 Subtitulo derivado de la hipótesis específica 1

H1: La logística de aprovisionamiento se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

Ho: La logística de aprovisionamiento NO se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

**Tabla 58** Correlación de Spearman entre Logística de aprovisionamiento y Satisfacción de cliente.

Correlaciones				
			Logística de aprovisionamiento	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Logística de aprovisionamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,366**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	60	60
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,366**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	60	60

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

Fuente: Base de datos

Según el resultado obtenido en el siguiente cuadro, bajo la correlación de Spearman, se puede afirmar que existe una correlación cuando “r” = 0 cercano a 1 ó -1; lo que evidencia lo siguiente:

Existe una correlación de “r” = 0,366 ( $\leq 0,05$ ) entre la dimensión Logística de aprovisionamiento y Satisfacción del cliente.

Por tanto, la logística de aprovisionamiento tiene una relación positiva baja con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

#### 4.1.4.3 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 2

H1: El sistema de gestión del almacén se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

H0: El sistema de gestión del almacén NO se relaciona con la satisfacción de los

clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

**Tabla 59** Correlación de Spearman entre Sistema de gestión del almacén y Satisfacción del cliente

Correlaciones				
			Sistema de Gestión del almacén	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Sistema de Gestión del almacén	Coeficiente de correlación	1,000	,271*
		Sig. (bilateral)	.	,036
		N	60	60
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,271*	1,000
		Sig. (bilateral)	,036	.
		N	60	60

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Base de datos

Según el resultado obtenido en el siguiente cuadro, bajo la correlación de Spearman, se puede afirmar que existe una correlación cuando “r” = 0 cercano a 1 ó -1; lo que evidencia lo siguiente:

Existe una correlación de “r” = 0,271 ( $\leq 0,05$ ) entre la dimensión Sistema de gestión del almacén y Satisfacción del cliente.

Por tanto, el sistema de gestión del almacén tiene una relación positiva baja con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.



#### 4.1.4.4 Subtitulo derivado de la hipótesis Especifica 3

H1: La gestión del transporte se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitanay Callao 2020.

Ho: La gestión del transporte NO se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana yCallao 2020.

**Tabla 60** Correlación de Spearman entre Gestión del transporte y Satisfacción del cliente.

Correlaciones				
			Gestión del transporte	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Gestión del transporte	Coeficiente de correlación	1,000	,468**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,468**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

Fuente: Base de datos

En la correlación de Spearman, aparece una correlación cuando “r” = 0 cercano a 1 ó -1; presenta:

Presenta una correlación de “r” = 0,468 ( $\leq 0,05$ ) entre la gestión del transporte con la Satisfacción del cliente.

Por tanto, la gestión del transporte se relaciona positivamente moderada con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN**

Concluido el trabajo, donde el objetivo era demostrar en qué medida la administración logística se une con las dos variables en las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

Las variables, administración logística y satisfacción del cliente, buscan identificar la influencia y las ventajas de la administración logística en la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada. Donde se presenta los siguientes resultados:

### **5.1 Discusión de resultados**

#### **5.1.1 Subtítulo derivado del objetivo o hipótesis general**

En la actualidad, la logística puesta al servicio del cliente se ha ido desarrollando en el entorno de toda empresa, convirtiéndose en parte esencial de las actividades que debe cumplir la empresa de manera eficiente y eficaz para satisfacer las necesidades del mercado. En ese sentido se valora la hipótesis general, la cual hace referencia a la hipótesis alterna planteada inicialmente que: La administración logística se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en la provincia del Callao 2020.

Se halló que, entre la Administración logística y la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada, existe una relación significativa ( $p < 0.05$ ), se obtuvo también una correlación positiva moderada ( $r = 0.463$ ).

Se acepta la hipótesis alterna luego de aplicar una prueba de hipótesis con Spearman.

Dentro de las limitaciones que hubo durante esta investigación, se puede citar la reticencia de algunos encuestados al momento de querer realizar entrevistas más detalladas, así mismo la poca disponibilidad de tiempo por parte de los encuestados. Cabe mencionar que fue necesario responder preguntas sobre la

investigación, tales como, en qué empresas laboran, cuál es la función que desempeñan en la misma y, por último, la finalidad de la investigación. Otra limitación fue que no se pudo realizar las encuestas de manera presencial, debido a la coyuntura actual que está ocurriendo en el mundo y que restringe, en cierta medida, la movilización y el contacto con otras personas.

Los resultados obtenidos concuerdan con investigaciones anteriores. Para Gonzales, S. (2018), señala que existe relación entre satisfacción del cliente y buena calidad del servicio logístico, en su tesis titulada Relación de la calidad del servicio logístico, satisfacción y lealtad del cliente a los agentes de carga Marítimo Puerto Callao 2018, los cuales son determinados principalmente por la puntualidad de entrega de los pedidos, seguido por el buen servicio de la persona de contacto con el cliente, lo cual este acompañado por cuan capacitado esté para ofrecer la correcta información a sus clientes.

Asimismo, la mayoría de los encuestados considera que sus pedidos son atendidos de manera oportuna, como se concluye en la investigación de Clavo, J. (2017), donde recomienda realizar evaluaciones en periodos de tiempo establecidos a los proveedores con los que actualmente trabaja la organización, los cuales permitan el funcionamiento de las áreas de proceso en los tiempos adecuados y evitar así retrasos en las entregas al cliente final.

Finalmente, los encuestados señalan que la comunicación óptima es un factor importante para generar oportunidades de recomendación. Similar conclusión tuvo Baca, R y Torres, D (2017), en su trabajo de investigación titulado La gestión logística y su incidencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Villa Bellavista S.A.C, ciudad de Tarapoto, donde señala que un cliente con positivos comentarios refleja buen trabajo de la empresa y repercute en su entorno.

En ese sentido resulta necesario señalar que los comentarios, sugerencias y respuestas de los consumidores sobre los productos de la empresa, son una de las mayores ventajas de las encuestas sobre la satisfacción de los clientes. Las respuestas y opiniones críticas pueden ayudar a las empresas importadoras de repuestos a desarrollar mejores programas para mantener a los clientes.

### 5.1.2 Subtitulo derivado de la hipótesis específica 1

En la valoración de la hipótesis específica 1, la cual es la hipótesis alterna inicialmente planteada y hace referencia a: La logística de aprovisionamiento se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en la provincia del Callao 2020

Se halló una relación positiva moderada entre la logística de aprovisionamiento y la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos ( $p < 0.05$ ), y presentando una correlación positiva, también, una correlación positiva baja entre las variables ( $r = 0.366$ ); aceptando la hipótesis alterna luego de la prueba de hipótesis de Spearman.

La logística de aprovisionamiento se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada.

