



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON
LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL
CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. NELLY VILCA YANA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

JULIACA- PERÚ

2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON
LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL
CONSORCIO SUR, JULIACA – 2025**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. NELLY VILCA YANA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

: 
Dr. HILARIO CONDORI MAMANI

PRIMER MIEMBRO

: 
Dra. BERTHA BEJAR PARRA

SEGUNDO MIEMBRO

: 
CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI

ASESOR DE TESIS

: 
Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : CONTABILIDAD ECONÓMICA - P15



RESOLUCIÓN N° 367-2025-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 18 de diciembre del 2025

VISTOS: El Oficio No 053-2025-DUI-FCCF-UANCV de fecha 18 de diciembre del 2025, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el **Expediente N° CU – 12396** presentado por el (la) Bachiller: **VILCA YANA NELLY**, quien **solicita nominación jurados, fecha y hora de sustentación**, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL COSORCIO SUR, JULIACA - 2025** para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras,

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y la Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **VILCA YANA NELLY**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL COSORCIO SUR, JULIACA - 2025** para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

Presidente	: Dr. HILARIO CONDORI MAMANI
1er Miembro	: Dra. BERTHA BEJAR PARRA
2do Miembro	: CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI
Asesor	: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

ARTÍCULO TERCERO.- PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: LUNES 22 de diciembre del 2025
Hora	: 10:00 A.M

ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Jurados	(3)
- Interesados	(1)2
- Archivo	(1)





RESOLUCIÓN N° 439 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 09 de setiembre del 2025

Visto: el Expediente N° 2025-CU-7669 de fecha 04 de setiembre del 2025, del **Bach. VILCA YANA NELLY**, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **CONTABILIDAD**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. VILCA YANA NELLY**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N° 159-2025-DUI-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema: **GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025**, presentado por el (la) Bachiller: **VILCA YANA NELLY**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**.

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. Yudy Huacani Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



RESOLUCIÓN N° 159 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 19 de junio del 2025

Visto: el Expediente N° 3921 de fecha 30 mayo del 2025, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **VILCA YANA NELLY**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025**, la misma que pertenece a la línea de investigación: **CONTABILIDAD ECONÓMICA – P15**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboro la propuesta del (a) ASESOR (a) **DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN de La Propuesta de Investigación Titulado: **GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025**, presentado por el (la) Bachiller. **VILCA YANA NELLY**, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER como ASESOR(a) al (a): **DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)



UNIVERSIDAD ANDINA
NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

Dra. Bertha Bejar Parra
DIRECTORA(e) DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

23%

FUENTES DE INTERNET

11%

PUBLICACIONES

15%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Andina Nestor
Caceres Velasquez

Trabajo del estudiante

2%

2

hdl.handle.net

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

5

www.coursehero.com

Fuente de Internet

1%

6

Submitted to Universidad Privada del Norte

Trabajo del estudiante

1%

7

Submitted to uncedu

Trabajo del estudiante

1%

8

repositorio.uap.edu.pe

Fuente de Internet

1%



Metadatos complementarios - UANCV

GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	NELLY VILCA YANA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	44549846
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0000-8038-729X
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-3275-5586
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	HILARIO CONDORI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02385723
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	BERTHA BEJAR PARRA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02387777
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01328058



Datos de investigación	
Línea de investigación	CONTABILIDAD ECONÓMICA - P15
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca Coordenadas: Latitud: -15.491270 Longitud: -70.148686 https://maps.app.goo.gl/UNxUsAhGyjqbchTP6 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Junio 2025 – Diciembre 2025
URL de disciplinas OCDE https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00 (concytec-pe.github.io)	Ciencias sociales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00 Administración pública https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02

UNIVERSIDAD NACIONAL
"NESTOR CACERES VELASQUEZ"
Dr. Yany Huancu Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN PUNO



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo NELLY VILCA YANA, identificado con DNI

Nro. 44549846 en mi condición de egresado de:

☒ Escuela Profesional

☐ Programa de Segunda Especialidad,

☐ Programa de Maestría o Doctorado

CONTABILIDAD

informo que he elaborado el/la ☒ Tesis o ☐ Trabajo de Investigación, ☐ Trabajo Académico denominada:

GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL
CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y no existe plagio/copia de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca, de 31 Diciembre del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)


FIRMA (obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A Dios, por darme la vida, la salud y la fortaleza necesarias para culminar con éxito esta etapa importante de mi formación profesional.

A mi familia, por su apoyo incondicional, sus palabras de aliento. A mis padres, que con esfuerzo, dedicación y sacrificio hicieron posible que hoy pueda cumplir una de mis metas.

Dedico también este logro a todas aquellas personas que, de una u otra manera, me acompañaron en este camino y me motivaron a seguir adelante.

Nelly Vilca Yana



AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez por abrirme las puertas y brindarme las herramientas necesarias para desarrollarme tanto académica como profesionalmente.

Agradezco a mi asesora, la doctora Yudy Huacani Sucasaca, por su tiempo, orientación y compromiso en cada etapa de la elaboración de esta tesis. Sus observaciones y sugerencias fueron valiosas para perfeccionar este trabajo.

De igual manera, expreso mi gratitud a todos los docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad, quienes, con su conocimiento y dedicación, contribuyeron a mi formación.

Nelly Vilca Yana



INDICE GENERAL

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
INDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
RESUMEN	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	xix
CAPITULO I.....	21
ASPECTOS GENERALES	21
1.1. Descripción del problema	21
1.2. Formulación del problema	23
1.2.1. Problema principal	23
1.2.2. Problemas específicos	23
1.3. Justificación.....	23
1.4. Objetivos	24
1.4.1. Objetivo general	24
1.4.2. Objetivos específicos	24
1.5. Importancia	25
1.6. Limitaciones.....	26
CAPÍTULO II.....	28
FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	28
2.1 Antecedentes	28



2.1.1. A nivel internacional	28
2.1.2. A nivel nacional	30
2.1.3. A nivel local	32
2.2. Marco epistemológico.....	35
2.1.4. Gestión logística.....	35
2.1.5. Dimensiones de la Gestión Logística	36
2.1.6. Teorías de la variable gestión logística	37
2.1.7. Satisfacción del Cliente	39
2.1.8. Dimensiones de la satisfacción del cliente	40
2.1.9. Teorías de la variable satisfacción del cliente	41
2.3. Estado de arte.....	44
2.4. Marco epistemológico.....	47
CAPÍTULO III	55
METODOLOGÍA Y RESULTADOS	55
3.1. Métodos de investigación.....	55
3.1.2. Enfoque de la investigación	55
3.1.3. Tipo de investigación	56
3.1.4. Nivel de investigación	56
3.1.5. Diseño de investigación	56
3.1.6. Población y muestra	56
3.1.7. Técnicas e instrumentos	57
3.1. Método aplicado a la investigación	58
3.1.1. Procedimiento de tratamiento de datos.....	58
3.1.2. Codificación de respuestas	58
3.1.3. Evaluación de distribución de datos.....	59



3.1.4. Análisis de la relación entre las variables	59
3.1.5. Herramientas y software utilizado	59
3.1.6. Confiabilidad y validez del instrumento	60
CAPÍTULO VI.....	62
RESULTADOS.....	62
4.1. Análisis de datos	62
4.1.1. Cálculo del coeficiente de correlación de Spearman	62
4.1.2. Resultados descriptivos	66
4.1.3. Rangos y distribución de respuestas sobre gestión logística	67
4.1.4. Rangos y distribución de respuestas sobre gestión logística	68
4.1.5. Variable gestión logística	69
4.1.6. Dimensiones de la gestión logística	72
4.1.7. Variable gestión logística	77
4.1.8. Dimensiones de la gestión logística	79
4.1.9. Contrastación de hipótesis	85
4.2. Diseminación de los hallazgos.....	91
CONCLUSIONES	95
RECOMENDACIONES	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	99
ANEXOS	104



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Confiabilidad de los instrumentos.....	60
Tabla 2	Validez de los instrumentos.....	61
Tabla 3	Datos de las correlaciones	63
Tabla 4	Coeficiente de correlación	63
Tabla 5	Valores para hallar el valor crítico	64
Tabla 6	Composición demográfica de la muestra	66
Tabla 7	Rango de respuestas para la variable gestión logística	67
Tabla 8	Distribución de las respuestas sobre la variable 1.....	68
Tabla 9	Rango de respuestas para la variable satisfacción del cliente	68
Tabla 10	Distribución de las respuestas sobre la variable 1.....	69
Tabla 11	Distribución de respuestas para la variable gestión logística	69
Tabla 12	Distribución de respuestas para la dimensión atención al cliente ...	72
Tabla 13	Distribución de respuestas para la dimensión distribución	74
Tabla 14	Distribución de respuestas para la dimensión control de inventarios	75
Tabla 15	Distribución de respuestas para la dimensión procesamiento de pedidos.....	76
Tabla 16	Distribución de respuestas para la variable satisfacción del cliente	77
Tabla 17	Distribución de respuestas para la dimensión calidad de servicio...	80
Tabla 18	Distribución de respuestas para la dimensión fiabilidad	84
Tabla 19	Resultados descriptivos.....	85
Tabla 20	Resultados de la prueba de normalidad	86



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Gráfico de zona de aceptación y rechazo	64
Figura 2	Representación gráfica de la correlación de Spearman	65
Figura 3	Gráfico de barras sobre la frecuencia de la gestión logística	71
Figura 4	Gráfico circular sobre la frecuencia de gestión logística.....	71
Figura 5	Gráfico de barras de la distribución de respuestas.....	73
Figura 6	Gráfico de barras de la distribución de respuestas.....	74
Figura 7	Gráfico de barras de la distribución de respuestas.....	75
Figura 8	Gráfico de barras de la distribución de respuestas.....	76
Figura 9	Gráfico de barras sobre la frecuencia de la satisfacción del cliente	78
Figura 10	 Gráfico circular sobre la frecuencia de satisfacción del cliente	79
Figura 11	Gráfico de barras de la distribución de respuestas.....	81
Figura 12	Gráfico de barras de la distribución de respuestas.....	84
Figura 13	Gráfico del Q-Q (cuantil-cuantil)	91



RESUMEN

En el actual entorno empresarial competitivo, la calidad visual de la logística ha pasado a ser un factor determinante de fidelidad del cliente para mejorar la percepción del servicio recibido. En el actual entorno de negocio competitivo, la calidad del servicio logístico ha pasado a ser un factor determinante de fidelidad del cliente para mejorar la percepción del servicio recibido. El objetivo principal del estudio fue determinar la relación que existe entre la gestión logística con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025. La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo de tipo de investigación corresponde a investigación básica, el nivel fue correlacional y el diseño utilizado fue no experimental. El método utilizado fue el hipotético-deductivo. La población estuvo conformada por clientes de la corporación Sur, tratada como infinita debido a su alta variabilidad diaria. Se aplicó un muestreo probabilístico, obteniendo una muestra de 150 clientes, calculada según la fórmula para poblaciones infinitas. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario estructurado tipo Likert de cinco puntos. Los resultados revelaron que hay una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, con un coeficiente de correlación de $p = 0.33$ y un valor $p = 0.000$, lo cual afirma que las mejoras en la logística interna, el manejo de inventarios, la distribución del producto, la actividad de ventas y la atención al cliente ayudan a satisfacción general del cliente. Las dimensiones de atención al cliente y distribución fueron las que tuvieron mayor influencia en la satisfacción. Se identificaron áreas de mejora en la distribución de productos y el control de inventarios, donde se reportaron deficiencias que afectan la percepción del servicio. Tales resultados ponen de manifiesto la necesidad de optimizar los procesos logísticos de la organización con el propósito de mejorar la experiencia del cliente, y por tanto mejorar la competitividad del Consorcio Sur.

Palabras claves: Clientes, control de inventarios, distribución, gestión logística, satisfacción, servicio al cliente.



ABSTRACT

In today's competitive business environment, the visual quality of logistics has become a determining factor in customer loyalty, improving the perception of the service received. In today's competitive business environment, the quality of logistics services has become a determining factor in customer loyalty, improving the perception of the service received. The main objective of the study was to determine the relationship between logistics management and customer satisfaction at Consorcio Sur, Juliaca – 2025. The research was carried out using a quantitative approach corresponding to basic research, the level was correlational, and the design used was non-experimental. The method used was hypothetical-deductive. The population consisted of customers of the Sur corporation, treated as infinite due to its high daily variability. Probabilistic sampling was applied, obtaining a sample of 150 customers, calculated according to the formula for infinite populations. The technique used was a survey, and the instrument was a structured five-point Likert-type questionnaire. The results revealed that there is a significant relationship between logistics management and customer satisfaction in Consorcio Sur, with a correlation coefficient of $\rho = 0.33$ and a $p\text{-value} = 0.000$, which confirms that improvements in internal logistics, inventory management, product distribution, sales activity, and customer service contribute to overall customer satisfaction. The dimensions of customer service and distribution had the greatest influence on satisfaction. Areas for improvement were identified in product distribution and inventory control, where deficiencies affecting service perception were reported. These results highlight the need to optimize the organization's logistics processes in order to improve the customer experience and, therefore, improve the competitiveness of Consorcio Sur.

Keywords: Customers, inventory control, distribution, logistics management, satisfaction, customer service.



INTRODUCCIÓN

La gestión logística, según refiere Sánchez et al., (2021) concibiéndola como el conjunto de procesos que permite planificar, implementar y controlar de manera eficiente el flujo de bienes, servicios e información desde el punto de origen hasta el consumidor final, se ha convertido en el eje central de las organizaciones en el entorno empresarial actual. Según Chirinos y Bermúdez (2024), la gestión logística comprende la puesta en común de las actividades claves correspondientes a la distribución, el almacenamiento, el control de los inventarios, y otras con miras a garantizar el cumplimiento de las exigencias del cliente y al entenderlas como aquellas necesarias para garantizar el cumplimiento de las exigencias del cliente al coste más bajo posible. Definir una logística eficiente supone que las operaciones internas de la organización serían más eficientes y, por lo tanto, reforzar la capacidad del ente frente a una realidad turbulenta o competitiva. Es en este contexto donde la gestión logística deviene un elemento estratégico para garantizar la operación continua, para minimizar las fallas dentro de la cadena de suministro, y para garantizar, al fin y al cabo, la rentabilidad.

De acuerdo con Silva et al., (2021) satisfacción del cliente, por otro lado, se define como la respuesta emocional o actitudinal del consumidor tras comparar sus expectativas con la experiencia real del servicio recibido. Rodríguez et al., (2023) argumentan que la satisfacción del consumidor es uno de los indicadores más representativos de la información acerca del desempeño de la empresa, dado que está fuertemente asociada con la lealtad del consumidor y, por lo tanto, con la viabilidad de la empresa. La satisfacción del cliente parte de una serie de factores, que son la calidad del servicio, la fiabilidad del proveedor y la disponibilidad para atender necesidades. Para Miranda et al., (2021), la satisfacción del cliente no solo debe considerarse un resultado, sino un proceso dinámico que requiere ser



monitoreado constantemente a fin de generar mejoras continuas en la prestación de servicios.

El vínculo entre la gestión logística y la satisfacción al cliente ha sido un tema de interés en varios estudios dado que los dos enfoques dependen una de otra. Bermeo et al., (2024), sostienen que una correcta gestión logística tiene impacto positivo en la percepción del cliente con respecto a la empresa por asegurar la puntualidad en las entregas, la disponibilidad de los productos requeridos y la solución oportuna de los problemas planteados y que las decisiones logísticas son determinantes en la experiencia del cliente, y que la optimización de determinados procesos, como el manejo de inventarios o el procesamiento de órdenes, puede redundar en una mejora significativa del grado de satisfacción en los clientes. En el contexto latinoamericano, Manrique et al., (2019) recogen que muchas empresas todavía sufren de problemas logísticos de base estructural que les limitan de cara a ser competitivos y les pueden perjudicar en la relación con los mismos. En este sentido, la relación que se establece entre logística y satisfacción del cliente, no se presenta únicamente como una necesidad operativa, sino que se alimenta de la voluntad de conducir la mejora de la logística hacia el logro de ventajas competitivas como uno de los elementos que aseguran su sostenibilidad.

No obstante, diferentes investigaciones han demostrado cómo una mala gestión logística puede conducir a resultados no óptimos en la percepción del servicio. López et al., (2021) la ausencia de procesos logísticos estructurados (por ejemplo, la distribución ineficiente o el desorden en la gestión de inventarios) suele desencadenar retrasos, rupturas de stock, reclamaciones o solicitudes de información que finalmente socavan la confianza del cliente.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Descripción del problema

En el actual contexto, la gestión logística se ha transformado en un aspecto fundamental para la capacidad de conseguir una alta eficiencia operativa y también satisfactoria de los clientes. Una logística crediticia, estructurada e implantada permite no cumplir con las restricciones de tiempo de entrega, sino que muestra capacidad de satisfacer las demandas del mercado, de modo que además aporta músculo al lograr la optimización de costos, recursos (Zelada, 2022).

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2022), una de las principales limitaciones en la región es la inmadurez tecnológica para administrar la distribución de los productos a los que estaban expuestos, lo que queda reflejado en el índice de desempeño logístico que le obtiene una puntuación media de 2,66 sobre 5, calificación por debajo de zonas como Europa con un 3,4, Asia Oriental y el Pacífico con un 3,13 y Oriente Medio y África del Norte con un 2,78, lo que sin duda condiciona la experiencia del cliente.

En la misma línea, según datos del Banco Mundial (2023), mediante el Índice de Desempeño Logístico (LPI), reportó que el Perú alcanzó un puntaje de 2,6 sobre 5, por debajo del promedio regional de 2,7, mientras que países como



Brasil obtuvieron 3,2 y Singapur lideró con 4,3. Esta situación evidencia las limitaciones estructurales del país en materia logística.

En el ámbito nacional, según la revista Logistec (2021), advierte que el sistema logístico peruano atraviesa una etapa crítica, principalmente por el déficit de infraestructura, lo cual incrementa los costos de operación. Asimismo, señala que muchas pequeñas y medianas empresas continúan dependiendo de procesos manuales para la gestión logística, lo que limita su capacidad de respuesta frente a los retos actuales.

Este contexto también se refleja a un nivel local. La ciudad de Juliaca es un espacio también muy competitivo para el Consorcio Sur, en donde la logística suele ser un dato importante para satisfacer a sus clientes. A partir de las indagaciones, el Consorcio Sur tiene problemas en el procesamiento de pedidos, con errores en los mismos y demoras que podrían producir insatisfacción del cliente.