Pudiendo afirmar que la logística de aprovisionamiento puede considerarse como una medida adecuada para mejorar el servicio de atención al cliente y en consecuencia lograr la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada.

Lo que sí se puede generalizar es que la logística de aprovisionamiento ayuda a mejorar la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de diferentes sectores, así como también lo menciona Lara, C. (2017) en: Gestión Logística para satisfacción de los clientes de una Empresa Industrial, Lima, donde señala que el retraso en los pedidos, provoca muchas veces que los clientes se sientan insatisfechos y de que no nos vuelvan a confiar para la atención de sus órdenes de compra.

Si bien es cierto, estos retrasos se siguen dando en los pedidos y esto debido a que no se cuenta con una adecuada gestión en los procesos logísticos, lo cual en muchas ocasiones genera que se repitan los procesos o que se obvian algunos, perjudicando en gran parte a la mayoría de las áreas, debido a que en muchos casos tienen que realizar el proceso que obviaron en un inicio.

Para los encuestados el desabastecimiento de materiales por falta de stock ha afectado sus operaciones diarias. Similar conclusión tiene Cuba, L. (2018), que en su investigación La gestión logística y su influencia en el nivel de satisfacción del

usuario interno de Integramédica Perú SAC realizado en el año 2018, demostró que la implementación de indicadores clave de gestión logística es fundamental para optimizar el nivel de satisfacción del usuario interno, ya que estos indicadores lograran mejorar tiempos de despacho, selección de proveedores, selección de los insumos entre otros. A su vez recomienda un cambio de organización dentro del área logística para mejorar la toma de decisiones en situaciones de emergencia por falta o escasez de suministros.

Por otro lado, se pudo comprobar también a través del instrumento empleado que una gestión de stock eficiente y automatizado es un factor determinante al momento de seleccionar a los proveedores, estos resultados se pueden contrastar con la investigación de Lassis, C. (2014) titulada Logística de aprovisionamiento, manejo de los proveedores e importancia del abastecimiento, en donde afirma que la acumulación de productos o inventario, ampara a la empresa en caso de que los proveedores no cumplan con el tiempo o exista escasez. También, se logra almacenar productos sin aumentar el costo, cuyo equilibrio depende de una buena gestión del stock.

### **5.1.3 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 2**

La hipótesis específica 2, señala: El sistema de gestión del almacén se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

Se halló una correlación positiva entre el sistema de gestión del almacén y la satisfacción del cliente de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada ( $p < 0.05$ ), además, de hallarse una correlación positiva baja ( $r = 0.271$ ). Los resultados plasmados en el capítulo anterior, se observa que la mayoría de los encuestados considera que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de repuestos solicitados

Datos similares fueron obtenidos por Clavo, J. (2017) en el trabajo de investigación titulado Propuesta de Mejora para la Gestión Logística de la empresa A&L ImportTrade S.A.C. quien señala que las empresas deben decidir el espacio que van a emplear para almacenar el nivel de inventario que consideren necesario, y

satisfacer así las necesidades de sus clientes.

Para ello es necesario tener en cuenta que, a mayor nivel de inventario, mejor será el servicio de los clientes, ya que no se les dejará desabastecidos, y que, a menor nivel de inventario, ahorrarán en costes y ganarán eficiencia.

Por último, se observó que más del 90% de encuestados considera relevante el uso de herramientas de gestión como el SAP en los almacenes. Esto se puede contrastar también con Clavo, J. (2017) quien concluyó que actualmente, con la aparición e implantación tecnología y los nuevos dispositivos digitales, se puede llevar un control informatizado de todo el proceso de la gestión logística del almacén, así como ver la trazabilidad y el seguimiento de nuestros productos, tanto por parte de la empresa como de los clientes, haciendo referencia a software de gestión empresarial como el SAP o el STARSOFT.

#### **5.1.4 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 3**

La hipótesis alterna menciona que: La gestión del transporte se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

Se halló una relación significativa entre la gestión del transporte, y la satisfacción del cliente de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada ( $p < 0.05$ ), aceptando la hipótesis alterna tras la realización de la prueba de hipótesis con Spearman. Hallándose una correlación positiva moderada ( $r = 0.468$ ).

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede afirmar que la mayoría de las personas encuestadas considera que la planificación y seguimiento de pedidos es un factor clave para reducir los tiempos de entrega de los productos solicitados.

Similar conclusión tiene Cuba, L. (2018) en su trabajo de estudio titulado La gestión logística y su influencia en el nivel de satisfacción del usuario interno de Integramédica Perú SAC, donde señala que se deben establecer fechas donde el usuario o cliente pueda realizar solicitudes en tiempo oportuno, esto con el fin de que el personal de abastecimiento pueda realizar y monitorear los pedidos de los proveedores con fechas límites de entrega. Así como efectuar una evaluación trimestral sobre los tiempos empleados en despachar desde el almacén al cliente

final.

Finalmente, se halló también que la mayoría de encuestados considera que las capacitaciones de personal, charlas e inducciones de seguridad son medidas de suma importancia para realizar despachos seguros y eficientes.

Similar resultado obtuvo Yagchirema, A. (2015) en su tesis titulada “La Logística y la Satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A en la ciudad de Ambato, en donde concluye que la función principal del transporte es trasladar sus productos con seguridad, rapidez y coste, teniendo en cuenta que el factor más importante es brindar un buen servicio para satisfacer tanto las necesidades de nuestros clientes como, el esfuerzo económico que nos supone el sistema elegido. Todo esto se enfoca desde un punto de vista logístico, primordialmente aspectos en dar la plena satisfacción al cliente, en los términos de rapidez de entrega, fiabilidad en la fecha prometida y calidad en la manipulación del transporte.

## CONCLUSIONES

- Se concluye principalmente que la administración logística se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes, siendo estas dos variables correlacionales.

Se halló que, entre la Administración logística y la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada, existe una relación significativa ( $p < 0.05$ ), se obtuvo también una correlación positiva óptima ( $r = 0.463$ ). Tras la realización de la prueba de hipótesis con Spearman los resultados arrojaron que  $p < \alpha$ , es decir, que 0,000 es menor que 0,05 por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula. concluyendo que, existe evidencia para rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

- La logística de aprovisionamiento se relaciona relevantemente con la satisfacción de los clientes.

Se presenta una correlación positiva moderada entre la logística de aprovisionamiento y la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos ( $p < 0.05$ ), y se obtuvo también una correlación positiva moderada entre las variables ( $r = 0.366$ ); aceptando la hipótesis alternas la realización de la prueba de la hipótesis con Spearman.

La logística de aprovisionamiento agrupa funciones en torno a tres grandes operativas: adquisición de la mercancía, almacenaje y gestión de inventario. Es completamente lógico que estas acciones reflejen su gran y positivo impacto en la satisfacción generada en los clientes.

- El sistema de gestión del almacén se relaciona positivamente con la satisfacción de los clientes.



Se halló una correlación positiva entre el sistema de gestión del almacén y la satisfacción del cliente de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada ( $p < 0.05$ ), además, de hallarse una correlación positiva moderada ( $r = 0.271$ ).

Recurrir a un software SGA reduce considerablemente equivocaciones del hombre. El rol que juega el SGA en la organización consiste en vigilar las operaciones en la empresa, teniendo como una de sus principales ventajas el incremento del grado de satisfacción en los clientes.

- La gestión del transporte tiene una relación valiosa con la satisfacción de los clientes.

Se halló una relación significativa entre la gestión del transporte, y la satisfacción del cliente de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada ( $p < 0.05$ ), aceptando la hipótesis alterna tras la realización de la prueba de hipótesis con Spearman. Hallándose una correlación positiva ( $r = 0.468$ ).

La gestión de transporte permite llevar a cabo los procesos logísticos de manera eficaz y rápida, asegurando la solidez en los flujos. De esta forma, responde a las necesidades del propio sector logístico como de empresas y clientes implicados.

## RECOMENDACIONES

- Se sugiere que las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada de Lima Metropolitana y Callao, brinden capacitaciones constantes a todo el personal del sector logístico, con el fin de que los colaboradores tengan claro lo que significa gestionar correctamente los recursos de una organización y, por ende, practiquen una buena administración logística ya que es un hecho que estas buenas prácticas, influirán positivamente en la satisfacción de los clientes.
- Se recomienda a todas las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada de Lima Metropolitana y Callao que se doten de un sistema ERP, el cual tendrá dentro de sus principales ventajas; la automatización de procesos, la rápida información, la integración de distintas bases de datos y el ahorro de tiempo y costes. Además, un sistema ERP ofrece integración con soluciones BI (Business Intelligence), presentando informes de la empresa, con los datos del sistema ERP, cuando se quiera analizar y/o mejorar procesos internos para búsqueda de la satisfacción de los clientes.

El uso de un ERP garantiza tener clientes felices y satisfechos debido a cuatro principales razones: optimiza la gestión de servicio al cliente, pues permite monitorear las relaciones con los clientes sin errores; permite adelantarse a las necesidades del cliente, pues la funcionalidad de un ERP brinda datos específicos de cada cliente; permite tener mayor control sobre los inventarios, pues elimina completamente la posibilidad de una venta improvisada al ofrecer acceso a datos clave en tiempo real, tales como cantidades, tipo de producto, costos, etc.; y por último, permite atender a los clientes desde cualquier lugar gracias a su movilidad y trabajo remoto.

- Se propone también a todas las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada de Lima Metropolitana y Callao, que se doten de software SGA. Cabe mencionar, que este software es parte integrante del ERP y tiene como finalidad básica, la optimización del espacio de almacenaje y la eficiencia en los movimientos de la mercancía.

Se debe tener en cuenta que la implantación de un SGA es tan crítica como la de un ERP, por lo que se recomienda una consultoría donde queden bien claras las especificaciones.

Los clientes de hoy demandan mayor rapidez y precisión en la entrega de productos; por lo tanto, exigen competitividad a las empresas. Esto significa que las organizaciones deberían hacer el uso de este tipo de herramientas que permiten la optimización de almacenaje y flexibilidad en las entregas.

- Se recomienda establecer los siguientes pasos para la definición de estrategias de transporte en logística: analizar los flujos de mercancía; definir concursos, donde se puedan ponderar los criterios para seleccionar a los transportistas; seleccionar transportistas; y, por último, prever y cuadrar facturas, con lo cual se pueda anticipar y prefacturar los gastos incurridos. La gestión de transporte juega un rol fundamental en los procesos de la cadena de suministro, ayuda a conectar a los clientes con los proveedores de manera que se puedan cumplir los compromisos de entrega. Esto significa que la eficiencia de la gestión de transporte, es identificada como un factor diferenciador por parte del cliente, lo cual genera la satisfacción del mismo.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alarcón, A. (2019), *Gestión de almacenaje para reducir el tiempo de despacho en una distribuidora en Lima* (Tesis de grado). Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú. Recuperado de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8970/1/2019\\_Alarcon-casa%C3%B1a.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8970/1/2019_Alarcon-casa%C3%B1a.pdf)
- Albrecht, K. (2006). *La revolución del servicio* (Segunda Edición). Panamericana Editorial. Colombia.
- Baca, R. y Torres, D. (2019). *La gestión logística y su incidencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Villa Bellavista S.A.C., ciudad de Tarapoto, año 2017* (Tesis de Grado). Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3623/ADMINISTRACION%20-%20Ronald%20Junior%20Baca%20Grande%20%26%20Diego%20Torres%20Rengifo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Clavo, J. (2017). *Propuesta de Mejora para La Gestión Logística de la Empresa A&L Import Trade S.A.C.* (Tesis de Grado). Universidad Tecnológica del Perú, Perú. Recuperado de [http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/1372/1/Juanita%20Clavo\\_Program%20Especial%20de%20Titulaci%C3%B3n\\_Titulo%20Profesional\\_2017.pdf](http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/1372/1/Juanita%20Clavo_Program%20Especial%20de%20Titulaci%C3%B3n_Titulo%20Profesional_2017.pdf)
- Coello, A. (2018). *Modelo de gestión por procesos para la importadora Equipos Mario Coello del Cantón Patate*. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2469/1/76753.pdf>

- Colomé, R. (2013). *Gestión del aprovisionamiento*. Universitat Oberta de Catalunya, España. Recuperado de [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/75847/4/Gesti%C3%B3n%20del%20aprovisionamiento\\_M%C3%B3dulo%20\\_Aprovisionamiento.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/75847/4/Gesti%C3%B3n%20del%20aprovisionamiento_M%C3%B3dulo%20_Aprovisionamiento.pdf)
- Contreras, R. y Galvis, N. (2015) *Propuesta para el diseño del sistema logístico en la empresa A.B. Confort Ltda.* [Tesis de Maestría, Universidad Sergio Arboleda de Colombia]. Repositorio Institucional - Universidad Sergio Arboleda de Colombia.
- Cuatrecasas, A. (2010) *Gestión integral de la calidad, Implantación, control y certificación*. Profit Editorial. España.
- Cuba, A. (2018). *La Gestión Logística y su Influencia en nivel de Satisfacción del Usuario Interno de Integramédica Perú S.A.C Lima, 2018* (Tesis de Grado). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú. Recuperado de [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3646/TESIS\\_%20CUBA%20RODRIGUEZ%20AMERICA%20LUZ.pdf?sequence=2&isAllowed](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3646/TESIS_%20CUBA%20RODRIGUEZ%20AMERICA%20LUZ.pdf?sequence=2&isAllowed)
- Gonzales, S. (2018). *Relación de la Calidad de Servicio Logístico, Satisfacción y lealtad del cliente a los Agentes de Carga Marítimo Puerto Callao 2018 – Telefonía Celular* (Tesis de Grado). Universidad San Ignacio de Loyola, Perú. Recuperado de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3706/1/2018\\_Gonzales\\_Ugaz.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3706/1/2018_Gonzales_Ugaz.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C y Baptista P (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- Herrera, J. (2020). Operaciones del Almacén: recepción de producto. Recuperado de <https://meetlogistics.com/inventario-almacen/recepcion-de-producto-en-almacen/>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003) *Fundamentos del Marketing*, 6ta Edición,

p.10-11.