A su vez, se ha llegado a la conclusión de que existe una mala gestión sobre los inventarios, que se traduce en una escasez de disponibilidad de productos, lo que acarrea la pérdida de ventas y en consecuencia la pérdida de la confianza sobre la empresa por parte del cliente. La atención al cliente demuestra que no existe una atención postventa, una gestión de reclamaciones escasa, lo que también genera insatisfacción y posible pérdida de clientes de servicios. Dicha problemática constituye una gestión logística deficiente que impacta negativamente en la satisfacción del cliente y, por tanto, pone en peligro la posición competitiva de la empresa en el mercado local.

Si el Consorcio Sur no mejora la gestión logística, la insatisfacción de los clientes iría en aumento y probablemente una disminución de participación en el

mercado e ingresos. La falta de eficiencia logística podría llevar a la empresa a una posición de desventaja frente a competidores.

Para poder revertir esta situación, la empresa debe adoptar estrategias de mejora en su gestión logística como la implementación de sistemas de información para el control de inventarios y el seguimiento de pedidos y la formación del personal en atención al cliente ya que estas acciones contribuirían a mejorar la eficiencia operativa y a reducir errores y tiempos de entrega con lo cual se aumentaría la satisfacción y fidelización del cliente.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿Qué relación existe entre la gestión logística con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre la atención al cliente con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025?
- ¿Qué relación existe entre la distribución con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025?
- ¿Qué relación existe entre el control de inventarios con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025?
- ¿Qué relación existe entre el procesamiento de pedidos con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025?

1.3. Justificación

Desde el plano teórico, esta investigación es relevante porque permite analizar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente, dos variables clave en el contexto empresarial actual. Contribuye al conocimiento

académico al aportar evidencia empírica que respalda teorías sobre la importancia de una logística eficiente en la percepción del servicio por parte del cliente.

En el ámbito práctico, el estudio permite identificar los aspectos logísticos que requieren mejora en Consorcio Sur Juliaca, a fin de optimizar los procesos internos y elevar la satisfacción de sus clientes. Los resultados pueden ser utilizados por la empresa para tomar decisiones que fortalezcan su competitividad en el mercado local.

Desde el enfoque metodológico, se aplica un diseño cuantitativo que posibilita medir, analizar y establecer relaciones estadísticas entre las variables estudiadas. Esto garantiza la objetividad y rigurosidad del estudio, así como la posibilidad de replicarlo en contextos similares.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la gestión logística con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre la atención al cliente con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025.
- Determinar la relación que existe entre la distribución con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025.
- Determinar la relación que existe entre el control de inventarios con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025.

- Determinar la relación que existe entre el procesamiento de pedidos con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025.

1.5. Importancia

La presente investigación se desarrolló en el ámbito geográfico de la ciudad de Juliaca, ubicada en la región Puno, Perú. Específicamente, el estudio se centró en el Consorcio Sur, una empresa del sector comercial que brinda atención al público mediante la venta y distribución de lubricantes. La elección de esta empresa se fundamenta en su importancia dentro del mercado local y en los desafíos logísticos que enfrenta para satisfacer adecuadamente las demandas de sus clientes.

La importancia se debe a su pertinencia territorial, el estudio aporta datos situados en Juliaca, donde los tiempos de despacho, el abastecimiento y atención pos venta en el Consorcio Sur indican en la experiencia del comprador y su posterior fidelización.

Del mismo modo, evidencia del valor estratégico para la gestión en cuanto a inventarios, reposición, rutas y tiempos de entrega del mismo modo, el aprovisionamiento, distribución y almacenamiento de los productos; los cuales deben medirse con indicadores de satisfacción en cuanto a la atención de reclamos, rapidez, entre otros.

El estudio es importante porque contribuye a la competitividad entre otras empresas que vinculen la eficiencia logística al permitir identificar dificultades que perjudican la repetición de la compra y la posición de Consorcio Sur frente a otras empresas competidoras del rubro de lubricantes en la ciudad de Juliaca.



Asimismo, integra la percepción de los clientes ocasionales y clientes fijos para orientar mejorar específicas y sostenibles en la experiencia.

La investigación desarrollada produce hallazgos sólidos para replicar en otras empresas con características similares del sector regional, aportando criterios para estandarizar prácticas y mejora del servicio con desafíos logísticos comparables.

1.6. Limitaciones

Algunas dificultades encontradas a lo largo del estudio es que se circunscribió únicamente al Consorcio Sur de Juliaca, restringiendo de esta manera la posibilidad de encontrar evidencia en otras empresas del sector comercial. Para compensar la falta de evidencia se profundizó en el análisis interno de la organización, asimismo de evidencia encontrada en literatura especializada, permitiendo la validez teórica de las conclusiones encontradas.

En cuanto a la limitación temporal, establecida entre junio y julio, condicionó la recolección de información en un periodo determinado, de modo que no refleja variaciones estacionales en la gestión logística ni la percepción de los clientes. Sin embargo, a pesar del tiempo acortado, se garantizó la pertinencia mediante la aplicación en momentos altos de actividad comercial.

Otra limitación estuvo relacionada con el instrumento de recolección, las encuestas en específico, quedando a disposición y sinceridad de los clientes. Esto pudo generar posibles sesgos de respuestas influenciadas por experiencias recientes. Para reducir el sesgo se aplicaron las encuestas de manera presencial favoreciendo la confiabilidad.

Finamente, existieron factores externos no controlados, como proveedores, clima, restricciones locales que incidieron en los plazos y



disponibilidad sin ser modeladas explícitamente. Motivo por el cual se registró,
lo cual permitió reconocer su incidencia sin comprometer la validez del estudio.



CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1 Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

López et al. (2021), llevaron a cabo para analizar la gestión logística en la industria salinera del departamento de La Guajira, Colombia, y el principal objetivo que tuvo la investigación fue identificar los factores que optimizan la gestión. La metodología tiene un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. La población fue no probabilística. La gestión logística en la industria salinera de Guajira funciona más o menos. Las falencias se observan en los segmentos de la logística interna y externa, así como en algunos procesos logísticos, mientras que en la planificación de compras y en las estrategias logísticas. En otras palabras, la mejora de la logística interna (bodega y control de inventarios), el transporte, la calidad de los servicios y la tecnología, son determinantes en la eficiencia logística en la industria salinera de La Guajira.

Flores (2021), realizó una tesis la cual tiene como objetivo determinar en qué medida la logística integral se relaciona con la satisfacción del cliente de los servicios logísticos en Guayaquil. La investigación es cuantitativa de tipo aplicada de nivel correlacional y con diseño no experimental. La población es de un total de 10 empresas. La muestra es la misma totalidad de la población. La



prueba estadística arrojó un resultado de $p < 0,05$, por lo que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la relación, en este caso, entre ambas variables. Los coeficientes Tau_b de Kendall (0,321) y Spearman (0,324) con $p = 0,000$ aquí se concluye que hay una limitación moderada positiva entre las variables. El factor de producción influye significativamente en la satisfacción del cliente. En suma, existe una relación positiva entre la logística integral y la satisfacción del cliente. Es decir, entre más innovación tenga en su proceso logístico, será más eficiente. Por lo tanto, será competitivo en el mercado.

Ariza y Rodríguez (2022), en su estudio se propone determinar la relación que existe entre los Sistemas Integrados y la gestión logística del sector industrial en Bogotá, el cual se fundamenta en una metodología de tipo cualitativa de nivel descriptivo con diseño no experimental, siendo la población no probabilística. Los resultados evidencian que la adecuada preparación de los componentes humanos, materiales e intelectuales es clave. Así, la introducción de un Sistema de Gestión Integrado –SIG- es el primer paso que puede conducir a la optimización de los procesos, productividad, reducción de costes y, por lo tanto, a un aumento de la competitividad. La interrelación de la calidad, el medio ambiente y la seguridad laboral sumada a una gestión operativa logística por indicadores y buenas herramientas tecnológicas que relacionan la realidad de la gestión logística correcta fueron claves para las decisiones, la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los requisitos internacionales. Las pymes se deben adaptar para competir mediante sistemas de gestión y logística competitivos eficaces, los cuales sin duda les aportarán competitividad y rendimiento.



2.1.2. A nivel nacional

Flores y Huamancaja (2024), en su estudio tuvo como objetivo determinar en qué medida la gestión logística se relaciona con la satisfacción de los clientes internos de la Municipalidad Distrital de Vinchos, 2023. La metodología es de enfoque cuantitativo de tipo aplicada de nivel correlacional con diseño no experimental. La población es de 136 clientes. La muestra es la misma totalidad de la población. Como resultado la mayoría de los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Vinchos labora por locación de servicios (82%), enfrentan demoras en pagos y atención de bienes (45% y 43%), perciben deficiente gestión de inventarios (67%), baja dotación de equipos (71%), control de stock ineficiente (73%), baja calidad de bienes (80%), mala organización de almacenes (83%), poca seguridad laboral (75%), retrasos logísticos (87%), escasa motivación (79%) y falta de objetivos claros (82%). En conclusión, La gestión logística influye en la satisfacción y cumplimiento de metas en la Municipalidad de Vinchos.

Rengifo (2023), en su investigación el objetivo fue determinar la relación que existe entre la Gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa DIREOR Juanjuí, 2021. La metodología de la investigación es básica de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo correlacional no experimentales. La población es de 322 clientes. La muestra es de 54 clientes. Como resultado el 74.1% percibe gestión logística regular y el 72.2% satisfacción media; hubo una correlación positiva media entre gestión logística y satisfacción ($Rho=0.416$; $p=0.002$), existiendo relación significativa con abastecimiento y almacenamiento, pero no con gestión de proveedores. Para resumir, la gestión logística, abastecimiento y



almacenamiento influyen en la satisfacción del cliente en DIREOR-Juanjuí, siendo la gestión de proveedores sin relación significativa.

Noriega (2023), en su tesis tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente de una empresa agroexportadora, 2023. La metodología utilizada es de enfoque cuantitativo de tipo aplicada de nivel descriptivo y correlacional con diseño no experimental. La población está conformada por 50 clientes. La muestra es la misma población. Como resultado se tiene que de los 50 clientes, el rango estando "De acuerdo" varió entre el 24% y 36% y el rango siendo "Neutral" entre el 32% y 42%, así mismo, la inconformidad estuvo en un rango cuya tendencia fue entre el 14% y el 30%, lo que demuestra una tendencia hacia lo neutro y de acuerdo moderadamente. Como conclusión diremos que la gestión logística y sus dimensiones mantienen niveles significativamente moderados altos respecto a la satisfacción del cliente de la empresa agroexportadora.

Rivas (2024), en su investigación tuvo como objetivo determinar la relación de la gestión logística con la satisfacción del cliente de la empresa GESELEC S.A.C. en Lima 2023, con enfoque global. La metodología es de tipo aplicada de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo y correlacional con diseño no experimental. La población es de 100 clientes. La muestra es un total de 80 clientes. Como resultado se evidenció que el 82% valoró el precio, el 46% consideró adecuado el abastecimiento, el 51% la atención de pedidos, el 43% la respuesta ante pedidos imprevistos, el 38% la disponibilidad de stock, el 69% el buen estado de productos, el 51% el despacho, el 55% la distribución y el 43% el tiempo de entrega; además, solo el 34% percibió atención oportuna de reclamos y excelente servicio. En conclusión, se confirmó que la gestión logística

y sus dimensiones (compras, stock, almacenamiento y transporte) se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en Geselec SAC.

Rivera y Rua (2024), en su tesis tuvo como objetivo determinar la relación de la gestión logística y satisfacción de los clientes de la empresa de avituallamiento General Service of Excellence SAC, Lima 2022. La metodología adoptada fue de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo con diseño no experimental. La Población fue de 150 capitanes, la Muestra fue un total de 59 capitanes. Los resultados fueron que los instrumentos fueron confiables y existe correlación positiva entre gestión logística y satisfacción del cliente, ($\rho=0.547$); el 89.83% destacó el alto impacto de la gestión logística mientras que el 94.92% mostró una alta valoración respecto a la satisfacción del cliente. En conclusión, se confirmó la relación positiva entre gestión logística y satisfacción de los clientes; la gestión de compras y almacenes fue adecuada y el transporte y la logística inversa requerían mejoras; las áreas clave para la satisfacción de los clientes fueron almacenes y transporte.

2.1.3. A nivel local

Huanca (2022), en su tesis tuvo como objetivo encontrar la correlación entre la Gestión Logística y la Productividad, en el caso de la empresa Negolatina de la ciudad de Puno, correspondiente al año 2021. Con un tipo de investigación de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo y con diseño no experimental de tipo transversal, la población estaba constituida por 31 individuos, siendo la misma población la muestra. Dentro de los resultados, el 61.3 % reportó deficiencias en provisión, el 67.7 % en almacenamiento y el 58.1 % en distribución de mercancía en la empresa Negolatina. Las correlaciones con la productividad eran positivas pero débiles, siendo las correlaciones respectivas en provisión 0.252,



almacenamiento 0.488 y distribución 0.238, lo que hace muy clara la limitada influencia de las dimensiones de la gestión logística respecto al rendimiento laboral. Por último, se llegó a la conclusión que la dirección logística y sus dimensiones tienen relación positiva débil con la productividad en la empresa Negolatina de la ciudad de Puno.

Tipula (2024), en la investigación tuvo como objetivo el determinar la influencia de la manera de gestionar la logística en el proceso de adquirir bienes y servicios de la Municipalidad Distrital de Huatasani, periodo 2021 - 2022. La metodología es de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo y correlacional, de diseño no experimental. La población es un total de 30 trabajadores. La muestra es la misma totalidad de la población. Como resultados se evidenció que gran parte de los funcionarios muestra dudas sobre la gestión logística: 20% dudas sobre la certificación de proveedores, 27% sobre la planificación de compras, 47% sobre la gestión de inventarios y 50% sobre la certificación presupuestal, lo que refleja fallas en control y planificación. En conclusión, la gestión logística, compras e inventarios tienen incidencia en las contrataciones de la Municipalidad de Huatasani, con significancia estadística, que más del 40% de los funcionarios muestran dudas sobre la certificación, la planificación y el control de los procesos.

Chambi (2024), en su investigación el objetivo principal fue dar respuesta al interrogante de si existe relación entre la gestión de la logística y el control de stock en el supermercado Plaza Vea de la ciudad de Puno, pero en el año (2021). La investigación por su parte tiene su enfoque cuantitativo y corresponde a una investigación descriptiva y correlacional, no experimental. La población es un total de 40 trabajadores. La muestra es la misma cantidad de la población. Como



resultado la mayoría de los trabajadores indicó una gestión frecuente en compras (62.5 %), control de stocks (77.5 %), inventarios (45 %), almacenamiento (57.5 %) y transporte (40 %), con correlaciones positivas débiles entre estas áreas y el control de stocks (0.364 a 0.497). En conclusión, se halló una correlación positiva débil entre las dimensiones de gestión logística y el control de stocks en Plaza Veá, con hipótesis aceptadas en todos los casos, debido a valores p menores a 0.05.

Concha (2024), en su tesis el objetivo fue determinar la relación que existe entre la gestión logística y la competitividad empresarial en las MYPES comerciales del sector ferretero de la ciudad de Puno, 2023. La metodología es de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo con diseño no experimental. La población es de 303 personas. La muestra es un total 101 personas. Como resultado se encontró una correlación positiva moderada entre la gestión logística y la competitividad empresarial en las MYPES del sector ferretero de Puno, obteniendo coeficientes de Spearman entre 0.428 a 0.568, todos con significancia = 0.000. Los porcentajes de evaluación de los empresarios fueron 56% en logística, 54% en compras, 65% en inventarios, 66% en distribución y 59% en transporte. Por lo que se acepta la hipótesis de investigación. En conclusión, se encontró correlación positiva moderada entre la gestión logística y la competitividad empresarial en las MYPES ferreteras de Puno, lo que lleva a la importancia de la optimización de compras, transporte, almacén e inventarios.

2.2. Marco epistemológico

2.1.4. Gestión logística

Se relaciona con el proceso de planificación, puesta en marcha y control del flujo eficaz de productos, servicios e información desde el suelo de origen hasta la entrega del consumo, con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor. En este sentido, la logística considera otras actividades como el transporte, el almacenaje, el inventario, el trámite de pedidos, etc. De tal forma que se pretenda mejorar el servicio al consumidor y reducir los costes de operación (Flórez, 2022)

Asimismo Aleman et al., (2021), la gestión logística integra la coordinación de actividades clave como el abastecimiento, almacenamiento, distribución y transporte, con el propósito de optimizar recursos, reducir tiempos y asegurar la entrega eficiente de productos. Esta gestión se considera fundamental para alcanzar altos niveles de satisfacción del cliente y una adecuada respuesta a la demanda del mercado.

Para Díaz y Salazar (2021), la gestión logística constituye una disciplina que aglutina a la par la planeación táctica y la operativa para controlar la fase del movimiento de los productos y la información en la cadena de suministro, buscando con ello garantizar la disponibilidad del producto, minimizar los costos logísticos y prestar un eficiente paquete de servicio al cliente, en la medida en que la gestión logística es un factor determinante en el resultado organizacional y en la fidelización del cliente.

Según Calva et al., (2024), refieren que la gestión logística trata de la toma de decisiones sistemáticas respecto al aprovisionamiento, al almacenaje, al control de inventarios y a la distribución, siendo su enfoque la eficiencia y la

mejora continua, logrando así que las empresas mantengan niveles óptimos de servicio, minimicen las pérdidas y atiendan adecuadamente las exigencias del mercado.

2.1.5. Dimensiones de la Gestión Logística

a) Atención al Cliente

Consiste en un conjunto de procedimientos que garantizan tanto la forma de atender las necesidades como las expectativas que presenta el cliente antes, durante y después de haber comprado un producto o un servicio. En este conjunto de acciones entran en juego aspectos tales como la disponibilidad del producto, condiciones de pago, promociones, resolución de dudas, trato del personal y cumplimiento de los acuerdos comerciales. Su correcta implementación provoca que la fidelización del cliente y la forma que tiene de percibir el servicio prestado se vea afectada (Lourdes et al., 2024).

b) Distribución

Constituye un proceso a partir del cual se coordina y se lleva a cabo el traslado físico de productos desde el centro de almacenamiento hasta el cliente final. Incluye el calendario de entrega, la determinación de rutas, el medio de transporte para el mismo estibaje, la protección de mercancías y la regulación de la puntualidad en los plazos. Su objetivo es lograr que el producto llegue al cliente de manera eficiente en las condiciones previamente pactadas, evitando el riesgo de equivocaciones, de demoras o de deterioro (Manrique et al., 2019).

c) Control de Inventarios

Se presenta como un sistema de gestión a partir del cual se pueden registrar, controlar y optimizar las existencias de productos que podemos encontrar en almacén, equilibrando de este modo la oferta y la demanda. Forma

parte de este sistema de gestión el establecimiento de procedimientos para la prevención de excesos o quiebras de stock, así como el control de las entradas y de las salidas de productos, llegando incluso a la realización de ajustes periódicos que provocan una mejora de la eficiencia (Solórzano y Mendoza, 2022).

d) Procesamiento de Pedidos

Conjunto de operaciones que permiten realizar el registro, la comprobación, la preparación y el despacho de las órdenes de compra de las cuales son partes las y los clientes. Dentro del proceso de gestión de órdenes de compra, se contempla la validación de datos, la comprobación de disponibilidad, la emisión del comprobante correspondiente y la coordinación con las secciones de almacén y transporte. Un correcto funcionamiento del proceso de gestión de órdenes de compra permite garantizar que las entregas sean correctas y puntuales, aumentando la satisfacción del cliente y la reducción de los errores logísticos (Manrique et al., (2019).