- Kotler, P. (2001) Dirección de Mercadotecnia, 8va Edición, p. 40-41.
  - Lara, C. (2017). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017* (Tesis de Grado). Universidad Norbert Wiener, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1238/TITULO%20-%>
- Lassis, C. (2014). *Logística de aprovisionamiento*. Recuperado de [https://www.academia.edu/34990020/Log%C3%ADstica\\_de\\_Aprovisionamiento](https://www.academia.edu/34990020/Log%C3%ADstica_de_Aprovisionamiento)
- Leppard, J. y Molyneux, L. (2000). *Cómo mejorar su servicio al cliente*. Gestión2000. España.  
Martinez, A. (s.f). *Control de Inventario con Análisis de la Demanda para la empresa "Sport B"*. Recuperado de [https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/basic/martinez\\_ra/cap01.pdf](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/basic/martinez_ra/cap01.pdf)
- Montoya, C. y Boyero, M. (2013). El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. *Visión de Futuro*, 17 (1), 130-151.
- Mora, L. (2016). *Gestión Logística Integral: Las mejores Prácticas en la Cadena de Abastecimiento*. Ecoediciones 2da Edición. Recuperado de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/12/Gestion-logistica-integral-2da-Edici%C3%B3n.pdf>
- Pantoja, K. (2016). *Propuesta de un Sistema Logístico de planificación de inventarios para aprovisionamiento de una empresa comercial agropecuaria* (Tesis de Grado). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3422/llparik.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paredes, D. y Vargas, R. (2018) *Propuesta de mejora del proceso de almacenamiento y distribución de producto terminado en una empresa cementera del Sur del País* (Tesis de Grado). Universidad San Ignacio de

Loyola. Lima, Perú. Recuperado de [http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15643/1/PAREDES\\_FERN%C3%81NDEZ\\_DAN\\_PRO.pdf](http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15643/1/PAREDES_FERN%C3%81NDEZ_DAN_PRO.pdf)

- Quintero, A. y Sotomayor, J. (2018) *Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramacoexpress Cia. LTDA del Cantón Durán*. [Tesis de Grado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional - Universidad de Guayaquil.
- Restrepo, C.; Restrepo, L. y Estrada, S. (2006) Enfoque estratégico del servicio al cliente. *Scientia Et Technica*, 12 (32), 289-294.
- Reyes, S. (2015) *Calidad de servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango*. [Tesis de Grado, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio Institucional – Universidad Rafael Landívar.
- Sanchez, J. (2019). Portal Economipedia. Administración logística. Lima, Perú. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/administracion-logistica.html>
- Sangri, A. (2014). Administración de compras. Adquisiciones y Abastecimiento (Primera Edición ebook). México.
- Santos, J. (s.f.). *Curso de experto profesional en logística, transporte y distribución*. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperado de <https://docplayer.es/75176770-Modulo-1-logistica-universidad-nacional-de-educacion-a-distancia-uned-experto-profesional-en-logistica-transporte-y-distribucion.html>
- Serna, H. (1999). Gerencia estratégica. Planeación y gestión (Cuarta Edición). 3R Ediciones. Colombia.
- 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 Grado). Universidad Privada del Norte, Perú. ¿Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11328/Valera%20Contreras%20Enmily%20Gihovanna.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Vara, A. (2012), *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima.
- Yagchirema, A. (2015) *La logística y la satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A. en la ciudad de Ambato*. [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional - Universidad Técnica de Ambato.



## **ANEXOS**

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TÍTULO DEL PROYECTO** : Administración logística y satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN** :  
**AUTORES** : Chuquital Campos Jean Paul Henry y Zuloeta Ramos Claudia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿En qué medida la administración logística se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.?	Demostrar en qué medida la administración logística se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.	La administración logística se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.	V1: Administración logística  V2: Satisfacción del cliente	1.- Logística de aprovisionamiento 2.- Sistema de gestión del almacén 3.- Gestión del transporte  1.- Calidad en el servicio 2.- Fidelización 3.- Cultura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enfoque: Mixto</li> <li>Tipo: Aplicado</li> <li>Alcance: Descriptivo Correlacional</li> <li>Diseño: No experimental transaccional</li> <li>Unidad de investigación: Un cliente de la pequeña y mediana empresa importadora de repuestos para maquinaria pesada ubicado en la provincia del Callao y Lima Metropolitana.</li> </ul>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable/Dimensión	Indicadores	
¿En qué medida la logística de aprovisionamiento se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.?	Demostrar en qué medida la logística de aprovisionamiento se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.	La logística de aprovisionamiento se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.	V1 D1: Logística de aprovisionamiento	-Cantidad de pedidos -Nivel de stock -Capacidad de compra	

pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020?	para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020.	para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao.	V2 D1: Calidad en el servicio	-Tiempo de respuesta inicial -Número de reclamaciones -Atención personalizada	
¿En qué medida el sistema de gestión del almacén se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao?	Demostrar en qué medida el sistema de gestión del almacén se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao.	El sistema de gestión del almacén se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao.	V1 D2: Sistema de gestión del almacén	-Capacidad instalada -Monitoreo de almacenes -Ubicación de inventario	
			V2 D2: Fidelización	-Tasa de retención al cliente -Índice de recomendaciones	
¿De qué manera la gestión del transporte se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao?	Determinar de qué manera la gestión del transporte se relaciona con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao.	La gestión del transporte se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao.	V1 D3: Gestión del transporte	-Rutas de transporte. -Medidas de seguridad -Entregas a tiempo	
			V2 D3: Cultura organizacional	-Nivel de identidad e integración. -Tolerancia al conflicto	

## ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

### Operación de la variable de estudio Administración logística

<b>Variable: Administración Logística</b>		
<p><b>Definición Conceptual:</b> Disciplina de carácter técnico que integra la planificación gestión, seguimiento, control y mejora continua del flujo de insumos, componentes y productos finales desde los proveedores de la empresa hasta llegar a sus clientes.</p>		
Instrumento: Encuesta		Técnica:
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Logística de Aprovevisionamiento	Indicador 1: Cantidad de pedidos	<p>¿Considera usted que sus pedidos son atendidos de manera oportuna?</p> <p>¿Considera usted que sus proveedores elaboran una adecuada planificación de pedidos?</p>
	Indicador 2: Nivel de stock	<p>¿Considera usted relevante la presencia de un sistema de planificación y control de inventario en sus proveedores?</p> <p>¿Considera usted que el desabastecimiento de materiales por falta de stock ha afectado sus operaciones diarias?</p> <p>¿Considera usted que una gestión de stock eficiente y automatizada es un factor determinante al momento de seleccionar sus proveedores?</p>
	Indicador 3: Capacidad de compra	<p>¿Considera usted que la capacidad de compra permite mejorar la atención oportuna de pedidos?</p> <p>¿Considera usted que realizar un pronóstico de la demanda es una de las mejores técnicas para identificar las necesidades reales de un cliente?</p> <p>¿Considera usted que una óptima capacidad de compra permitiría la fidelización de los clientes?</p>

Sistema de Gestión del Almacén	Indicador 1: Capacidad Instalada	<p>¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de repuestos solicitados?</p> <p>¿Considera usted que un ordenamiento adecuado del almacén permitiría agilizar la entrega de pedidos?</p> <p>¿Considera usted que la capacidad instalada de un almacén es determinante para satisfacer una mayor demanda del mercado?</p>
	Indicador 2: Monitoreo del almacén	<p>¿Considera usted que para mantener un almacén organizado, seguro y limpio es imprescindible contar con personal capacitado?</p> <p>¿Considera usted que una adecuada planificación y control de inventario reduciría los casos de reclamo por repuesto dañado?</p> <p>¿Considera usted relevante el uso de herramientas de gestión como el SAP en los almacenes?</p>
	Indicador 3: Ubicación de inventario	<p>¿Considera usted que la ubicación de los productos contribuye en la entrega rápida de su pedido?</p> <p>¿Considera usted que la ubicación del inventario facilita el trabajo del personal?</p> <p>¿Considera usted que una adecuada ubicación de inventario permitiría reducir la merma de productos?</p>
Gestión del Transporte	Indicador 1: Rutas de transporte	<p>¿Considera usted que la tercerización del servicio de transporte permitiría una mejora en los tiempos de entrega de su compra?</p> <p>¿Considera usted que la programación de rutas permitiría mejorar la comunicación entre proveedor y cliente?</p> <p>¿Considera usted que un adecuado monitoreo de rutas minimizaría los errores durante el despacho?</p>

	<p>Indicador 2: Medidas de seguridad</p>	<p>¿Considera usted que la inversión tecnológica en unidades de transporte puede considerarse un factor clave para garantizar la seguridad de la carga durante el despacho?</p> <p>¿Considera usted que las capacitaciones de personal, charlas e inducciones de seguridad son medidas de suma importancia para realizar despachos seguros y eficientes?</p>
	<p>Indicador 3: Entregas a tiempo</p>	<p>¿Cree usted que el uso adecuado de herramientas tecnológicas contribuye con el cumplimiento en los tiempos de entrega de sus pedidos?</p> <p>¿Considera usted que la planificación y seguimiento de pedidos es un factor clave para reducir los tiempos de entrega de productos?</p> <p>¿Considera usted que el cumplimiento de entregas a tiempo puede ser considerado un indicador clave para medir la eficiencia de un proveedor?</p>

## Operación de la variable de estudio Satisfacción del cliente

<b>Variable: Satisfacción del cliente</b>		
Definición conceptual: Es el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio, con sus expectativas		
Instrumento: Cuestionario Estructurado		Técnica:
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Calidad en el Servicio	Indicador 1: Tiempo de respuesta inicial	¿Considera usted que los empleados de las empresas se muestran dispuestos a ayudarlo?  ¿Considera usted contactar otro proveedor al no recibir una respuesta rápida?
	Indicador 2: Número de reclamaciones	¿Considera usted que sus reclamos son atendidos de manera oportuna?  ¿Considera usted importante que las empresas brinden el libro de reclamaciones abiertamente?
	Indicador 3: Atención personalizada	¿Cree usted que recibe una atención personalizada?  ¿Percibe usted empatía por parte de los colaboradores de las empresas proveedoras?  ¿Considera usted que recibe una buena asesoría antes de realizar una compra?
Fidelización	Indicador 1: Tasa de retención del cliente	¿Considera usted beneficioso que las empresas cuenten con un programa de fidelización de clientes?  ¿Considera usted beneficioso para su empresa tener más de un proveedor en Lima?  ¿Cree usted que el buen servicio postventa incrementa su fidelidad a las empresas proveedoras?
	Indicador 2: Índice de recomendaciones	¿Cree usted que la comunicación óptima es un factor importante para generar oportunidades de recomendación?

Cultura Organizacional	Indicador 1: Nivel de identidad e integración	<p>¿Percibe usted un nivel de identificación en los colaboradores con las empresas en las que laboran?</p> <p>¿Percibe usted un grado de integración y buena comunicación entre los departamentos de las empresas proveedoras?</p> <p>¿Cree usted que poseer cultura organizacional es un punto clave para ofrecer un buen servicio al cliente?</p>
	Indicador 2: Tolerancia al conflicto	<p>¿Considera usted que las empresas manejan un protocolo para enfrentar los conflictos suscitados?</p> <p>¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas tengan un líder especializado en el manejo de conflictos?</p> <p>¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas brinden capacitaciones acerca del manejo de conflictos?</p>



## ANEXO 3: MODELO DE INSTRUMENTO

### MODELO DE INSTRUMENTO

#### INTRODUCCIÓN

La tesis titulada: “*Administración Logística y Satisfacción de los clientes de las empresas importadoras de repuestos para maquinaria pesada en Lima Metropolitana y Callao 2020*”.

Es una encuesta anónima.

#### INSTRUCCIONES

Responder a 42 preguntas, sírvase a responderlas con total honestidad

- **Debe marcar con un aspa (X) en la opción que considere correcta o se acerque a su manera de pensar.**

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

#### VARIABLE 1: Administración logística

##### Dimensión 1: LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que sus pedidos son atendidos de manera oportuna?					
2	¿Considera usted que sus proveedores elaboran una adecuada planificación de pedidos?					
3	¿Considera usted relevante la presencia de un sistema de planificación y control de inventario en sus proveedores?					
4	¿Considera usted que el desabastecimiento de materiales por falta de stock ha afectado sus operaciones diarias?					
5	¿Considera usted que una gestión de stock eficiente y automatizada es un factor determinante al momento de seleccionar sus proveedores?					
6	¿Considera usted que la capacidad de compra permite mejorar la atención oportuna de pedidos?					