2.1.6. Teorías de la variable gestión logística

2.1.6.1. Enfoque de la cadena de suministro (Supply Chain Management – SCM)

El modelo de la cadena de suministro es uno de los modelos más firmes para explicar la gestión logística dentro de la empresa. Tal y como señala Manrique et al., (2019) , la cadena de suministro involucra todos los eslabones implicados, ya sea de forma directa o indirecta, en la satisfacción de las necesidades del cliente, considerando así toda aquella cadena de las empresas desde los proveedores de materia prima hasta el cliente final. Este modelo se ocupa de la integración y coordinación de los flujos de productos, información y



dinero a lo largo de todos los eslabones logísticos.

El enfoque enfatiza la colaboración entre socios estratégicos, la visibilidad de procesos y la toma de decisiones basadas en datos, para lograr eficiencia operativa, reducir tiempos de entrega, mejorar el nivel de servicio y disminuir los costos. La logística, como función operativa dentro de la cadena de suministro, tiene el papel de ejecutar eficientemente el almacenamiento, el control de inventarios, el transporte y la distribución, garantizando una respuesta rápida a la demanda.

En este sentido, la gestión logística ya no se concibe de manera aislada, sino como parte de un sistema interconectado que busca la optimización global. La importancia de este enfoque radica en su capacidad para generar ventajas competitivas sostenibles en un entorno de alta incertidumbre.

2.1.6.2. Teoría de los sistemas

La teoría de los sistemas, propuesta inicialmente por Ludwig von Bertalanffy, ha sido adaptada al campo logístico para comprender las organizaciones como sistemas abiertos que interactúan con su entorno. Esta perspectiva sostiene que la empresa debe ser vista como un conjunto de elementos interrelacionados, cuyo funcionamiento armónico permite alcanzar los objetivos organizacionales (Ronquillo et al., 2024).

Aplicada a la gestión logística, esta teoría permite analizar cómo cada componente compras, inventarios, almacén, distribución, atención al cliente forma parte de un sistema mayor, en el cual cualquier cambio o fallo en un subsistema impacta al conjunto. Bajo esta lógica, la eficiencia logística depende de la coordinación, retroalimentación y adaptación de todos los procesos logísticos, y no solamente de mejoras aisladas.

Esta perspectiva es especialmente útil en escenarios donde se requiere comprender la complejidad y dinamismo de la cadena logística. Además, esta teoría fomenta la toma de decisiones basadas en datos y resultados globales, más allá de los indicadores individuales. Por ejemplo, una empresa puede tener una excelente gestión de inventarios, pero si su distribución es deficiente, el sistema logístico en su conjunto fracasa. Por lo tanto, la interdependencia, el control sistémico y la visión integral son principios clave de esta teoría.

2.1.7. Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente es una evaluación emocional y cognitiva que realiza el consumidor tras experimentar un servicio o adquirir un producto. Se genera al comparar las expectativas previas con los resultados percibidos. Si el desempeño recibido cumple o supera lo esperado, se produce una experiencia satisfactoria. Es esencial para la gestión empresarial, ya que influye directamente en la fidelización, el comportamiento de recompra y la recomendación del servicio (Kotler y Keller, 2012).

Satisfacción del cliente es el resultado de una comparación entre las expectativas previas a una compra y la percepción real del servicio recibido. Esta evaluación, generalmente subjetiva, puede ser positiva, neutra o negativa, y está influenciada por factores como la calidad del producto, la atención brindada y la resolución de problemas. Una experiencia satisfactoria impulsa relaciones comerciales sostenibles y mejora la reputación empresarial (Moreno Ponce et al., 2022).

La satisfacción del cliente es un indicador clave que refleja la medida en que un servicio o producto cumple con las necesidades, deseos y expectativas del usuario. Es una respuesta integral que combina elementos afectivos y

racionales, y que influye directamente en la percepción de valor recibido. Una experiencia satisfactoria contribuye a fortalecer la relación entre empresa y consumidor, promoviendo lealtad y diferenciación competitiva (Malpartida et al., 2022)

De acuerdo con Borjas (2024) en el ámbito empresarial, la satisfacción del cliente ha cobrado gran relevancia como un factor crítico para la sostenibilidad empresarial, especialmente en sectores de servicios como logística, comercio y distribución.

2.1.8. Dimensiones de la satisfacción del cliente

a) Calidad de Servicio

De acuerdo con Miranda et al., (2021), se define como el grado con el que el servicio que se ofrece satisface las expectativas del cliente, en sus términos, que tiene que considerar aspectos como la atención dispensada, la eficiencia de los procedimientos, la claridad a la hora de informar y la atención recibida. Esta calidad de servicio elevada influye directamente en la concepción del cliente sobre este y por ende en la decisión de mantener una relación con la compañía. Su evaluación permite descubrir oportunidades de mejora en la gestión.

b) Fiabilidad

La fiabilidad mide la capacidad de la empresa para prestar el servicio prometido de manera segura, precisa y consistente. Implica cumplir con los acuerdos sin errores, responder con prontitud ante inconvenientes y mantener una atención continua. La fiabilidad genera confianza en el cliente y es clave para lograr una satisfacción sostenida en el tiempo. Su ausencia puede causar reclamos, devoluciones y pérdida de clientes (Valenzuela et al., 2021).



2.1.9. Teorías de la variable satisfacción del cliente

2.1.9.1. Teoría de la disconfirmación de las expectativas

La Teoría de la Disconfirmación de las expectativas es una de las más influyentes para comprender la satisfacción del cliente. Su principio central es que la satisfacción o insatisfacción se produce a partir de una comparación entre las expectativas previas del consumidor y la percepción que tiene del desempeño real del producto o servicio recibido. Si el resultado percibido excede las expectativas, se produce una “disconfirmación positiva”, generando satisfacción. Si el desempeño está por debajo de lo esperado, hay una “disconfirmación negativa”, provocando insatisfacción. Cuando el desempeño coincide con lo esperado, la satisfacción es neutra (Lankton y McKnight, 2012).

Esta teoría es relevante porque sitúa al cliente en el centro del análisis, reconociendo su papel activo en la evaluación del servicio. No basta con cumplir los estándares empresariales, sino que se debe superar lo que el cliente anticipa. Esta lógica es especialmente aplicable al contexto del servicio logístico, donde factores como la puntualidad, la precisión en los pedidos y la atención personalizada pueden alterar significativamente la percepción del cliente (Lankton y McKnight, 2012).

Además, la teoría permite a las empresas ajustar sus estrategias de marketing y gestión de servicios. Si se conoce lo que los clientes esperan, es posible diseñar procesos que aseguren la entrega efectiva de valor. Asimismo, cuando ocurre una disconfirmación negativa, la empresa puede implementar mecanismos de retroalimentación para ajustar sus prácticas y recuperar la confianza del cliente.

2.1.9.2. Teoría del valor percibido por el cliente

La teoría del valor percibido se basa en la idea de que la satisfacción del cliente se origina en la evaluación subjetiva del valor que el cliente cree haber recibido, en relación con los costos que tuvo que asumir. En este enfoque, el valor no es un atributo intrínseco del producto o servicio, sino una construcción individual que varía entre los consumidores. El valor percibido se interpreta como un intercambio entre beneficios percibidos y sacrificios realizados, los cuales pueden ser monetarios, temporales, psicológicos o físicos (Albornoz et al., 2024)

El cliente, al interactuar con un servicio logístico, considera una serie de elementos: la rapidez de entrega, la precisión en el pedido, el trato recibido por el personal, la solución de problemas, entre otros. Todos estos aspectos configuran un conjunto de beneficios que él evalúa frente al costo que ha asumido por acceder al servicio. Si los beneficios superan los costos, el cliente percibe un alto valor, lo que influye positivamente en su satisfacción (Albornoz et al., 2024)

Esta teoría es útil para comprender por qué clientes diferentes pueden tener niveles de satisfacción distintos ante un mismo servicio: cada quien percibe y valora distintos elementos. Una empresa que desea mejorar la satisfacción debe entonces conocer qué valoran más sus clientes. Por ejemplo, algunos priorizan la puntualidad, otros la seguridad del producto y otros la amabilidad del personal. Identificar y fortalecer esos elementos clave eleva la percepción de valor.

2.1.9.3. Teoría de la calidad del servicio – Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) es una teoría que tiene por objetivo la interpretación de la satisfacción del cliente a



partir de la calidad del servicio que ha recibido. Este modelo establece que la calidad del servicio puede ser medida en función de cinco dimensiones básicas: fiabilidad (la cumplimentación precisa de lo prometido), capacidad de respuesta (el deseo de ayudar al cliente), seguridad (los conocimientos y la amabilidad de los integrantes del personal), empatía (la atención individualizada) y elementos tangibles (la disposición física de las instalaciones, los equipos y el personal) (González et al., 2024).

Lo innovador del modelo SERVQUAL es que no se limita a medir la calidad técnica del servicio, sino que incluye la dimensión funcional, es decir, el cómo se entrega el servicio. Esta perspectiva es especialmente útil en contextos como el logístico, donde los procesos no son totalmente visibles para el cliente, pero el resultado final, como la puntualidad y exactitud en los pedidos, sí lo es. La percepción del cliente se construye no solo con los hechos, sino con la manera en que son comunicados y ejecutados.

El modelo propone medir la calidad a partir de la diferencia entre las expectativas del cliente y sus percepciones reales. Si la percepción supera a la expectativa, se genera una alta calidad percibida, lo cual incrementa la satisfacción. Si ocurre lo contrario, la calidad se percibe como deficiente, disminuyendo la satisfacción (González et al., 2024).

El modelo de calidad de servicio conocido como SERVQUAL ha sido adaptado a distintos sectores, servicios logísticos entre ellos, por su capacidad para identificar áreas críticas a mejorar a partir de las cuales se fijan planes de acción para elevar la calidad del servicio y de este modo la satisfacción del cliente. Al evaluar sistemáticamente estas cinco dimensiones se diseñan planes de acción concretos, se establece una cultura organizacional orientada al cliente y a la calidad del servicio.

2.3. Estado de arte

La gestión logística se entiende como un proceso que abarca la planificación, ejecución y control del flujo de bienes, servicios e información desde el punto de origen hasta el consumidor final, con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente y minimizar los costos. Flórez (2022) menciona que este proceso incluye actividades como transporte, almacenaje, inventarios y pedidos. Alemán et al. (2021) enfatizan la importancia de coordinar abastecimiento, almacenamiento, distribución y transporte para optimizar recursos y asegurar entregas eficientes. Díaz y Salazar (2021) la definen como una disciplina que articula la planeación táctica y operativa garantizando disponibilidad de productos y eficiencia en el servicio lo cual impacta directamente en la fidelización del cliente. En esta misma línea Calva et al. (2024) enfatizan la toma sistemática decisiones en aprovisionamiento almacenaje control de inventarios distribución orientadas a eficiencia mejora continua.

Dentro gestión logística se reconocen dimensiones fundamentales que inciden percepción cliente. Lourdes et al. (2024) señalan atención cliente implica procedimientos garantizan satisfacción necesidades expectativas antes durante después compra incluyendo disponibilidad condiciones pago promociones trato personal Manrique et al. (2019) destacan distribución como proceso traslado físico productos requiere rutas calendarios medios adecuados para asegurar puntualidad evitar deterioros Solórzano Mendoza explican control inventarios permite equilibrar oferta demanda prevenir quiebres stock mejorar eficiencia mediante ajustes periódicos Finalmente también resaltan procesamiento pedidos conjunto operaciones garantizan entregas correctas puntuales reduciendo errores logísticos aumentando satisfacción.



La gestión logística se sustenta en marcos teóricos que amplían su comprensión. El enfoque de la cadena de suministro, según Manrique et al. (2019), integra todos los eslabones desde proveedores hasta clientes finales, promoviendo colaboración, visibilidad y decisiones basadas en datos para lograr eficiencia y ventajas competitivas. Por su parte, la teoría de sistemas, adaptada por Ronquillo et al. (2024), concibe la empresa como un sistema abierto donde cada componente logístico está interrelacionado, de modo que cualquier falla impacta al conjunto, resaltando la necesidad de coordinación y retroalimentación.

La satisfacción del cliente, en este contexto, se entiende como una evaluación emocional y cognitiva que surge de la comparación entre expectativas previas y resultados percibidos. Kotler y Keller (2012) la definen como el resultado de esa comparación, mientras que Moreno Ponce et al. (2022) y Malpartida et al. (2022) destacan su influencia en fidelización, recompra y reputación empresarial. Borjas (2024) la considera un factor crítico para la sostenibilidad en sectores de servicios como logística y comercio. Miranda et al. (2021) la vinculan con la calidad del servicio, entendida como el grado en que se satisfacen expectativas mediante atención, eficiencia y claridad informativa, mientras que Valenzuela et al. (2021) resaltan la fiabilidad como la capacidad de cumplir lo prometido de manera segura y consistente.

Las teorías que explican la satisfacción del cliente aportan marcos complementarios. Lankton y McKnight (2012) plantean la teoría de la disconfirmación de expectativas, donde la satisfacción depende de si el desempeño percibido supera, iguala o queda por debajo de lo esperado. Albornoz et al. (2024) desarrollan la teoría del valor percibido, que entiende la



satisfacción como resultado del balance entre beneficios obtenidos y costos asumidos, reconociendo que cada cliente valora aspectos distintos como rapidez, precisión o trato. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988), retomados por González et al. (2024), proponen el modelo SERVQUAL, que mide la calidad del servicio en cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibles, evaluando la brecha entre expectativas y percepciones.

En conjunto, la gestión logística concebida como un sistema coordinado y orientado al cliente impacta directamente en la satisfacción a través de disponibilidad puntualidad precisión y calidad del servicio. Las teorías de disconfirmación valor percibido y SERVQUAL permiten comprender y medir la satisfacción desde diferentes perspectivas mientras que los enfoques de cadena de suministro y sistemas ofrecen marcos para integrar optimizar los procesos logísticos. No obstante persisten vacíos relacionados con necesidad integrar indicadores operativos perceptuales segmentar clientes según sus prioridades realizar estudios longitudinales que capturen variaciones estacionales factores externos lo cual abre oportunidades futuras investigaciones orientadas fortalecer competitividad empresarial.



2.4. Bases teóricas

Cadena de abastecimiento

La cadena de abastecimiento es todo el recorrido que hacen los productos desde que son apenas materias primas hasta que llegan a las manos del cliente final. No es solo el transporte, sino un sistema completo que incluye muchas etapas: la planificación de qué se va a producir y cuánto, la producción misma, el manejo del inventario para tener siempre la cantidad adecuada de productos, la distribución para que lleguen a tiempo a donde se necesitan, y también la gestión de toda la información que fluye entre estos procesos.

El objetivo principal de una buena cadena de abastecimiento es que todo funcione de manera fluida y eficiente, evitando desperdicios de tiempo, dinero o recursos. Para que esto suceda, todos los actores involucrados —proveedores, fabricantes, distribuidores, vendedores— tienen que trabajar de manera coordinada y comunicarse bien entre sí. Cuando la cadena funciona bien, los productos llegan a tiempo, los costos se mantienen bajo control y los clientes quedan satisfechos (Castillo, 2024).

Cadena de valor

La cadena de valor es el conjunto de todas las actividades que una empresa realiza para crear algo que valga la pena para sus clientes. Va desde el primer paso —como diseñar un producto o planificar un servicio— hasta el último, que puede ser la atención postventa o el servicio al cliente después de la compra.



Lo interesante de este concepto es que ayuda a las empresas a analizar cada etapa de su proceso para identificar dónde están generando más valor y dónde están perdiendo tiempo o recursos. Por ejemplo, tal vez una empresa descubre que sus clientes valoran mucho la rapidez en la entrega, pero están invirtiendo demasiado tiempo en procesos internos que no agregan valor percibido. Al identificar esto, pueden reorganizar sus prioridades.

El objetivo final es crear una ventaja competitiva, es decir, algo que haga que los clientes prefieran esa empresa sobre otras. Y esa ventaja tiene que ser sostenible en el tiempo, no solo un golpe de suerte (Lara, 2024).

Cliente

El cliente es la persona o empresa que compra los productos o servicios de un negocio. Puede parecer obvio, pero en realidad el cliente es el centro de todo lo que hace una empresa. Sin clientes, simplemente no hay negocio.

Por eso, entender qué necesitan, qué esperan y cómo perciben el producto o servicio es fundamental. Las empresas exitosas son aquellas que realmente escuchan a sus clientes y ajustan sus estrategias en función de esa información. Desde el momento en que se diseña un producto hasta la atención que se brinda después de la venta, todo debería estar pensado para satisfacer al cliente.

Además, un cliente satisfecho no solo vuelve a comprar, sino que también recomienda la empresa a otras personas, lo cual es invaluable. En cambio, un cliente insatisfecho puede afectar seriamente la reputación del negocio (Romero et al., 2024).



Control de calidad

El control de calidad es el conjunto de acciones que se realizan para asegurarse de que los productos o servicios que ofrece una empresa cumplan con ciertos estándares de calidad. Esto incluye inspeccionar los productos durante y después de la producción, hacer pruebas para detectar posibles fallas, y corregir cualquier defecto antes de que el producto llegue al cliente.

El objetivo es minimizar los errores y garantizar que lo que se entrega sea exactamente lo que se prometió, o incluso mejor. Un buen control de calidad no solo evita que los clientes reciban productos defectuosos, sino que también protege la reputación de la empresa.

Hoy en día, la calidad es uno de los factores más importantes que los clientes consideran al elegir dónde comprar. Una empresa que constantemente entrega productos de mala calidad difícilmente sobrevivirá en un mercado competitivo. Por eso, el control de calidad no es un lujo, sino una necesidad básica para cualquier negocio que quiera mantenerse vigente (Moreno et al., 2022).

Costos logísticos

Los costos logísticos son todos los gastos que están relacionados con mover y gestionar productos dentro de una empresa. Esto incluye el transporte (llevar productos de un lugar a otro), el almacenamiento (guardarlos en bodegas o almacenes), el manejo del inventario (controlar qué productos hay, cuántos y dónde están), y el procesamiento de pedidos (recibir, preparar y enviar los pedidos de los clientes).



Estos costos pueden parecer secundarios, pero en realidad representan una parte importante del presupuesto de muchas empresas. Por eso, optimizarlos — es decir, reducirlos sin afectar la calidad del servicio— es clave para mejorar la rentabilidad.

Un buen análisis de los costos logísticos permite identificar dónde se está gastando de más o de manera ineficiente. Por ejemplo, tal vez se puede negociar mejores tarifas con las empresas de transporte, o reorganizar el almacén para reducir el tiempo que se tarda en encontrar y despachar productos. Pequeñas mejoras en estos aspectos pueden traducirse en ahorros significativos a lo largo del tiempo (Díaz y Salazar, 2021).

Eficiencia logística

La eficiencia logística se refiere a qué tan bien una empresa realiza todas las actividades relacionadas con la gestión de sus productos: desde que los recibe o los fabrica hasta que los entrega al cliente final. Una gestión logística eficiente significa hacer todo esto usando la menor cantidad posible de recursos (tiempo, dinero, personal) pero obteniendo los mejores resultados.

¿Cómo se mide? A través de indicadores concretos como el tiempo que tarda en llegar un pedido, cuánto cuesta transportar los productos, qué tan bien se maneja el inventario (sin quedarse sin stock pero tampoco acumulando demasiado), entre otros.



La eficiencia logística no es solo importante para reducir costos, sino también para ser más competitivo. En un mercado donde los clientes cada vez esperan entregas más rápidas y servicios más ágiles, una empresa que no sea eficiente en su logística simplemente se quedará atrás. Por eso, mejorar constantemente la eficiencia logística es una prioridad estratégica para cualquier negocio que quiera crecer y mantenerse relevante (Calva et al., 2024).

Gestión de inventarios

La gestión de inventarios es el proceso de controlar y optimizar las existencias de productos que una empresa tiene guardadas en sus almacenes. El desafío aquí es encontrar el equilibrio perfecto: tener suficientes productos disponibles para satisfacer la demanda de los clientes, pero sin acumular demasiado inventario, porque eso genera costos de almacenamiento y riesgo de obsolescencia (productos que se vuelven viejos o que ya nadie quiere).

Existen diferentes métodos y técnicas para gestionar el inventario de manera eficiente. Por ejemplo, el sistema Just-in-Time busca que los productos lleguen justo cuando se necesitan, minimizando el tiempo que pasan almacenados. Otro método es el MRP (Planificación de Requerimientos de Materiales), que usa software para calcular exactamente cuánto inventario se necesita en cada momento.

Una buena gestión de inventarios puede marcar la diferencia entre una empresa rentable y una que pierde dinero por tener demasiado capital inmovilizado en productos que no se venden, o por perder ventas porque se quedó sin stock (Calva et al., 2024).

Planificación logística



La planificación logística es el proceso de decidir cómo se van a organizar y ejecutar todas las actividades relacionadas con el movimiento y manejo de productos. Es como hacer un plan maestro que incluye varias cosas: prever cuánta demanda habrá (para saber cuánto producir o comprar), elegir a los mejores proveedores, organizar el transporte de manera eficiente, y gestionar el inventario para que siempre haya lo necesario sin excederse.

Una buena planificación logística es fundamental porque afecta directamente la eficiencia y la eficacia de toda la operación. Si la planificación es mala, pueden ocurrir problemas como retrasos en las entregas, costos más altos de lo necesario, o falta de productos cuando los clientes los necesitan.

Por el contrario, cuando la planificación se hace bien, todo fluye de manera natural: los productos llegan a tiempo, los costos se mantienen bajo control, y los clientes quedan satisfechos. En un entorno empresarial cada vez más competitivo, la planificación logística no es opcional, es esencial (Malpartida et al., 2022).

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es la evaluación positiva que hace una persona después de haber comprado y usado un producto o servicio. Básicamente, tiene que ver con qué tan contento quedó el cliente con su experiencia.

Esta evaluación se basa en comparar lo que el cliente esperaba recibir con lo que realmente recibió. Si lo que recibió es igual o mejor que lo que esperaba, el cliente queda satisfecho. Si es peor, queda insatisfecho.



¿Por qué es tan importante? Porque un cliente satisfecho tiende a volver a comprar, a recomendar la empresa a otras personas, y a ser más tolerante si alguna vez hay algún problema menor. En cambio, un cliente insatisfecho probablemente no volverá, y peor aún, puede compartir su mala experiencia con otros, lo que daña la reputación de la empresa.

Por eso, las empresas exitosas no solo se enfocan en vender, sino en asegurarse de que cada cliente tenga una experiencia positiva que lo haga querer regresar (Moreno et al., 2022).

Servicio al cliente

El servicio al cliente incluye todas las acciones que una empresa realiza para atender y satisfacer las necesidades de sus consumidores. Esto puede ser antes de la compra (respondiendo preguntas, ayudando a elegir el producto adecuado), durante la compra (facilitando el proceso de pago), y después de la compra (resolviendo problemas, gestionando quejas, ofreciendo soporte técnico).

El servicio al cliente puede darse de muchas formas: por teléfono, por correo electrónico, por chat en línea, en persona en una tienda, o a través de redes sociales. Lo importante es que sea accesible, rápido y efectivo.

Un buen servicio al cliente es uno de los factores más importantes para la fidelización, es decir, para que los clientes sigan eligiendo a la misma empresa una y otra vez. También es clave para construir una buena reputación. Hoy en día, con las redes sociales, una mala experiencia de servicio al cliente puede volverse viral en cuestión de horas. Por eso, las empresas inteligentes invierten en capacitar bien a su personal y en tener sistemas eficientes para atender a sus clientes (Kotler y Keller, 2012).



Sistema logístico

Un sistema logístico es el conjunto de todos los elementos que trabajan juntos para gestionar el flujo de bienes y servicios dentro de una empresa. Esto incluye a las personas (empleados, gerentes, socios), los procesos (los pasos y procedimientos que se siguen), la tecnología (software, sistemas de información, equipos), y la infraestructura (almacenes, vehículos, instalaciones).

Para que un sistema logístico funcione bien, todos estos elementos tienen que estar coordinados e integrados. No basta con tener buenos almacenes si los procesos son caóticos, o tener excelente tecnología si las personas no saben cómo usarla.

La eficiencia de un sistema logístico depende de qué tan bien se comunican y cooperan todos sus componentes. Cuando todo está bien integrado, el sistema funciona como una máquina bien aceiteada: los productos fluyen sin problemas, los costos se mantienen bajos, y los clientes reciben lo que necesitan a tiempo. En cambio, cuando hay descoordinación, aparecen los problemas: retrasos, errores, costos innecesarios (Ronquillo et al., 2024). Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y RESULTADOS

3.1. Métodos de investigación

La investigación se desarrolló en la ciudad de Juliaca, capital de la provincia de San Román, en el departamento de Puno. se ubica a una altitud de 3,825 m.s.n.m., con coordenadas geográficas aproximadas de 15°30' de latitud sur y 70°08' de longitud oeste. Juliaca es un importante centro comercial y logístico del sur del Perú. su ubicación estratégica y su conectividad vial y aérea, a través del aeropuerto internacional Inca Manco Cápac, la convierten en un eje de distribución regional. En este contexto, el Consorcio Sur desarrolla sus actividades, lo que hace relevante analizar su gestión logística y su relación con la satisfacción del cliente en un entorno competitivo.

3.1.2. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación fue cuantitativo ya que se trataba de obtener dircto a partir de la recolección y posteriormente el análisis de los datos numéricos. De acuerdo con Hernández et al., (2014), el enfoque cuantitativo corresponde a la recolección de datos para intentar probar las hipótesis mediante los registros con valores numéricos junto al análisis estadístico de los registros en las variables para establecer patrones de comportamiento y poner a prueba las teorías.



3.1.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue básico, dado que tiene como finalidad generar conocimientos teóricos sobre las variables de la investigación. Según Ramos (2022), la investigación básica se orienta a ampliar el conocimiento científico, sin considerar su aplicación inmediata.

3.1.4. Nivel de investigación

En función de la búsqueda de determinar el grado de relación existente entre las variables de la investigación, el nivel de la investigación fue correlacional. Según Sánchez y Reyes (2015), la investigación correlacional persigue el propósito de conocer la asociación o grado de relación entre dos o más variables.

3.1.5. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, dado que no se manipularon deliberadamente las variables, sino que se observan cómo se dan en su contexto natural. Según Sanchez y Reyes (2015), el tipo de diseño no experimental es aquel en el que se hace observación de fenómenos tal y como se presentan, sin intervención.

3.1.6. Población y muestra

3.1.6.1. Población

La población de estudio estuvo conformada por los clientes de la corporación Sur. debido a que la empresa atiende diariamente entre 50 a 100 clientes y esta cifra varía constantemente, no es posible establecer un número exacto. por ello, se considera que la población es de tipo infinita, lo cual permite aplicar técnicas estadísticas adecuadas para el cálculo de una muestra representativa.

3.1.6.2. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra en poblaciones infinitas, se aplicará la fórmula propuesta por Aguilar (2005), la cual es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

z = nivel de confianza (1.96 para un 95%)

p = probabilidad de éxito (0.5)

q = probabilidad de fracaso (0.5)

e = margen de error (0.08)

Sustituyendo estos valores:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.08)^2} = \frac{3.8416 * 0.25}{0.0064} = \frac{0.9604}{0.0064} = 150.06$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra fue de 150 clientes.

3.1.7. Técnicas e instrumentos

Técnica

La técnica de recolección de datos fue la encuesta, ya que permite obtener información directa de los clientes sobre la gestión logística y su nivel de satisfacción. Según Otzen y Manterola (2017), la encuesta es una técnica que recoge datos mediante preguntas estructuradas, lo que facilita su medición y análisis estadístico.

3.1.7.2. Instrumento

El instrumento fue un cuestionario estructurado, adaptado del estudio de Cabana (2023), compuesto por preguntas cerradas con escala de tipo Likert de cinco puntos, donde 1 corresponde a “nunca” y 5 a “siempre”. Este cuestionario evalúa

dos variables: gestión logística y satisfacción del cliente. La variable gestión logística está compuesta por cuatro dimensiones: servicio al cliente, distribución, control de inventarios y procesamiento de pedidos, que abarcan un total de 19 ítems. La variable satisfacción del cliente se organiza en dos dimensiones: calidad del servicio y fiabilidad, con un total de 9 ítems, el cuestionario permite recoger percepciones precisas de los clientes para el análisis estadístico correspondiente.

3.2. Método aplicado a la investigación

El método de investigación fue hipotético-deductivo, dado que se parte de hipótesis que fueron contrastadas con base en la evidencia empírica recolectada. Según Sánchez (2019), el método hipotético-deductivo consiste en plantear conjeturas y deducir consecuencias que luego se contrastan con los hechos.

3.2.1. Procedimiento de tratamiento de datos

Una vez obtenidas las respuestas de los cuestionarios realizados, se procedió a la aplicación de técnicas estadísticas para analizar las relaciones entre las variables “gestión logística” y “satisfacción al cliente”. A continuación, se detallará las etapas realizadas en el proceso de tratamiento de datos.

3.2.2. Codificación de respuestas

Las respuestas obtenidas fueron asignadas a una escala numérica, correspondiente a la escala de Likert de cinco puntos utilizadas en el cuestionario. Esta conversión numérica permitió que las respuestas cualitativas pudieran ser tratadas como variables ordinales, facilitando así el análisis cuantitativo de los datos. Los valores asignados fueron los siguientes:

- "Nunca" = 1
- "Muy pocas veces" = 2
- "Algunas veces" = 3
- "Casi siempre" = 4
- "Siempre" = 5

Este proceso de codificación estandarizó las respuestas, permitiendo su posterior análisis de manera homogénea.

3.2.3. Evaluación de distribución de datos

Con el fin de seleccionar las pruebas estadísticas apropiadas, se verificó la normalidad de los datos utilizando la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Esta prueba fue de utilizada ya que nuestra muestra era ">50".

3.2.4. Análisis de la relación entre las variables

Se ha empleado la correlación de Spearman para la indagación de las relaciones de asociación que existen entre las dimensiones de "gestión logística" y "satisfacción del cliente". Esta técnica estadística es aplicable para medir el grado de asociación y la dirección de esas relaciones entre las variables ordinales. De este tratamiento se obtuvieron las relaciones significativas entre distintas dimensiones específicas de la gestión logística (calidad de la atención al cliente, distribución, control de inventarios y procesamiento de pedidos) y con distintos factores de satisfacción del cliente (calidad del servicio y fiabilidad).

3.2.5. Herramientas y software utilizado

El análisis de los datos fue realizado utilizando el software SPSS v25, que facilitó la ejecución de las pruebas estadísticas mencionadas. Para la organización y el procesamiento inicial de los datos, se utilizó Microsoft Excel, el cual permitió estructurar la información de forma ordenada antes de ser

importada a SPSS para su análisis. La combinación de ambas herramientas garantizó una gestión eficiente y precisa de los datos.

3.2.6. Confiabilidad y validez del instrumento

3.2.6.1. Confiabilidad

Los instrumentos fueron sometidos a una evaluación de confiabilidad utilizando el Alfa de Cronbach, el cual fue calculado con el SPSSv25, aplicándose por separado a cada variable del cuestionario. Los resultados arrojaron un alfa de Cronbach de 0.79 para la variable "Gestión Logística" y de 0.75 para la variable "Satisfacción al Cliente". Estos valores no solo demuestran una fiabilidad adecuada en ambos instrumentos, sino que también reflejan una fuerte consistencia interna en las respuestas de los participantes.

Tabla 1

Confiabilidad de los instrumentos

Variable	Alfa	N°
	de Cronbach	de elementos
V1 Gestión Logística	0.81	19
V2 Satisfacción del Cliente	0.85	9
Total	0.83	28

Nota. Elaboración propia

3.2.6.2. Validez

La herramienta para la recolección de datos fue validada con el juicio de expertos, con la finalidad de verificar la pertinencia, la congruencia y la claridad de los ítems desde la perspectiva de las variables planteadas en dicha investigación.

Para este fin, se contó con la participación de docentes conocedores en el tema, quienes evaluaron el cuestionario considerando los criterios de claridad, relevancia y congruencia. Cada ítem fue calificado de manera individual y se obtuvo un promedio general de valoración para cada especialista.

Los resultados obtenidos se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 2

Validez de los instrumentos

N.º	Nombre del experto	Valoración (%)	Juicio
1	Mamani Mamani Jesús	96%	Favorable
2	Huacani Sucasaca Yudy	97%	Favorable

Nota.: Elaboración propia

CAPÍTULO VI

RESULTADOS

4.1. Análisis de datos

El presente trabajo muestra los resultados provenientes de la evaluación de la gestión logística y su efecto sobre la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur de Juliaca. Dichos resultados han sido procesados de acuerdo a los objetivos marcados en el estudio, donde se busca de manera esencial determinar la relación existente entre los puntos de la logística y el grado de satisfacción de los clientes en los establecimientos de la empresa. En seguida, se describe el cálculo del coeficiente de correlación de Spearman, que permitirá realizar un análisis más detallado de las asociaciones significativas entre las variables estudiadas.

4.1.1. Cálculo del coeficiente de correlación de Spearman

La razón por la cual se considera el coeficiente de correlación de Spearman, es que este indica un procedimiento estadístico no paramétrico, que idealmente está destinado para evaluar la relación entre dos variables de tipo ordinal o por rangos. Pero en el ámbito de este estudio se utilizará para analizar la fuerza y dirección de la relación existente entre las dimensiones de la gestión logística y la satisfacción del cliente. Siendo que las variables que se analizan son ordinales y no presentan una distribución de tipo normal, el coeficiente de Spearman permite identificar correlaciones relevantes sin recurrir a distribuciones, convirtiéndose en una herramienta estadística apropiada con los datos del trabajo de investigación.

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde:

p = Coeficiente de correlación de Spearman

d = es la diferencia entre los correspondientes datos de orden de x

– y

n = número de pareja de datos

Tabla 3

Datos de las correlaciones

Correlaciones			
		VAR 1	VAR 2
Rho de	Coeficiente de correlación	1,000	,330
Spearman	VARIABLE 1 Sig. (bilateral)		,000
	N	150	150
	Coeficiente de correlación	,330	1,000
	VARIABLE 2 Sig. (bilateral)	,000	
	N	150	150

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

Nota. Elaborado en el programa SPSS V25

Tabla 4

Coeficiente de correlación

Coeficiente de correlación
n = 150
$\sum d^2 = 379425$
p = 0.33

Nota. Elaboración propia

El valor de significancia ($p = 0.000$) es inferior al estándar de 0.05, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. Esto confirma que los resultados estadísticos otorgan evidencia de que la gestión logística y la satisfacción del cliente están ligadas de manera significativa.

El coeficiente de correlación de Spearman obtenido en este análisis fue 0.33, lo cual indica que existe una relación moderada entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en el contexto del Consorcio Sur.