7	¿Considera usted que realizar un pronóstico de la demanda es una de las mejores técnicas para identificar las necesidades reales de un cliente?					
8	¿Considera usted que una óptima capacidad de compra permitiría la fidelización de los clientes?					

### Dimensión 2: SISTEMA DE GESTIÓN DEL ALMACÉN

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
9	¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de repuestos solicitados?					
10	¿Considera usted que un ordenamiento adecuado del almacén permitiría agilizar la entrega de pedidos?					
11	¿Considera usted que la capacidad instalada de un almacén es determinante para satisfacer una mayor demanda del mercado?					
12	¿Considera usted que para mantener un almacén organizado, seguro y limpio es imprescindible contar con personal capacitado?					
13	¿Considera usted que una adecuada planificación y control de inventario reduciría los casos de reclamo por repuesto dañado?					
14	¿Considera usted relevante el uso de herramientas de gestión como el SAP en los almacenes?					
15	¿Considera usted que la ubicación de los productos contribuye en la entrega rápida de su pedido?					
16	¿Considera usted que la ubicación del inventario facilita el trabajo del personal?					
17	¿Considera usted que una adecuada ubicación de inventario permitiría reducir la merma de productos?					

### Dimensión 3: GESTIÓN DEL TRANSPORTE

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
18	¿Considera usted que la externalización del servicio de transporte permitiría una mejora en los tiempos de entrega de su compra?					
19	¿Considera usted que la programación de rutas permitiría mejorar la comunicación entre proveedor y cliente?					

20	¿Considera usted que un adecuado monitoreo de rutas minimizaría los errores durante el despacho?					
21	¿Considera usted que la inversión tecnológica en unidades de transporte puede considerarse un factor clave para garantizar la seguridad de la carga durante el despacho?					
22	¿Considera usted que las capacitaciones de personal, charlas e inducciones de seguridad son medidas de suma importancia para realizar despachos seguros y eficientes?					
23	¿Cree usted que el uso adecuado de herramientas tecnológicas contribuye con el cumplimiento en los tiempos de entrega de sus pedidos?					
24	¿Considera usted que la planificación y seguimiento de pedidos es un factor clave para reducir los tiempos de entrega de productos?					
25	¿Considera usted que el cumplimiento de entregas a tiempo puede ser considerado un indicador clave para medir la eficiencia de un proveedor?					

## VARIABLE 2. Satisfacción del cliente

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

## Dimensión 1: CALIDAD EN EL SERVICIO

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que los empleados de las empresas se muestran dispuestos a ayudarle?					
2	¿Considera usted contactar otro proveedor al no recibir una respuesta rápida?					
3	¿Considera usted que sus reclamos son atendidos de manera oportuna?					
4	¿Considera usted importante que las empresas brinden el libro de reclamaciones abiertamente?					
5	¿Cree usted que recibe una atención personalizada?					
6	¿Percibe usted empatía por parte de los colaboradores de las empresas?					
7	¿Considera usted que recibe una buena asesoría antes de realizar una compra?					

## Dimensión 2: FIDELIZACIÓN

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
8	¿Considera usted beneficioso que las empresas cuenten con un programa de fidelización de clientes?					
9	¿Considera usted beneficioso para su empresa tener más de un proveedor en Lima?					
10	¿Cree usted que el buen servicio post-venta incrementa su fidelidad a las empresas proveedoras?					
11	¿Cree usted que la comunicación óptima es un factor importante para generar oportunidades de recomendación?					

## Dimensión 3. CULTURA ORGANIZACIONAL

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
12	¿Percibe usted un nivel de identificación en los colaboradores con las empresas en las que laboran?					
13	¿Percibe usted un grado de integración y buena comunicación entre los departamentos de las empresas?					
14	¿Cree usted que poseer cultura organizacional es un punto clave para ofrecer un buen servicio al cliente?					
15	¿Considera usted que las empresas manejan un protocolo para enfrentar los conflictos suscitados?					
16	¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas tengan un líder especializado en el manejo de conflictos?					
17	¿Considera usted oportuno y necesario que las empresas brinden capacitaciones acerca del manejo de conflictos?					

*Muchas gracias por su colaboración*

#### ANEXO 4: BASE DE DATOS

A continuación, se muestra la relación de algunas de las empresas que importan o adquieren repuestos para maquinaria pesada ubicados en Lima Metropolitana y Callao.

RUC	RAZON SOCIAL	LOCALIDAD	TIEMPO DE ACTIVIDAD
20508810912	Robocon Servicios S.A.C.	Cal.Ollantaytambo Mza. M Lote. 12 (espalda del grifo prímax de huylas) Lima -Chorrillos	15/03/2000
20297543653	Unión de Concreteras S.A	Car. Panamericana Sur Nro. 11.4 Z.I. Fundo el Chilcal Lima - San Juan de Miraflores	14/12/1995
20136150473	Consorcio Minero Horizonte S.A.	Jr. Crane Nro. 102 Int. 5-6 Jacaranda (Alt. Cdra. 35 Av. Javier Prado Este) Lima - San Borja	29/09/1978
20101759688	M & M Repuestos y Servicios S.A	Av. Nicolas Arriola Nro. 1723 Lima - La Victoria	2/05/1988
20502797230	Diveimport S.A.	Av. Nicolas Arriola Nro. 500 Lima - La Victoria	11/09/2001
20417926632	Motores Diesel Andinos S.A	Car. Antigua Panamericana Sur Km. 38.2 Lote. 3 Fnd. Las Salinas Lima-Lurin	1/11/1998
20131644524	Distribuidora Norte Pacasmayo Srl	Cal. la Colonia Nro. 150 El Vivero Lima - Santiago de Surco	19/09/1990
20100045517	Mota-Engil Peru S.A.	Av. Javier Prado Este Nro. 444 Int. 220. Lima - San Isidro	29/11/1983
20100416949	Metal Tecnica S A	Cal. Omicron Nro. 580 Pque.Int.de Industria y Comercio. Prov. Const. del Callao - Perú	25/04/1988
20147960612	Incimmet S.A	Av. Manuel Olguin Nro. 211 Dpto. 1401. Lima - Santiago de Surco	3/05/1993
20100028698	Ferreyros S.A	Jr. Cristobal de Peralta Nort Nro. 820. Lima - Santiago de Surco	29/04/1987
20601607167	Filmarg S.A.C.	Av. Angelica Gamarra Nro. 1504 (Cdra 15 de Angelica Gamarra) Lima - Los Olivos	2/11/2016
20383045267	Volcán Compañía Minera S.A.A.	Av. Manuel Olguin Nro. 375 Lima - Santiago de Surco	1/02/1998
20508891149	Jrc. Ingeniería y Construcción. S.A.C	Av. Trinidad Moran Nro. 1340 Lima - Lince	8/06/2004
20100669308	Miro Vidal y Compañía Sociedad Anonima Cerrada	Cal. los Talladores Nro. 317 Lima - Ate	7/05/1980