Tabla 5

Valores para hallar el valor crítico

Valor crítico
$n = 150$
$gl = n - 2 = 148$
$\alpha = 0.05$
valor crítico = 1.98

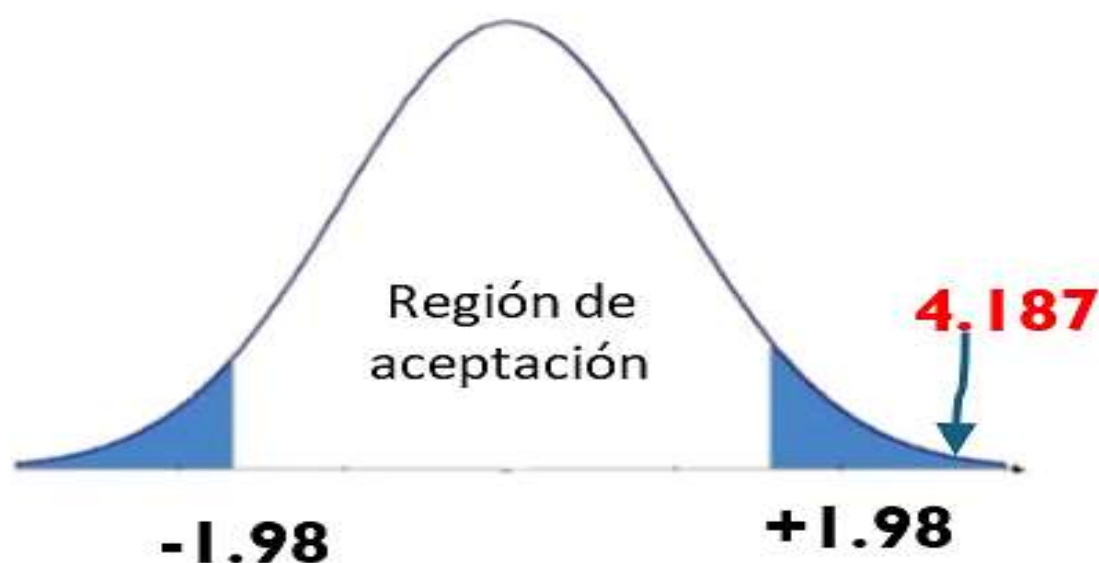
Nota. Elaboración propia

- Estadístico de prueba

$$t = \frac{\rho}{\sqrt{\frac{1 - \rho^2}{n - 2}}}$$
$$t = 4.187$$

Figura 1

Gráfico de zona de aceptación y rechazo

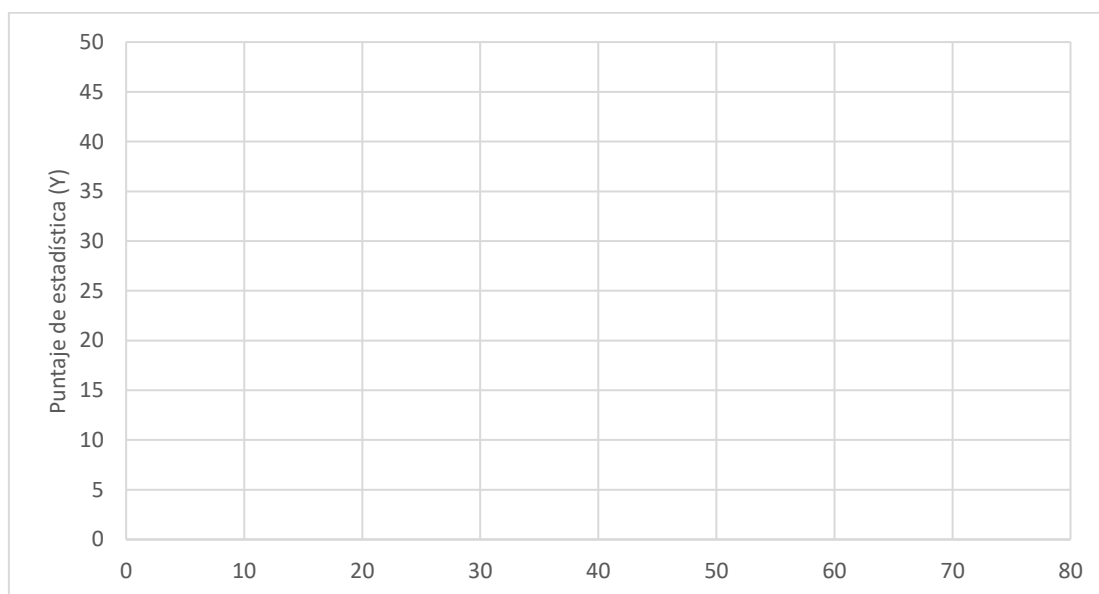


Nota. Elaboración propia

De los datos obtenidos, podemos afirmar, que se rechaza la hipótesis nula H_0 , ya que existe evidencia estadística suficiente para concluir que el coeficiente de correlación es diferente de 0.

Figura 2

Representación gráfica de la correlación de Spearman



Nota. Relación entre las variables.

4.1.2. Resultados descriptivos

En el análisis siguiente se presentan los datos descriptivos correspondientes a la muestra utilizada en este estudio.

Tabla 6

Composición demográfica de la muestra

Género de los encuestados		
	f	%
Masculino	81	54.00%
Femenino	69	46.00%
Total	150	100.00%

Nota.: Elaboración propia

Al revisar los datos de los 150 encuestados que participaron en este estudio, se puede observar que la distribución por género muestra un relativo equilibrio, aunque con una ligera inclinación hacia el lado masculino. Específicamente, el 54% de los participantes son hombres, lo que representa a 81 personas, mientras que el 46% son mujeres, correspondiente a 69 personas.

Esta diferencia de apenas 8 puntos porcentuales nos habla de una muestra bastante balanceada en términos de género, lo cual es positivo para la investigación porque permite que las voces y perspectivas de ambos grupos estén razonablemente representadas. No estamos ante un caso donde un género domina abrumadoramente sobre el otro, lo que podría sesgar los resultados.

Sin embargo, es importante reconocer que existe una ligera predominancia masculina en la muestra. Aunque la diferencia no es dramática, sí es estadísticamente visible y podría tener alguna relevancia al momento de

analizar las respuestas, especialmente si se encuentran diferencias significativas en las opiniones o actitudes entre hombres y mujeres respecto al tema estudiado.

Esta información demográfica es valiosa porque nos permite contextualizar mejor los resultados. Por ejemplo, si en el análisis posterior se detecta que existe una tendencia particular en las respuestas, será importante considerar si esa tendencia podría estar influenciada, aunque sea parcialmente, por la composición de género de la muestra. De igual manera, si se decide realizar análisis comparativos entre grupos (por ejemplo, comparar las respuestas de hombres versus mujeres), esta distribución nos da una base sólida para hacerlo, ya que ambos grupos tienen un tamaño suficiente para que los resultados sean estadísticamente significativos.

En resumen, la distribución de género observada en la muestra es relativamente equilibrada, con una representación adecuada de ambos sexos, lo que fortalece la validez y representatividad del estudio desde una perspectiva demográfica..

4.1.3. Rangos y distribución de respuestas sobre gestión logística

A continuación, en la Tabla 7 se presentan los rangos definidos, los cuales reflejan la distribución de las respuestas y reflejan la frecuencia con lo que los encuestados percibieron los distintos niveles de gestión logística.

Tabla 7

Rango de respuestas para la variable gestión logística

Rango	Límites
Nunca	<30
Pocas veces	31 - 50

Algunas veces	51 - 65
Casi siempre	66 - 80
Siempre	>81

Nota. Elaboración propia

Tabla 8

Distribución de las respuestas sobre la variable 1

Variable 1: Gestión Logística					
	Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Masculino	0	9	70	2	0
Femenino	0	6	60	3	0
Total	150				

Nota.: Elaboración propia

Se puede notar que en la Tabla 8, que la mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de "Algunas veces" (70 varones y 60 mujeres), lo que implica que los participantes tienen una percepción intermedia respecto a la eficiencia de los procesos logísticos evaluados. Esto podría indicar que, aunque no consideran que la gestión logística sea completamente inadecuada, tampoco la perciben como óptima.

4.1.4. Rangos y distribución de respuestas sobre gestión logística

A continuación, en la Tabla 9 se presentan los rangos definidos, los cuales reflejan la distribución de las respuestas y reflejan la frecuencia con lo que los encuestados percibieron los distintos niveles de satisfacción del cliente.

Tabla 9

Rango de respuestas para la variable satisfacción del cliente

Rango	Límites
Nunca	<12
Pocas veces	13 - 20
Algunas veces	21 - 30
Casi siempre	31 - 40
Siempre	>41

Nota. Elaboración propia

Tabla 10

Distribución de las respuestas sobre la variable 1

Variable 1: Satisfacción del Cliente					
	Pocas		Algunas	Casi	
	Nunca	veces	veces	siempre	Siempre
Masculino	0	1	59	20	1
Femenino	0	0	58	10	1
Total	150				

Nota. Elaboración propia

4.1.5. Variable gestión logística

En este apartado se presentan los resultados descriptivos de la variable gestión logística, obtenido de los encuestados.

Tabla 11

Distribución de respuestas para la variable gestión logística

VARIABLE 1		
Factor	f	%
Nunca	190	6.67%
Pocas veces	805	28.25%



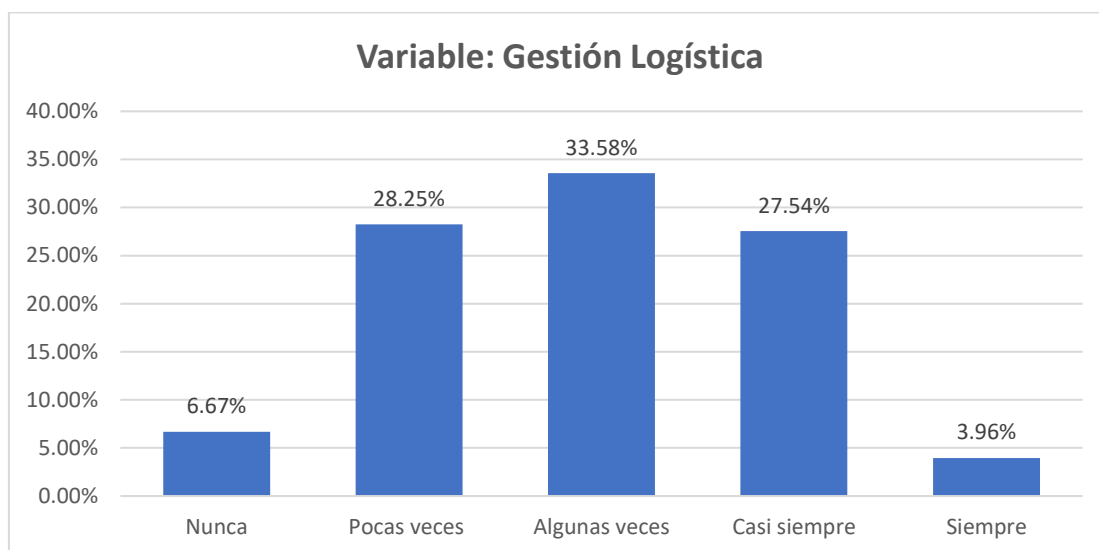
Algunas veces	957	33.58%
Casi siempre	785	27.54%
Siempre	113	3.96%
Total	2850	100.00%

Nota. Elaboración propia

Los resultados muestran que la percepción sobre la gestión logística se encuentra en su mayoría en el rango medio, lo que indica que no existe una evaluación extrema, ni positiva, ni negativa. Esto sugiere que hay un potencial significativo de mejora en la eficiencia de los procesos logísticos, también esto señala la necesidad de ajustes estratégicos para mejorar la percepción general de los encuestados.

Figura 3

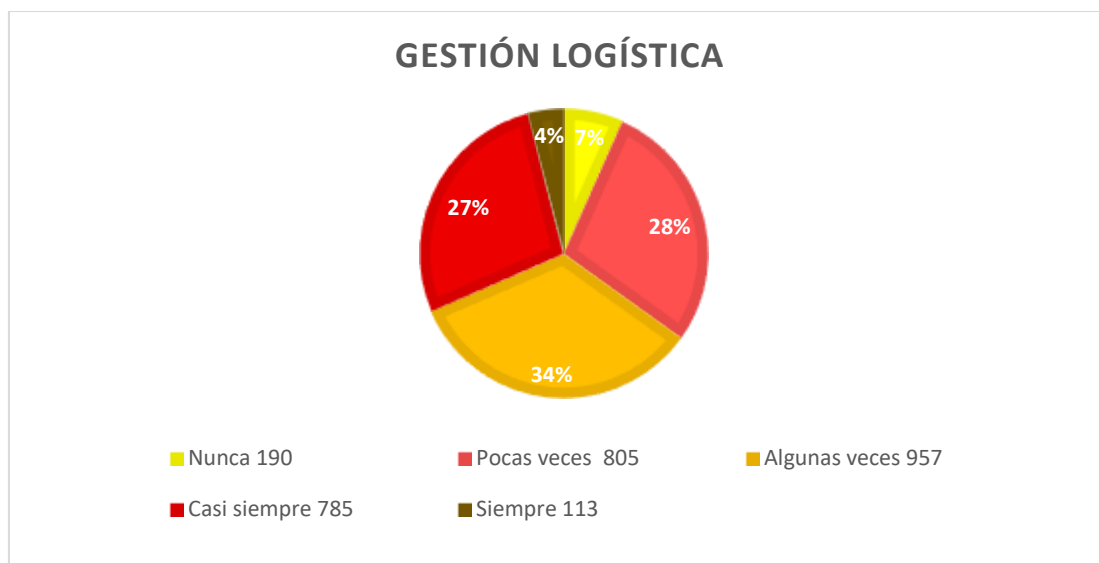
Gráfico de barras sobre la frecuencia de la gestión logística



Nota. Elaboración propia

Figura 4

Gráfico circular sobre la frecuencia de gestión logística



Nota. Relación entre las variables.

En el gráfico circular revela que la mayoría de los encuestados, con un 34%, considera que la gestión logística se lleva a cabo "Algunas veces". Le sigue un 28% que opina que esta se realiza "Pocas veces". Un 27% indica que la gestión logística se ejecuta "Casi siempre", mientras

que solo un 7% percibe que no se realiza en absoluto “Nunca”. Solo un 4% de los encuestados considera que la gestión logística se ejecuta “Siempre”.

Esta distribución sugiere que, desde una perspectiva operativa, existe una falta de consistencia y eficiencia en los procesos logísticos, lo cual podría afectar negativamente el control de inventarios y flujos de recursos en la organización.

4.1.6. Dimensiones de la gestión logística

a) Atención al cliente: En esta parte se centró en analizar aspectos fundamentales de la experiencia del cliente relacionados con la logística. Se consideró la disponibilidad continua de productos, esencial para satisfacer la demanda. Asimismo, se evaluó si el Consorcio Sur facilita métodos de pago adecuados, lo cual agiliza las compras. La satisfacción con el stock disponible se aborda para medir la efectividad en la gestión de inventarios. Además, se incluyó la organización del espacio en el punto de venta, que facilita la localización de productos, y la política de descuentos por compras al por mayor, como estrategia de fidelización.

Tabla 12

Distribución de respuestas para la dimensión atención al cliente

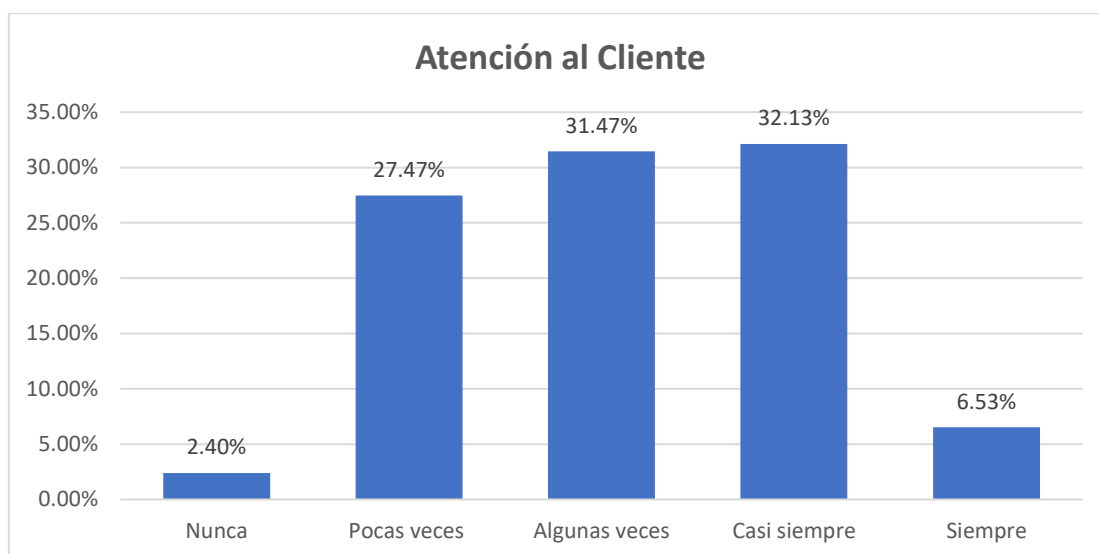
Dimensión: Atención al cliente		
Factor	f	%
Nunca	18	2.40%
Pocas veces	206	27.47%
Algunas veces	236	31.47%

Casi siempre	241	32.13%
Siempre	49	6.53%
Total	750	100.00%

Nota. Elaboración propia

Figura 5

Gráfico de barras de la distribución de respuestas



Nota. Elaboración propia

b) Distribución: En esta dimensión se centró en la reposición de productos, asegurando que los clientes reciban lo solicitado, incluso si el producto llega dañado o incompleto. También se evaluó la inclusión del servicio de transporte sin costo adicional en compras por volumen, para mejorar la competitividad. La gestión de plazos de entrega fue fundamental, ya que el cumplimiento oportuno influye en la satisfacción general. Asimismo, se consideró el uso de métodos adecuados de carga, evaluando si se minimizan los daños en la mercancía durante el traslado, lo cual es esencial para la gestión eficiente de la logística.

Tabla 13

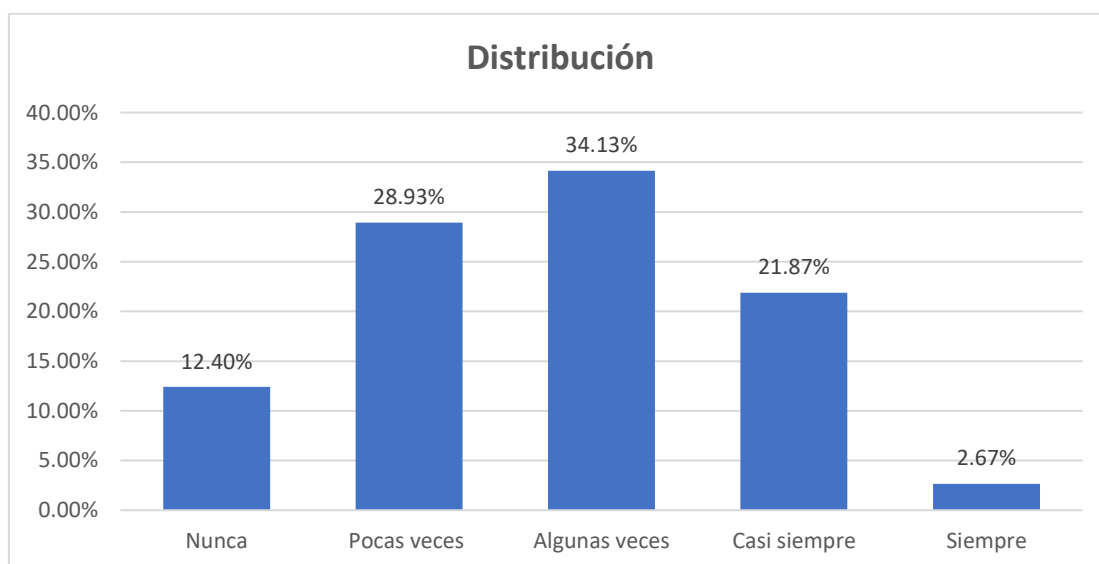
Distribución de respuestas para la dimensión distribución

Dimensión: Distribución		
Factor	f	%
Nunca	93	12.40%
Pocas veces	217	28.93%
Algunas veces	256	34.13%
Casi siempre	164	21.87%
Siempre	20	2.67%
Total	750	100.00%

Nota. Elaboración propia

Figura 6

Gráfico de barras de la distribución de respuestas



Nota. Elaboración propia

- c) Control de inventario:** Esta dimensión fue analizada mediante la entrega puntual de pedidos, esencial para garantizar la disponibilidad continua de productos. También se evaluó si los precios varían según la situación del mercado, un aspecto importante para ajustar las

estrategias de precios. La respuesta inmediata a consultas sobre la disponibilidad se consideró para medir la eficiencia en la comunicación y gestión de inventarios. Por último, se analizó si el stock visible en tienda es suficiente para satisfacer la demanda de los clientes.

Tabla 14

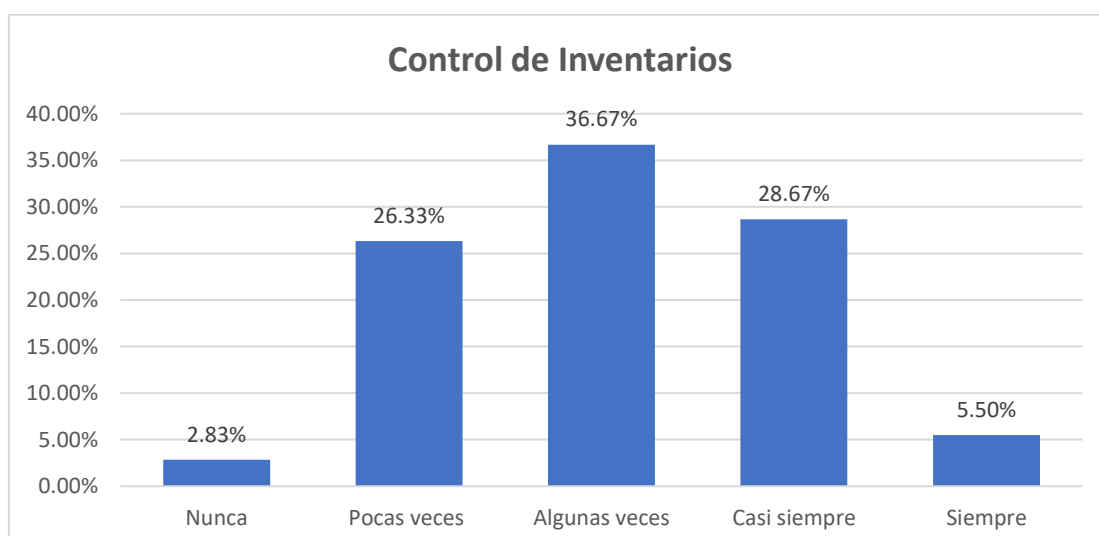
Distribución de respuestas para la dimensión control de inventarios

Dimensión: Control de inventarios		
Factor	f	%
Nunca	17	2.83%
Pocas veces	158	26.33%
Algunas veces	220	36.67%
Casi siempre	172	28.67%
Siempre	33	5.50%
Total	600	100.00%

Nota. Elaboración propia

Figura 7

Gráfico de barras de la distribución de respuestas



Nota. Elaboración propia

d) Procesamiento de pedidos: En esta dimensión se evaluó con base en la utilización de plataformas tecnológicas para registrar pedidos, lo que optimiza la precisión y eficiencia en el servicio. Además, se consideró si el procesamiento de pedidos toma el tiempo adecuado, ya que la demora puede afectar la satisfacción. La comunicación sobre retrasos también se abordó, analizando si el Consorcio Sur informa oportunamente sobre cualquier inconveniente. Finalmente, se evaluó el cumplimiento responsable de entregas por parte del personal encargado del transporte.

Tabla 15

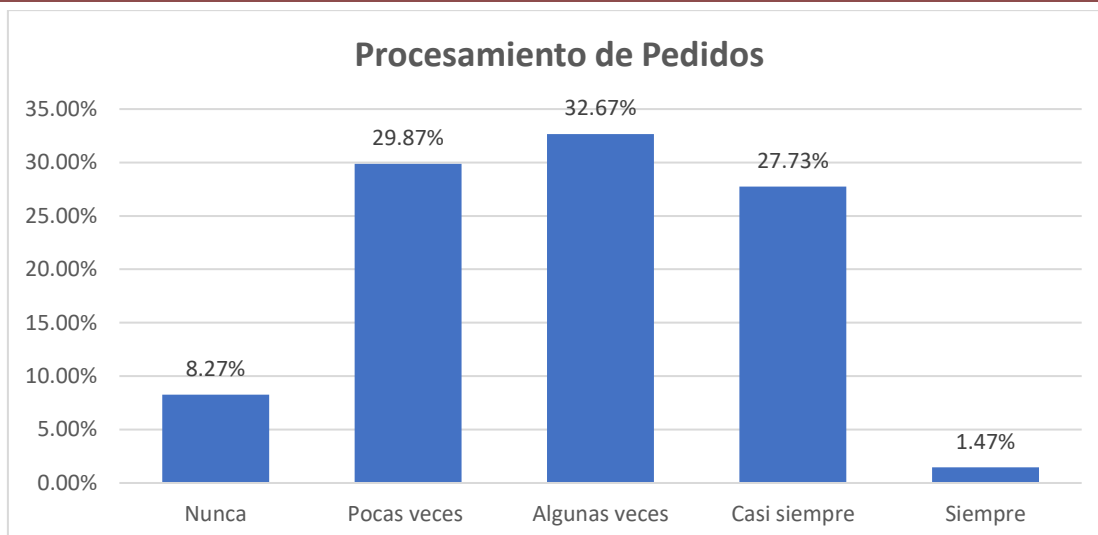
Distribución de respuestas para la dimensión procesamiento de pedidos

Dimensión: Procesamiento de pedidos		
Factor	f	%
Nunca	62	8.27%
Pocas veces	224	29.87%
Algunas veces	245	32.67%
Casi siempre	208	27.73%
Siempre	11	1.47%
Total	750	100.00%

Nota. Elaboración propia

Figura 8

Gráfico de barras de la distribución de respuestas



Nota. Elaboración propia

4.1.7. Variable gestión logística

En este apartado se presentan los resultados descriptivos de la variable satisfacción del cliente, obtenido de los encuestados.

Tabla 16

Distribución de respuestas para la variable satisfacción del cliente

VARIABLE 2		
Factor	f	%
Nunca	33	2.44%
Pocas veces	347	25.70%
Algunas veces	467	34.59%
Casi siempre	424	31.41%
Siempre	79	5.85%
Total	1350	100.00%

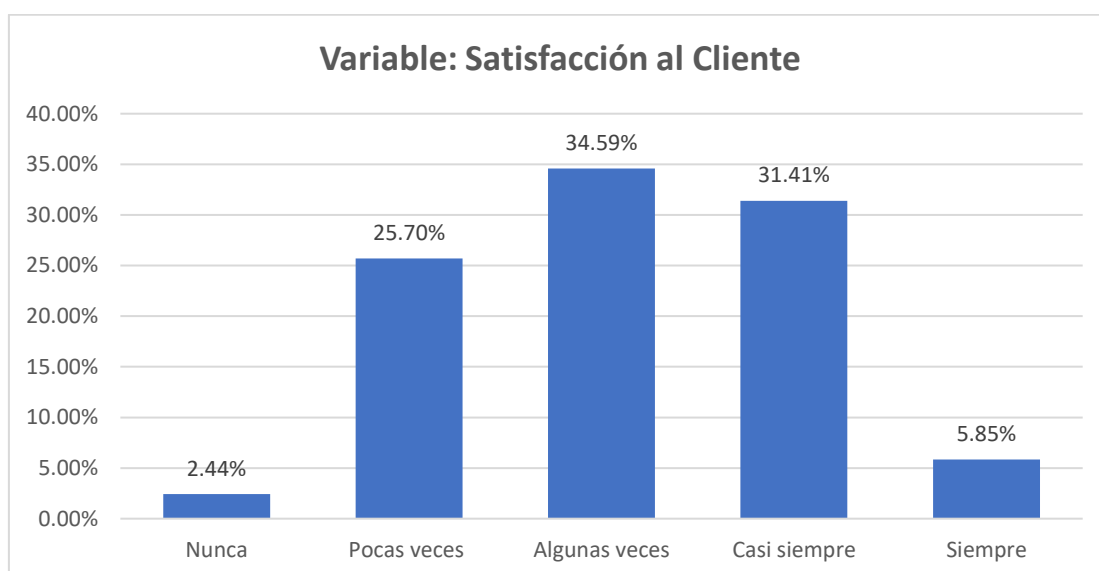
Nota. Elaboración propia

Los resultados muestran que la percepción sobre la variable satisfacción del cliente se encuentra en su mayoría en el rango medio, esto implica que no hay una evaluación sobresaliente, ni favorable ni

desfavorable. En cambio, sugiere que existe un considerable margen para optimizar la eficiencia de los procesos logísticos, además de señalar la importancia de realizar ajustes estratégicos para mejorar la percepción global de los participantes en la encuesta.

Figura 9

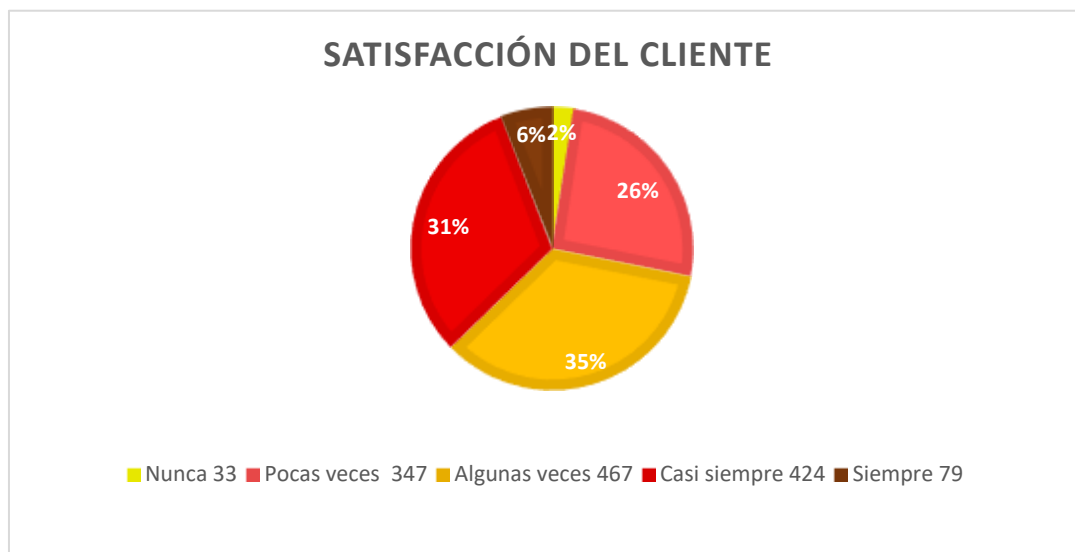
Gráfico de barras sobre la frecuencia de la satisfacción del cliente



Nota. Elaboración propia

Figura 10

Gráfico circular sobre la frecuencia de satisfacción del cliente



Nota. Elaboración propia

El gráfico circular indica que la mayoría de los encuestados, un 35%, considera que la gestión logística ocurre "Algunas veces". Le sigue un 31% que opina que esta se realiza "Casi siempre". Un 26% menciona que la gestión logística se lleva a cabo "Pocas veces", mientras que solo un 6% piensa que ocurre "Siempre". Finalmente, un 2% de los participantes señala que nunca se realiza esta gestión.

Esta distribución refleja que, desde el punto de vista operativo, los procesos logísticos muestran una considerable variabilidad en su ejecución, lo que podría afectar la consistencia y la eficiencia general. Esta falta de regularidad podría influir negativamente en aspectos clave como el control de inventarios y la gestión de los recursos en la organización.

4.1.8. Dimensiones de la gestión logística

- a) Calidad de servicio:** La dimensión de calidad de servicio se evaluó considerando la eficiencia de los procesos logísticos y la satisfacción

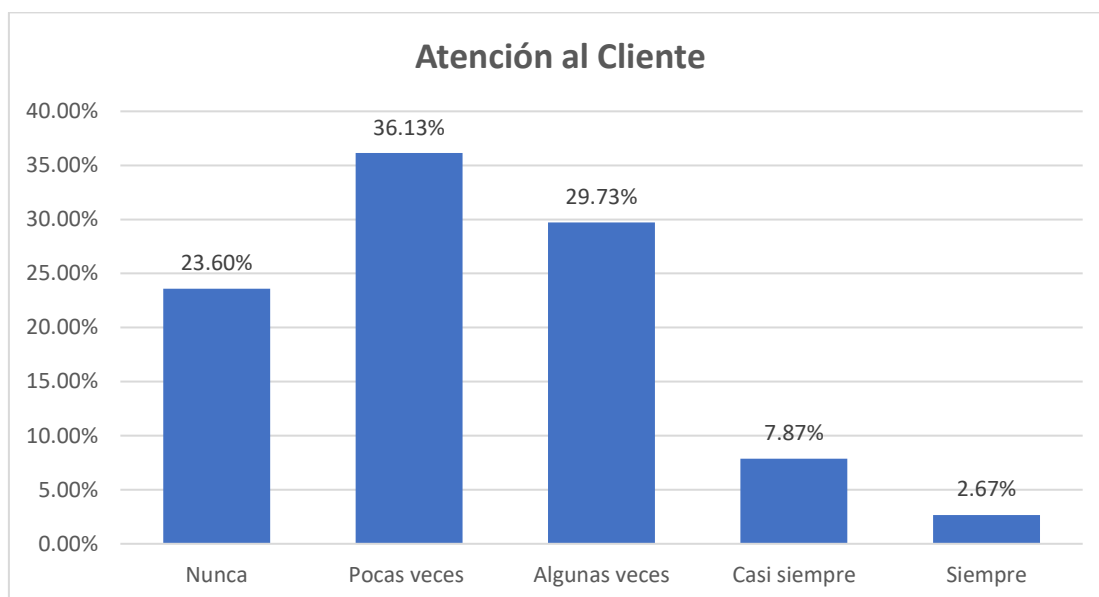
del cliente. Se analizó la capacidad de la empresa para ofrecer soluciones rápidas ante problemas logísticos y la efectividad de las garantías ofrecidas para proteger las compras. Además, se evaluó la atención al cliente y la capacitación del personal logístico, factores clave para asegurar que los empleados estén preparados para resolver eficientemente las necesidades del cliente.

Tabla 17

Distribución de respuestas para la dimensión calidad de servicio

Dimensión: Calidad de servicio		
Factor	f	%
Nunca	177	23.60%
Pocas veces	271	36.13%
Algunas veces	223	29.73%
Casi siempre	59	7.87%
Siempre	20	2.67%
Total	750	100.00%

Nota. Elaboración propia

Figura 11*Gráfico de barras de la distribución de respuestas*

Nota. Elaboración propia

a) Fiabilidad

La fiabilidad es un aspecto fundamental en cualquier servicio logístico, ya que refleja qué tan confiable es una empresa desde la perspectiva del cliente. Para medir esta dimensión en el estudio, se evaluaron tres aspectos clave que, en conjunto, determinan si los clientes pueden confiar o no en la empresa.

Puntualidad en las respuestas a consultas y quejas

El primer aspecto analizado fue la rapidez y oportunidad con que la empresa responde cuando los clientes tienen preguntas, dudas o presentan alguna queja. Este elemento es crucial porque cuando un cliente se toma el tiempo de contactar a la empresa, espera recibir una respuesta pronta y útil. Si la respuesta tarda demasiado o simplemente nunca llega, el cliente comienza a perder confianza.

La puntualidad en las respuestas no solo tiene que ver con la velocidad, sino también con la efectividad: no basta con responder rápido si la respuesta no



resuelve el problema o no aporta la información que el cliente necesita. Por eso, se evaluó tanto el tiempo de respuesta como la calidad de la misma. Cuando una empresa responde de manera oportuna y efectiva, transmite el mensaje de que se preocupa por sus clientes y que está comprometida con resolver sus inquietudes. Esto, naturalmente, fortalece la confianza y la percepción de fiabilidad.

Efectividad de los canales de comunicación

El segundo aspecto medido fue qué tan bien funcionan los canales de comunicación que la empresa utiliza para mantenerse en contacto con sus clientes. En el contexto logístico, esto puede incluir diferentes medios: llamadas telefónicas, correos electrónicos, mensajes de texto, WhatsApp, notificaciones en aplicaciones móviles, o incluso redes sociales.

Lo importante aquí no es solo que existan estos canales, sino que realmente funcionen bien. Un canal de comunicación efectivo es aquel que es accesible, fácil de usar, y que realmente mantiene al cliente informado en los momentos clave. Por ejemplo, si una empresa promete avisar al cliente cuando su pedido está en camino pero nunca envía esa notificación, el canal no está siendo efectivo, aunque exista.

Se analizó si los clientes realmente recibían información oportuna sobre el estado de sus pedidos, si podían comunicarse fácilmente con la empresa cuando lo necesitaban, y si los diferentes canales estaban bien coordinados entre sí. Una comunicación clara y constante reduce la incertidumbre del cliente y le da la tranquilidad de saber que está al tanto de lo que está pasando con su pedido. Cuando esto funciona bien, la fiabilidad percibida de la empresa aumenta considerablemente.



Coherencia entre el comportamiento del personal y los valores corporativos

El tercer y último aspecto evaluado fue si el personal logístico —las personas que tienen contacto directo con los clientes, ya sea en la entrega de productos, en la atención telefónica o en cualquier otro punto de contacto— realmente actúa conforme a los valores que la empresa dice tener.

Las empresas suelen promover ciertos valores corporativos: honestidad, respeto, responsabilidad, compromiso con el cliente, entre otros. Pero lo que realmente importa no es lo que la empresa diga en su página web o en sus folletos, sino cómo se comporta su personal en el día a día. Si una empresa afirma que valora el respeto hacia el cliente, pero sus empleados son groseros o indiferentes, hay una desconexión que daña gravemente la credibilidad.

Se revisó si los empleados trataban a los clientes con cortesía y profesionalismo, si cumplían con los compromisos establecidos, si actuaban con honestidad incluso cuando surgían problemas, y si mostraban genuino interés en resolver las necesidades de los clientes. Cuando el comportamiento del personal está alineado con los valores que la empresa proclama, se fortalece enormemente la imagen de la empresa como confiable y seria. Los clientes no solo compran productos o servicios; también compran la tranquilidad de saber que están tratando con una empresa íntegra.