20332600592	Grana y Montero S.A.A	Av. Paseo de la Republica Nro. 4675 Lima - Surquillo	9/09/1996
20518224477	Cj Netcom S.A.C.	Cal. 9 de Setiembre 124-122 Nro. 124 (Ex 137 - 139 - Puerta y Porton Azul)	5/02/2008
20557168118	Bombas Zach Peru Sociedad Anonima Cerrada	Cal. Nueve Mza. G Lote. 2a Co. las Vertientes. Lima - Villa el Salvador	1/04/2014
20602670130	Gestion Minera Integral S.A.C.	Av. Reducto Nro. 1310 Dpto. 301. Lima - Miraflores	1/01/2018
20603929501	Famax Seal Peru S.A.C	Cal. Fernando Wiese Nro. 416 P.J. Uno de Octubre. Lima - Lima	17/12/2018
20451547420	Coral Mix Sociedad Anonima Cerrada	Jr. Cuzco Nro. 425 Dpto. 803. Lima - Lima	27/01/2011
20100114934	Administración de Empresas S.A.C	Cal. Las Begonias Nro.. 441 Int. 1401. Lima - San Isidro	7/04/1964
20264545812	Sevilla Rodriguez Srl	Av. Santiago de Surco Nro. 3827 Int. 901 Lima - Santiago de Surco	16/02/1995
20504898173	Servicios Petroleros y Construcciones Sepcon S.A.C.	Av. San Borja Norte Nro. 445 Lima - San Borja	19/08/2002
20253757931	Abengoa Perú S.A	Av. Canaval y Moreyra Nro. 562. Lima - San Isidro	1/07/1994
20267086487	San Jose Constructora Peru S.A.	Av. la Paz Nro. 1049 Int. 301. Lima - Miraflores	23/05/1995
20543206718	Proyecta & Construye S.A.	Av. Mariscal Jose de la Mar Nro. 1263 Int. 302. Lima - Miraflores	30/03/2011
20380289360	Mixercon S.A	Car. Panamericana Sur Km. 17.5 Mza. C Lote. 4 asociación la Concordia Lima – Villa el Salvador	3/12/1997
20538540014	Mg Ingenieros E.I.R.L.	Av. Aviacion Nro. 3334. Lima - San Borja	17/12/2010
20133793195	Inmobiliaria y Constructora Marcan S.A.	Av. Santa Cruz Nro. 830 Int. 402. Lima - Miraflores	20/09/1990
20536763164	Madrid Edificaciones S.A.C.	Jr. Tinajones Nro. 181 Int. 1201. Lima - Santiago de Surco	12/07/2010
20508364289	Lenpac S.R.L.	Av. San Luis Nro. 2856. Lima - San Borja	13/03/2004
20512069160	Constructora Jme S.A.C.	Av. Alfredo Benavides Nro. 768 Int. P9. Lima - Miraflores	1/12/2005
20101029442	Incot S.A.C. Contratistas Generales	Cal. Augusto Tamayo Nro. 154 Int. 301 (al Costado del Edificio de Cofide). Lima - San Isidro	20/04/1989
20100146895	lesa S A	Av. los Insurgentes Nro. 1075, La Perla. Prov. Const. del Callao, Perú	15/01/1953
20100114187	Ingenieros Civiles y Contratistas Generales S.A	Av. Aramburú Nro. 651 Limatambo. Lima - San Isidro	3/05/1965
20511089817	H&t Peru Sac	Jr. Joaquin Capello Nro. 135, Urb. Ingeniería. Lima - San Martin de Porres	1/07/2005
20508786868	Gestion & Ingenieria S.A	Cal. German Schreiber Nro. 133. Lima – San Isidro	20/05/2004
20450515010	Freak Constructores y Consultores S.R.L.	Av. Republica de Panama Nro. 3420 Dpto. Of. Int. 301. Lima - San Isidro	15/04/2008
20263674929	Concremax S.A	Mza. F Lote. 3a Co. Las Vertientes. Lima - Villa el Salvador	1/03/1995
20132373524	Esparq Ciesa Contratistas Generales.S.A.C	Cal. Santa Luisa Nro 186 186. Lima – San Isidro	26/11/1966

20266578572	Eital Sociedad Anonima - Eital S.A.	Av. Emilio Cavenecia Nro. 225 Int. 406. Lima - San isidro	3/05/1995
20102297581	Constructora Malaga Hnos S.A.	Av. Manuel Olguin Nro. 211 Int. 1702. Lima - Santiago de Surco	20/01/1982
20123041292	Consortio Penta Sac	Av. la Encalada Nro. 1420 Dpto. 703. Lima - Santiago de Surco	30/07/1989
20509586986	Conalvias Construcciones S.A.C	Cal. Coronel Andrés Reyes Nro. 437 Dpto. 201 Lima –San Isidro	14/10/2004
20118271107	Colesi Construcciones S.A.	Mza. a Lote. 2 Urb Nuevo Lurin (Antigua Panamericana Sur Km 36.5). Lima - Lurin	18/07/1991
20549565094	Cna Construcciones S.A.C.	Av. las Leyendas Nro. 210 Dpto. 903 Int. a (Metro de la Marina). Lima - San Miguel	11/09/2012
20549125281	Chp Construcciones S.A.C.	Cal. los Flamengos Mza. F Lote. 2. Lima - Lurin	8/09/2012
20100179807	Compañía Minera Lurén S.A	Car. Panamericana Sur Km. 23.5 Lomo de Corvina (Conchan). Lima – Villa el Salvador	23/10/1956
20109565017	Construcción y administración S.A	Av. Javier Prado Este Nro 4109 Lima – Santiago de Surco	14/04/1992
20100364701	Arsac Contratistas Generales	Cal. Barrio Medico Nro. 154 Res. Felipe Durand. Lima - Surquillo	26/10/1985
20101915132	Altesa Contratistas Generales Sociedad Anonima	Av. Roosevelt Nro. 5834. Lima - Miraflores	6/03/1985
20100120314	Cia. Minera Santa Luisa S.A	Av. Republica de Panamá Nro. 3531 Int. 1501. Urb Limatambo – San Isidro	31/07/1964
20100110513	Nexa Resources Peru S.A.A.	Av. Circunvalacion del Club G Nro. 170. Urb. Club Golf Los Incas – Santiago de Surco.	06/04/1949
20330262428	Compañía Minera Antamina S.A.	Av. El Derby Nro. 055 Dpto.. 801 (torre 1) – Santiago de Surco Lima	30/07/1996
20100163471	Jjc Contratistas Generales S.A	Av. Alfredo Benavides Nro. 768 Int. P9 – Miraflores, Lima.	15/09/1958

## ANEXO 5: CLIENTES ENCUESTADOS

En el siguiente cuadro se muestra los 60 clientes pertenecientes al sector minero, que han adquirido o comprado repuestos para maquinaria pesada a través de distribuidores autorizados (importadores) y han mostrado disposición e interés para participar en nuestras encuestas. Es preciso recalcar que estas encuestas son de carácter anónimo.

ENCUESTADOS	CARGO	EXPERIENCIA EN EL RUBRO	CENTRO LABORAL
Encuestado 1	Comprador	5 años	Consorcio Minero Horizonte S.A.
Encuestado 2	Comprador	4 años	Consorcio Minero Horizonte S.A.
Encuestado 3	Comprador	3 años	Consorcio Minero Horizonte S.A.
Encuestado 4	Comprador	7 años	Union de Concreteras S.A
Encuestado 5	Comprador	6 años	Union de Concreteras S.A
Encuestado 6	Técnico de mantenimiento	3 años	Robocon Servicios S.A.C.
Encuestado 7	Comprador	5 años	Robocon Servicios S.A.C.
Encuestado 8	Comprador	5 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 9	Asistente logístico	3 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 10	Jefe de mantenimiento	10 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 11	Asistente técnico	3 años	Union de Concreteras S.A
Encuestado 12	Asistente logístico	5 años	Union de Concreteras S.A
Encuestado 13	Comprador	5 años	Robocon Servicios S.A.C.
Encuestado 14	Comprador	4 años	Union de Concreteras S.A
Encuestado 15	Comprador	3 años	Nexa Resources Peru S.A.A.
Encuestado 16	Jefe de Logística	13 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 17	Asistente logístico	6 años	Ferreyros S.A.
Encuestado 18	Gestor administrativo	8 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 19	Asistente de compras	6 años	lesa S A
Encuestado 20	Asistente de compras	5 años	lesa S A
Encuestado 21	Comprador	7 años	Ferreyros S.A.
Encuestado 22	Técnico de mantenimiento	4 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 23	Técnico de mantenimiento	6 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 24	Técnico de mantenimiento	3 años	Volcan Compania Minera S.A.A.
Encuestado 25	Jefe de mantenimiento	9 años	Nexa Resources Peru S.A.A.
Encuestado 26	Asistente logístico	5 años	lesa S A



Encuestado 27	Jefe de Logística	14 años	Robocon Servicios S.A.C.
Encuestado 28	Comprador	6 años	Ferreyros S.A.
Encuestado 29	Asistente de compras	4 años	Nexa Resources Peru S.A.A.
Encuestado 30	Analista de compras	6 años	Cia Minera Santa Luisa S A
Encuestado 31	Jefe de almacén	7 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 32	Comprador	4 años	lesa S A
Encuestado 33	Almacenero	3 años	Union de Concreteeras S.A
Encuestado 34	Comprador	3 años	Cia Minera Santa Luisa S A
Encuestado 35	Transportista	5 años	Ferreyros S.A.
Encuestado 36	Comprador	4 años	Volcan Compania Minera S.A.A.
Encuestado 37	Asistente de compras	6 años	Cia Minera Santa Luisa S A
Encuestado 38	Almacenero	5 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 39	Transportista	7 años	Incimmet S.A.
Encuestado 40	Jefe de almacén	8 años	Union de Concreteeras S.A
Encuestado 41	Gerente de Operaciones	15 años	Compañía Minera Antamina S.A.
Encuestado 42	Comprador	4 años	Volcan Compania Minera S.A.A.
Encuestado 43	Comprador	4 años	Nexa Resources Peru S.A.A.
Encuestado 44	Asistente logístico	3 años	Volcan Compania Minera S.A.A.
Encuestado 45	Técnico de mantenimiento	5 años	Cia Minera Santa Luisa S A
Encuestado 46	Jefe de mantenimiento	8 años	Compañía Minera Antamina S.A.
Encuestado 47	Comprador	5 años	Nexa Resources Peru S.A.A.
Encuestado 48	Gestor administrativo	6 años	Compañía Minera Antamina S.A.
Encuestado 49	Transportista	7 años	Metal Tecnica S.A.
Encuestado 50	Asistente de compras	7 años	Compañía Minera Antamina S.A.
Encuestado 51	Comprador	8 años	Consorcio Minero Horizonte S.A.
Encuestado 52	Asistente logístico	4 años	Incimmet S.A.
Encuestado 53	Analista de compras	6 años	Compañía Minera Luren S A
Encuestado 54	Almacenero	4 años	Volcan Compania Minera S.A.A.
Encuestado 55	Jefe de almacén	9 años	lesa S A
Encuestado 56	Comprador	6 años	Nexa Resources Peru S.A.A.
Encuestado 57	Transportista	3 años	Volcan Compania Minera S.A.A.
Encuestado 58	Comprador	7 años	Robocon Servicios S.A.C.
Encuestado 59	Almacenero	3 años	Nexa Resources Peru S.A.A.
Encuestado 60	Comprador	6 años	Volcan Compania Minera S.A.A.

## ANEXO 6: PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS EN EL SECTOR MINERO

En el siguiente cuadro, se muestra una relación de los repuestos con mayor rotación dentro del grupo de clientes que adquieren repuestos para maquinaria pesada en el rubro minero.

En su mayoría, se tratan de repuestos para las maquinarias de excavación como los camiones gigantes de 400 toneladas y los cargadores de bajo perfil.

Principales Repuestos Importados 2020 SECTOR MINERO		
Producto	Partida Arancelaria	País de Procedencia
BOMBAS PARA HORMIGÓN	84.13.40.00.00	Estados Unidos
BOMBAS DE CONCRETO/GRAMPAS	84.13.91.90.00	Italia
VÁLVULA LIMITADORA DE PRESIÓN	84.81.10.00.90	Alemania
ABARZADERA DE MANGUERA	84.79.90.00.00	Alemania
INYECTOR DE BOMBA	84.13.91.30.00	Alemania
HORMIGONERA	87.05.40.00.00	España
MANGUERAS DE TRANSPORTE	59.09.00.00.00	España
TUBOS Y PERFILES HUECOS	73.06.90.00.00	Korea
CONTACTOR TRIFÁSICO	85.36.20.90.00	Korea
BOCINA	84.83.30.90.00	Finlandia
AROS DE OBTURACIÓN	84.85.90.20.00	Finlandia
TORNILLOS HEXAGONALES DE USO MINERO	73.18.15.90.00	Taiwan
DISCOS DE JEBE PARA EQUIPOS DE PERFORACIÓN	40.16.99.10.00	Austria