Conclusión sobre la fiabilidad

En conjunto, estos tres elementos —puntualidad en las respuestas, efectividad de los canales de comunicación, y coherencia entre el comportamiento del personal y los valores corporativos— conforman lo que entendemos por fiabilidad en el contexto logístico. Una empresa que destaca en

estos tres aspectos es percibida como confiable, responsable y digna de la lealtad de sus clientes. Por el contrario, si falla en alguno de estos puntos, la confianza se resquebraja y los clientes comienzan a buscar alternativas.

Tabla 18

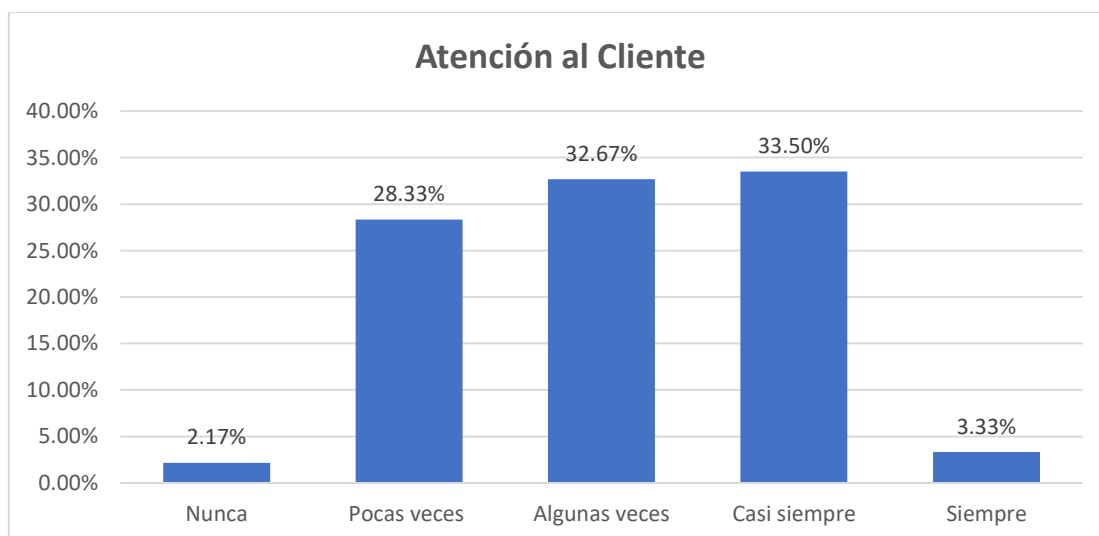
Distribución de respuestas para la dimensión fiabilidad

Dimensión: Fiabilidad		
Factor	f	%
Nunca	13	2.17%
Pocas veces	170	28.33%
Algunas veces	196	32.67%
Casi siempre	201	33.50%
Siempre	20	3.33%
Total	600	100.00%

Nota. Elaboración propia

Figura 12

Gráfico de barras de la distribución de respuestas



Nota. Elaboración propia

4.1.9. Contrastación de hipótesis

En este apartado procederemos a validar las hipótesis planteadas en los capítulos previos, mediante el empleo de métodos estadísticos apropiados, con el fin de determinar si existe una relación significativa entre las variables gestión logística y satisfacción del cliente. Para este propósito, se utilizó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov.

Tabla 19

Resultados descriptivos

Descriptivos			
		Estadístico	Desv. Error
TOTAL	Media	281267.00	,28682
	95% de intervalo de confianza para la media	Lím. inferior	275599.00
		Lím. superior	286934.00
	Media recortada al 5%	279519.00	
	Mediana	280000.00	
	Varianza	12340.00	
	Desv. Desviación	351277.00	
	Mínimo	19,00	
	Máximo	43,00	
	Rango	24,00	
	Rango intercuartil	4,00	
	Asimetría	1048.00	,198
	Curtosis	2730.00	,394

Nota. Datos obtenidos a partir del análisis de las variables

En la Tabla 19 podemos apreciar los valores de la media, la mediana, la varianza, rango y desviación estándar. Estos valores permiten obtener una visión

general sobre el comportamiento de las variables en estudio, lo cual es fundamental para interpretar los resultados de las pruebas de hipótesis.

Tabla 20

Resultados de la prueba de normalidad

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
TOTAL V1	,078	150	,026	,945	150	,000
TOTAL V2	,122	150	,000	,937	150	,000

Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Elaboración propia

Prueba de normalidad de los datos

Antes de proceder con el análisis estadístico principal, fue necesario determinar si los datos recopilados seguían una distribución normal. Esto es importante porque dependiendo de si los datos son normales o no, se deben utilizar diferentes tipos de pruebas estadísticas para analizarlos correctamente.

Para verificar la normalidad de las distribuciones, se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, que es una prueba estadística diseñada específicamente para evaluar si un conjunto de datos se ajusta o no a una distribución normal. Esta prueba es especialmente adecuada cuando se trabaja con muestras grandes, como es el caso de nuestro estudio.

¿Cómo funciona esta prueba?

La prueba de Kolmogorov-Smirnov compara la distribución de los datos observados con lo que sería una distribución normal teórica. Al final de la prueba, se obtiene un valor llamado "p-valor" que nos ayuda a tomar una decisión:

Si el p-valor es mayor a 0.05 (el nivel de significancia comúnmente utilizado, representado por $\alpha = 0.05$), entonces no hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis de que los datos siguen una distribución normal. En otras palabras, podríamos asumir que los datos son normales.

Si el p-valor es menor a 0.05, entonces hay evidencia estadística significativa de que los datos no siguen una distribución normal, por lo que debemos rechazar esa hipótesis.

Resultados obtenidos

En nuestro caso, al aplicar la prueba de Kolmogorov-Smirnov a las variables del estudio, se encontró que el p-valor fue menor a 0.05 ($p < 0.05$). Esto significa que los datos analizados no siguen una distribución normal.

Este hallazgo es importante porque determina qué tipo de análisis estadístico debemos utilizar a continuación. Cuando los datos no son normales, no es apropiado usar pruebas estadísticas paramétricas (como la prueba t de Student o el ANOVA), que asumen normalidad en los datos. En su lugar, es necesario recurrir a pruebas estadísticas no paramétricas, que están diseñadas específicamente para trabajar con datos que no cumplen el supuesto de normalidad.

Implicaciones metodológicas

Dado que se confirmó que las variables no siguen una distribución normal, se tomó la decisión metodológica de utilizar pruebas no paramétricas para el análisis de los datos. Estas pruebas son más flexibles y robustas cuando se trabaja con datos que tienen distribuciones atípicas, asimétricas o que simplemente no se ajustan al patrón de una curva normal.

Ejemplos de pruebas no paramétricas que pueden utilizarse en este contexto incluyen la prueba de Mann-Whitney, la prueba de Kruskal-Wallis, la prueba de Wilcoxon, o el coeficiente de correlación de Spearman, dependiendo del tipo específico de análisis que se requiera realizar.

Esta decisión metodológica garantiza que los resultados del estudio sean válidos y confiables, ya que se están utilizando las herramientas estadísticas apropiadas para el tipo de datos que se tienen. Usar pruebas paramétricas cuando los datos no son normales podría llevar a conclusiones incorrectas o sesgadas, por lo que este paso de verificación de normalidad es fundamental en cualquier investigación cuantitativa seria.

Versión más técnica pero clara:

Verificación de la normalidad de las variables mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov

Antes de seleccionar las pruebas estadísticas apropiadas para el análisis de los datos, se realizó una prueba de normalidad con el objetivo de determinar si las variables del estudio seguían una distribución normal. Este paso es metodológicamente crucial, ya que la elección entre pruebas paramétricas y no paramétricas depende directamente del cumplimiento o no del supuesto de normalidad.

Dado que el tamaño de la muestra es mayor a 50 observaciones, se optó por utilizar la prueba de Kolmogorov-Smirnov, que es más adecuada que otras pruebas de normalidad (como Shapiro-Wilk) cuando se trabaja con muestras grandes.

Interpretación de los resultados:

La prueba de Kolmogorov-Smirnov contrasta la siguiente hipótesis:



H_0 (hipótesis nula): Los datos siguen una distribución normal.

H_1 (hipótesis alternativa): Los datos no siguen una distribución normal.

El criterio de decisión se basa en el p-valor obtenido:

Si p-valor > 0.05 , se acepta H_0 (los datos son normales).

Si p-valor < 0.05 , se rechaza H_0 (los datos no son normales).

En el presente estudio, los resultados mostraron que el p-valor fue menor a 0.05 ($p < \alpha$), lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se concluye que las variables analizadas no siguen una distribución normal.

Consecuencias metodológicas:

Ante este resultado, no es apropiado utilizar pruebas estadísticas paramétricas, que asumen normalidad en los datos. En su lugar, se procedió a emplear métodos estadísticos no paramétricos, que son más robustos y adecuados para analizar datos que no cumplen con el supuesto de normalidad.

Esta decisión metodológica garantiza la validez de los análisis posteriores y asegura que las conclusiones del estudio estén fundamentadas en procedimientos estadísticos apropiados para la naturaleza de los datos recopilados.)

a) Hipótesis Estadística

- H_0 : La distribución de los datos de la variable gestión logística es normal

- H1: La distribución de los datos de la variable gestión logística no es normal

Dado que el p-valor obtenido en los análisis es inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H_0), aceptando así la hipótesis alternativa (H_1). Esto confirma que existe una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en el contexto estudiado.

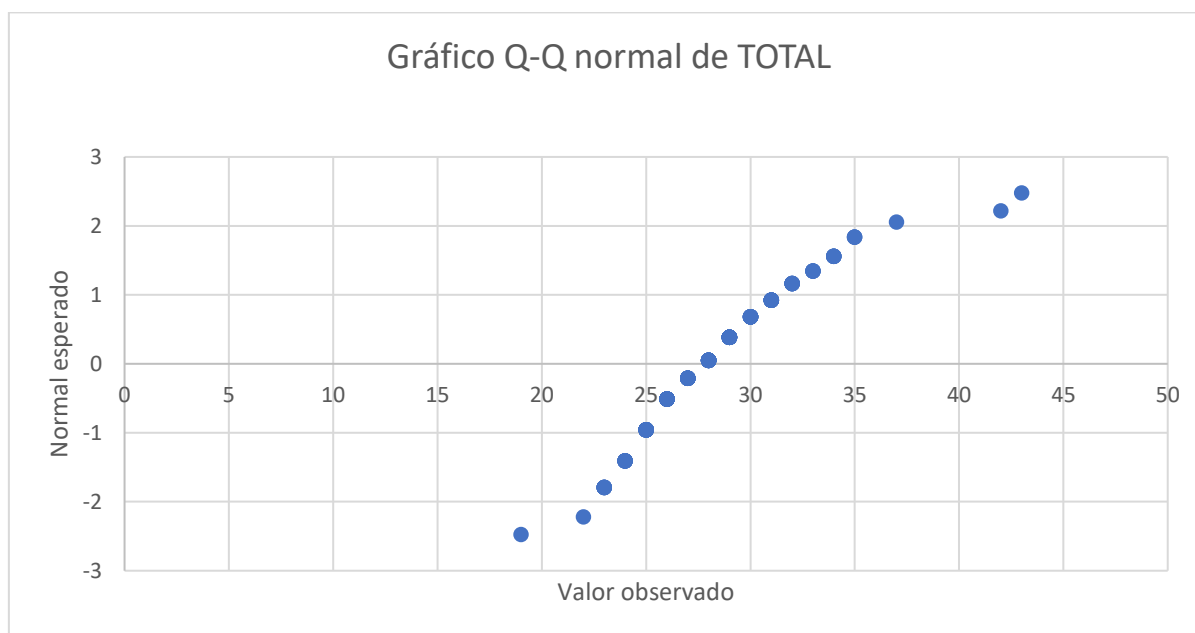
b) Criterio de Decisión

- Se rechaza H_0 Si: $SIG < 0.05$ caso contrario aceptar H_0
- Luego, dado que $SIG = 0.026 < 0.05$ entonces rechazo H_0

c) Interpretación

Con base a los resultados obtenidos, se puede concluir lo siguiente:

- **Hipótesis general:** Se confirma que la gestión logística influye de manera significativa en la satisfacción del cliente. Las variables asociadas a la logística, como la atención al cliente, la distribución, el control de inventarios y el procesamiento de pedidos, muestran una relación positiva con la satisfacción general del cliente.
- **Hipótesis específicas:** Cada una de las dimensiones estudiadas ha mostrado una correlación significativa con la satisfacción del cliente. En particular, atención al cliente y distribución presentan la correlación más fuerte, lo que resalta su impacto directo en la experiencia del cliente. Por otro lado, control de inventarios y procesamiento de pedidos, aunque también influyentes, tienen una correlación moderada, lo que señala áreas de mejora en los procesos logísticos de la empresa.

Figura 13*Gráfico del Q-Q (cuantil-cuantil)*

Nota. Estos puntos representan los valores observados de las variables.

El gráfico Q-Q confirma que, aunque los datos presentan ciertas desviaciones de la normalidad, estas no son lo suficientemente marcadas como para invalidar el uso de pruebas no paramétricas. Por lo tanto, se validan las pruebas realizadas y se puede proceder con la contrastación de las hipótesis utilizando los métodos adecuados.

4.2. Diseminación de los hallazgos

El análisis realizado en esta investigación ha permitido evidenciar una correlación moderada y significativa entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur de Juliaca. El coeficiente de correlación de Spearman ($\rho = 0.33$) y el valor p (0.000) son indicadores claros de que existe una relación directa entre estas variables, lo cual respalda la hipótesis general planteada en el estudio. Este hallazgo concuerda con los resultados obtenidos por diversos estudios previos, que también destacan cómo una gestión logística eficiente impacta positivamente en la percepción del cliente. De hecho, investigaciones



como las de Rengifo (2023), quienes analizan la relación entre la logística y la satisfacción del cliente en empresas del sector, encontraron correlaciones similares, donde las variables están relacionadas de manera moderada. Este tipo de resultados sugiere que una mejora en los procesos logísticos contribuye, pero no de forma exclusiva, a incrementar la satisfacción general de los consumidores.

Al desglosar las distintas dimensiones de la gestión logística, se confirma que áreas específicas como la atención al cliente, distribución, control de inventarios y procesamiento de pedidos tienen un impacto considerable en la satisfacción. Por ejemplo, la atención al cliente ha demostrado ser esencial para la percepción positiva de los consumidores, coincidiendo con lo indicado por Bermeo et al., (2024), quienes señalan que un servicio de atención adecuado fortalece la relación con el cliente, mientras que un servicio deficiente puede generar desconfianza y frustración. En el caso del Consorcio Sur, se observó que los clientes manifestaron una percepción intermedia en cuanto a la calidad de la atención recibida. Esto indica que, si bien la empresa cumple parcialmente con las expectativas de servicio, aún existe un potencial de mejora significativo que podría marcar la diferencia en términos de fidelización.

De manera similar, la distribución también mostró una relación positiva con la satisfacción del cliente. Sin embargo, el estudio reveló que la empresa enfrenta desafíos en la consistencia de los plazos de entrega, lo cual afecta la percepción de confiabilidad. Este hallazgo refuerza los resultados de Flores (2021), quien encontró que la logística integral, que incluye no solo la distribución sino también el manejo de inventarios, es fundamental para mejorar la competitividad y la satisfacción del cliente en cualquier empresa. En este sentido,



mejorar la eficiencia en la gestión de rutas y el control de tiempos de entrega podría aumentar considerablemente la satisfacción de los clientes.

El control de inventarios resultó ser otro factor clave en la satisfacción general, ya que los encuestados mencionaron con frecuencia la falta de disponibilidad de productos como un punto negativo en su experiencia. Esto coincide con las conclusiones de (Solórzano y Mendoza, 2022), quienes destacan la importancia de mantener un equilibrio adecuado entre la oferta y la demanda para evitar faltantes o excesos que puedan afectar la operación y la satisfacción. La gestión eficiente de los inventarios también influye en los costos logísticos y en la capacidad de respuesta de la empresa ante los pedidos de los clientes.

Por último, el procesamiento de pedidos mostró una correlación significativa con la satisfacción, dado que los clientes valoraron positivamente la rapidez y la precisión en la gestión de sus órdenes. Sin embargo, los resultados sugieren que hay una oportunidad de mejora en la comunicación sobre retrasos y en la eficiencia del proceso en algunos casos. Esto refleja la importancia de optimizar los sistemas de información y los procedimientos operativos dentro de la cadena logística, lo cual ha sido señalado como clave por estudios como el de Manrique et al., (2019), quienes subrayan que un procesamiento ágil y exacto de los pedidos es fundamental para no generar desconfianza entre los consumidores.

Los resultados de este estudio subrayan que las dimensiones clave de la gestión logística juegan un papel significativo en la satisfacción del cliente, lo que también respalda las teorías del Modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1985). Este modelo propone que la calidad del servicio debe medirse no solo en



términos de la eficiencia operativa, sino también en la percepción del cliente sobre la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía mostrada por la empresa en cada una de sus interacciones. La evidencia obtenida en este estudio, al igual que en otros trabajos de investigación, confirma que el cliente valora no solo los aspectos tangibles del servicio, como la entrega puntual, sino también las características intangibles, como la respuesta efectiva ante inconvenientes y la disposición para resolver problemas.

Al comparar los resultados de esta investigación con los antecedentes revisados, se puede concluir que las prácticas logísticas en el Consorcio Sur necesitan ser optimizadas para mejorar la satisfacción del cliente. Esto coincide con los estudios previos que mencionan la necesidad de integrar mejor los sistemas logísticos internos y de mejorar la atención al cliente, el control de inventarios, la distribución y la gestión de pedidos para lograr una competitividad sostenida. Aunque la gestión logística en la empresa tiene un impacto positivo sobre la satisfacción, la falta de consistencia en los procesos logísticos indica que aún existe un amplio margen para la mejora, lo que puede marcar una diferencia considerable en la percepción general de los clientes.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Se ha determinado que existe una relación significativa entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en el contexto del Consorcio Sur de Juliaca, 2025. Los resultados derivados del análisis estadístico mediante el coeficiente de correlación de Spearman ($\rho = 0.33$, $p = 0.000$) evidencian que hay una correlación moderada entre ambas variables. Esto implica que mejoras en la eficiencia de los procesos logísticos, como el manejo de inventarios, la atención al cliente y la distribución, tienen un efecto positivo en la percepción y experiencia del cliente, lo cual es consistente con estudios previos en el ámbito de la contabilidad y gestión de operaciones, donde se demuestra que la optimización de la logística incrementa la satisfacción.

SEGUNDA: Se ha comprobado que las dimensiones específicas de la gestión logística, tales como la atención al cliente, la distribución, el control de inventarios y el procesamiento de pedidos, juegan un papel fundamental en la satisfacción del cliente. La gestión logística, al mejorar la disponibilidad de productos y asegurar la puntualidad en las entregas, resulta esencial para el incremento de la satisfacción. Esta correlación también refleja la importancia de integrar los procesos logísticos dentro de una estrategia financiera eficiente, ya que un control adecuado puede reducir costos operativos y mejorar la rentabilidad.

TERCERA: Se ha identificado que las dimensiones de la atención al cliente y distribución son las que tienen un mayor impacto sobre la

satisfacción del cliente, lo que implica que una mejora en estos aspectos podría optimizar la relación entre la empresa y el cliente. Estos resultados sugieren que, para mejorar la competitividad, es esencial que la empresa implemente estrategias de fidelización basadas en un servicio al cliente más eficiente, lo que se refleja directamente en los resultados financieros. La atención al cliente, al ser un componente intangible pero esencial de la gestión de la experiencia del cliente, tiene efectos directos sobre el valor percibido y la disposición de los clientes a realizar futuras compras.

CUARTA: A pesar de la relación positiva observada entre la gestión logística y la satisfacción del cliente, se concluye que existen oportunidades significativas de mejora en áreas clave como el procesamiento de pedidos, el control de inventarios y la distribución de productos. Las ineficiencias en la gestión de inventarios y las demoras en los plazos de entrega han sido identificadas como factores que reducen la percepción de la calidad del servicio.

QUINTA: Se encuentra que la mejora de los procesos logísticos tiene un impacto moderado pero significativo en la experiencia del cliente. Estos hallazgos refuerzan la hipótesis de que la gestión de la cadena de suministro no solo influye en la satisfacción del cliente, sino que también tiene implicaciones estratégicas para el rendimiento financiero de la empresa. De acuerdo con la teoría del valor percibido, si la empresa logra optimizar sus procesos logísticos, puede maximizar los beneficios obtenidos a través de una mayor lealtad del cliente, reduciendo así la necesidad de

costosos esfuerzos de marketing y mejorando la rentabilidad neta a largo plazo.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda que el Consorcio Sur continúe mejorando la gestión logística mediante la implementación de tecnologías avanzadas para optimizar el control de inventarios y distribución de productos. El uso de sistemas de gestión automatizados no solo permitirá mejorar la eficiencia operativa, sino que también ayudará a reducir costos operacionales y errores humanos, lo que, a su vez, incrementará la satisfacción del cliente. Esta optimización debería ser priorizada como una inversión estratégica para obtener una mejor rentabilidad en el largo plazo.

SEGUNDA: Se sugiere enfocar los esfuerzos en mejorar la atención al cliente, a través de capacitación continua del personal encargado de la relación con el cliente. Un servicio al cliente de calidad es fundamental para mantener la lealtad de los consumidores, lo cual impacta directamente en los resultados financieros de la empresa. Además, la retroalimentación constante por parte de los clientes debe ser aprovechada para ajustar y mejorar los procesos de atención, asegurando que se cumplan y superen las expectativas de los mismos.

TERCERA: Es esencial que el Consorcio Sur realice un análisis exhaustivo de los tiempos de entrega y mejore la gestión de la distribución. La puntualidad en las entregas es un factor fundamental en la percepción de calidad del servicio, y una mejora en este aspecto

tiene un impacto directo sobre la satisfacción del cliente. Para lograrlo, es recomendable optimizar las rutas de distribución, implementar sistemas de monitoreo en tiempo real y evaluar continuamente el rendimiento de los transportistas.

CUARTA: Es necesario idos. La agilidad en este proceso es clave para asegurar una experiencia positiva para el cliente. La automatización de los procesos de gestión de pedidos y la integración de sistemas que permitan un seguimiento efectivo de los mismos contribuirán a reducir los tiempos de espera, mejorar la precisión y, por ende, aumentar la satisfacción general del cliente.

QUINTA: Se debe considerar la implementación de una estrategia de fidelización a través de la mejora continua de los procesos logísticos, con el fin de ofrecer una experiencia del cliente consistente y de alta calidad. Esto no solo fortalecerá la relación con los clientes actuales, sino que también atraerá nuevos clientes, asegurando un crecimiento sostenible. Además, la empresa debe seguir evaluando regularmente el impacto de los cambios implementados en los costos logísticos y la rentabilidad para ajustar las estrategias según sea necesario y mantener la competitividad en el mercado.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud En Tabasco*, 11(1), 333–338.
<https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
- Albornoz, R., García-Salirrosas, E. E., Millones-Liza, D. Y., Villar-Guevara, M., y Toyohama-Pocco, G. (2024). Utilizar la teoría del valor percibido para determinar la disposición a consumir alimentos de una marca saludable: el papel de la conciencia de la salud. *Nutrients*, 16(13).
<https://doi.org/10.3390/nu16131995>
- Aleman, L., Padilla, D., y Piñero, A. (2021). Sistema de gestión logístico para procesos de servicios. *Ingeniería Industrial*, 2.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttextpid=S1815-59362021000200232
- Ariza, G., y Rodríguez, J. (2022). *Análisis del impacto de los sistemas integrados en la gestión logística del sector industrial en Bogotá* [[Tesis de pregrado, Fundación Universidad de América]].
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20194>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2022). *Indicadores de América Latina y el Caribe*. <https://www.sela.org/es/centro-de-documentacion/base-de-datos-documental/bdd/75573/logistica-en-america-latina-y-el-caribe>
- Banco Mundial. (2023). *Índice de Desempeño Logístico (IPL)*.
<https://lpi.worldbank.org/international/global>
- Bermeo, M. L., Molina, G. G., y Miranda, E. C. (2024). Los procesos logísticos y la satisfacción de los clientes en la empresa Inharipac S.A. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(6), 18–31. <https://doi.org/10.33386/593DP.2024.6.2673>



Borjas, K. G. (2024). *Gestión logística y satisfacción del cliente interno en una institución pública del Sector Salud, Lima – 2024* [Universidad Cesar Vallejo].

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_a2ba7a9b45e5fe6b402c5c356582cdf2

Calva, F. M., Moran, E. M., Pacheco, J. J., Castillo, E. B., y Vásquez, A. B. (2024).

Evolución de la Gestión Logística Relacionada a los Depósitos de Contenedores. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(4), 2567–2580. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12507

Castillo, A. W. (2024). La cadena de suministro: Una revisión de la literatura

2018-2023. *Revista Científica Disciplinarias*, 3(1), 47–47. <https://doi.org/10.71727/disciplinarias.v3i1.151>

Chambi, T. (2024). *La gestión logística y su relación con el control de stock en el supermercado plaza vea de la ciudad de Puno, periodo 2021* [[Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]].

<https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/22626>

Chirinos-Quintero, N., y Bermúdez-Gómez, J. R. (2024). La gestión logística y su

importancia para la internacionalización de productos. *IPSA Scientia, Revista Científica Multidisciplinaria*, 9, ev9r7. <https://doi.org/10.62580/ipsc.2024.9.194>

Concha, R. (2024). *La gestión logística y la competitividad empresarial en las MYPES comerciales sector ferretero de la ciudad de Puno, 2023*.

<https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/21935>



- Rodríguez, D. Y., Arista, A. M., y Cruz-Tarrillo, J. J. (2023). Calidad de servicio y su efecto en la satisfacción y lealtad de los clientes. *Revista San Gregorio*, 1(55), 65–77. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i55.2326>
- Romero-Valladolid, P. A., Mora-Sanchez, N. V., Romero-Black, W. E., y Sánchez-Cabrera, L. C. (2024). La satisfacción del cliente y su incidencia en los tiempos de entrega de productos: Caso Distribuciones JM. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(3), 174–183. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.3.2376>
- Ronquillo, C. L., Ballesteros, L. G., Vera, R. Y., y Román, F. G. (2024). Teoría General de Sistemas, supuestos subyacentes y no subyacentes para el crecimiento económico empresarial. *ULEAM Bahía Magazine*, 5(9), 70–78. <https://doi.org/10.56124/ubm.v5i9.010>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 13(1), 101–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez, H., y Reyes, C. (2015). *Metodología y diseños en la investigación científica* (Quinta). Business Support Annetsh SRL. https://www.academia.edu/78002369/METODOLOGÍA_Y_DISEÑOS_EN_LA_INVESTIGACIÓN_CIENTÍFICA
- Sánchez, Y., Pérez, J. A., Sangroni, N., Cruz, C., y Medina, Y. E. (2021). Retos actuales de la logística y la cadena de suministro. *Ingeniería Industrial*, 42(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttextypid=S1815-59362021000100169
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., y Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del



cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85–101.
<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

Solórzano-Mendoza, M., y Mendoza-Vera, C. (2022). El control de inventarios y su impacto en la liquidez de la distribuidora “Miguel Sebastián” Manabí-Ecuador 2019-2020. *Digital Publisher*, 7(3), 158–169.
<https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1102>

Tipula, L. (2024). *Gestión logística y su influencia en el proceso de adquisición de bienes y servicios de la municipalidad distrital de Huatasani, periodos 2021-2022* [[Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]].
<https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/22102>

Valenzuela-Pérez, K., Carrera-Torres, M., y Gómez-Xul, G. de los Á. (2021). La fiabilidad en la calidad del producto o servicio de una empresa. *Digital Publisher*, 6, 219–232.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8292899>

Zelada, E. A. (2022). Gestión logística y atención al cliente en una empresa industrial del rubro alimentos, Lima 2021. *Economía y Negocios*, 4(2), 57–79. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1338>





ANEXOS



Apéndice 1: Matriz de consistencia

TITULO: Gestión logística y su asociación con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca - 2025

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
General: ¿Qué relación existe entre la gestión logística con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025? Específicos: ¿Qué relación existe entre la atención al cliente con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025? ¿Qué relación existe entre la distribución con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025? ¿Qué relación existe entre el control de inventarios con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025? ¿Qué relación existe entre el procesamiento de pedidos con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025?	General: Existe relación significativa entre la gestión logística con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025. Específicos: Existe relación significativa entre la atención al cliente con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025. Existe relación significativa entre la distribución con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025. Existe relación significativa entre el control de inventarios con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025. Existe relación significativa entre el procesamiento de pedidos con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025.	General: Existe relación significativa entre la gestión logística con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025. Específicos: Existe relación significativa entre la atención al cliente con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025. Existe relación significativa entre la distribución con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025. Existe relación significativa entre el control de inventarios con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025. Existe relación significativa entre el procesamiento de pedidos con la satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, Juliaca – 2025.	Variable 1: Gestión logística Dimensiones: - Atención al cliente - Distribución - Control de inventarios - Procesamiento de Pedidos Variable 2: Satisfacción del cliente Dimensiones: - Calidad de Servicio - Fiabilidad	Enfoque de la investigación El enfoque fue cuantitativo. Tipo de investigación El estudio fue básico Nivel de investigación Correlacional Diseño de investigación No experimental de corte transversal Método de investigación Hipotético deductivo . Población La población estuvo conformada por los clientes de la empresa aplicando la fórmula para población infinita se obtiene 150 clientes Técnicas e instrumentos Técnica encuesta Instrumento Cuestionario

Apéndice 2: Instrumento de recolección de datos**GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE EN EL CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025**

Estimado(a) cliente:

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre la gestión logística y satisfacción del cliente en el Consorcio Sur, ubicado en la ciudad de Juliaca. Su opinión es muy valiosa y permitirá identificar aspectos clave para mejorar los procesos logísticos y la calidad del servicio brindado por la empresa. Le pedimos responder con sinceridad y objetividad. La información proporcionada será tratada de forma anónima y confidencial, y será utilizada exclusivamente con fines académicos y de mejora continua.

Agradecemos de antemano su tiempo y colaboración.

Datos generales

Edad:

Género: Masculino () Femenino ()

DIMENSIONES E ÍTEMS	CATEGORIAS				
	1. Nunca	2. Muy pocas	3. Algunas veces	4. Casi siempre	5. Siempre
VARIABLE 1: GESTIÓN LOGÍSTICA					
DIMENSIÓN: ATENCIÓN AL CLIENTE					



1. ¿En Consorcio Sur – Juliaca encuentra regularmente los productos que usted requiere como cliente?					
2. ¿Consorcio Sur – Juliaca le brinda opciones o facilidades para realizar sus pagos?					
3. ¿Está usted satisfecho con la disponibilidad de productos en el stock de Consorcio Sur – Juliaca?					
4. ¿Considera que la organización y distribución de los productos dentro del local de Consorcio Sur – Juliaca facilita su ubicación al momento de comprar?					
5. ¿En Consorcio Sur – Juliaca se aplican acuerdos o descuentos por compras al por mayor?					
DIMENSIÓN: DISTRIBUCIÓN					
6. ¿Consorcio Sur – Juliaca le brinda la reposición del producto en caso de que llegue dañado o incompleto?					
7. ¿Considera adecuado que, al realizar compras por volumen en Consorcio Sur – Juliaca, se incluya el servicio de transporte sin costo adicional?					
8. ¿Alguna vez ha desistido de una compra en Consorcio Sur – Juliaca debido a demoras en la entrega de su pedido?					
9. ¿Consorcio Sur – Juliaca cumple con los plazos acordados para la entrega de sus pedidos?					
10. ¿Cree que Consorcio Sur – Juliaca aplica métodos adecuados de carga para evitar daños en las mercancías durante el traslado?					
DIMENSIÓN: CONTROL DE INVENTARIOS					
11. ¿Consorcio Sur – Juliaca realiza la entrega de sus pedidos dentro del plazo previamente acordado?					
12. ¿Ha notado que los precios en Consorcio Sur – Juliaca varían en					



función de la situación económica o del mercado?					
13. Cuando realiza una consulta sobre la disponibilidad de un producto, ¿el personal de Consorcio Sur – Juliaca le brinda una respuesta inmediata?					
14. ¿Considera que el stock visible en tienda de Consorcio Sur – Juliaca es suficiente para cubrir su demanda como cliente?					
DIMENSIÓN: PROCESAMIENTO DE PEDIDOS					
15. ¿Ha notado si el personal de ventas de Consorcio Sur – Juliaca utiliza un sistema digital o plataforma tecnológica para registrar sus pedidos?					
16. ¿Considera que el procesamiento de su pedido en Consorcio Sur – Juliaca toma más tiempo del necesario?					
17. En caso de presentarse demoras en la entrega, ¿Consorcio Sur – Juliaca le informa oportunamente sobre las razones del retraso?					
18. ¿El personal encargado del transporte en Consorcio Sur – Juliaca cumple de manera responsable con las entregas de sus pedidos?					
19. ¿Cree que Consorcio Sur – Juliaca brinda un servicio logístico eficiente desde la primera entrega que usted ha recibido?					
VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE					
DIMENSIÓN: CALIDAD DE SERVICIO					
20. ¿Se encuentra satisfecho(a) con los servicios logísticos que ofrece actualmente Consorcio Sur – Juliaca?					
21. ¿Considera que Consorcio Sur – Juliaca brinda soluciones rápidas y oportunas ante cualquier inconveniente logístico?					
22. ¿Cree que Consorcio Sur – Juliaca ofrece las garantías necesarias para proteger sus compras como cliente?					
23. ¿Está satisfecho(a) con la atención que recibe por parte del					



personal del área logística de Consorcio Sur – Juliaca?					
24. ¿Considera que los trabajadores del área logística en Consorcio Sur – Juliaca cuentan con la capacitación adecuada para atender sus necesidades?					
DIMENSIÓN: FIABILIDAD					
25. ¿Considera que sus dudas o inquietudes son atendidas de forma oportuna y eficaz por el área logística de Consorcio Sur – Juliaca?					
26. ¿Cree que el tiempo de respuesta del área logística de Consorcio Sur – Juliaca ante reclamos o devoluciones es adecuado y eficiente?					
27. ¿Piensa que el área logística de Consorcio Sur – Juliaca emplea canales de comunicación apropiados para mantener contacto con usted como cliente?					
28. ¿Considera que el personal logístico de Consorcio Sur – Juliaca actúa en coherencia con los valores y principios que representa la empresa?					



Apéndice 3: Validez de instrumento

Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: Mantani Mantani Jesús

2. Cargo e institución donde labora: Docente UANCV

3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Examen

4. Autor del instrumento: Nelly Vilca Yana

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Favorable

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 96 %

Lugar y fecha: Tarma, 19, 06, 2025

Firma del experto
DNI N°: 0425043 **Cel:** 985 85 8



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: Huanan Lucasara Yudy

2. Cargo e institución donde labora: Docente UANCV

3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Encuesta

4. Autor del instrumento: Nelly Vilco Lora

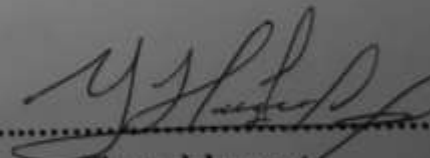
II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	May buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Favorable

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 97%

Lugar y fecha: Julica 19/06/2015


Firma del experto
DNI N°: 40613820 Cel.: 989-5



Apéndice 4: Base de datos de la variable Gestión Logística

VARIABLE 1: GESTIÓN LOGÍSTICA																				
N°	Dimensión: Atención al cliente					Dimensión: Distribución					Dimensión: Control de inventarios				Dimensión: Procesamiento de pedidos					Sumatoria
	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	
1	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	53
2	2	4	3	1	2	3	5	3	4	2	1	4	3	3	4	2	3	3	1	53
3	2	3	1	3	4	1	3	3	2	4	2	4	2	4	2	5	4	3	3	55
4	3	3	2	1	4	3	5	2	4	1	3	5	4	3	2	4	3	1	2	55
5	3	4	2	3	4	1	5	3	3	1	1	3	2	4	4	2	4	4	1	54
6	2	4	3	3	5	2	3	3	4	2	4	1	5	2	4	4	1	3	2	57
7	4	2	2	3	4	5	2	3	4	4	4	2	3	1	5	2	4	2	3	59
8	4	1	5	5	5	5	3	2	4	2	2	1	4	5	2	4	1	4	4	63
9	4	4	3	3	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	70
10	4	4	1	3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	62
11	4	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	62
12	4	3	2	3	2	4	1	3	2	4	1	4	2	3	2	4	3	3	1	51
13	3	2	4	2	4	4	3	2	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	63
14	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	53
15	1	3	3	2	4	3	4	3	5	2	2	3	1	5	3	1	2	4	3	54
16	2	4	4	2	5	2	4	1	1	4	2	2	4	1	3	2	4	1	5	53
17	3	4	2	3	2	4	5	2	3	5	2	3	2	4	4	3	4	5	2	62
18	2	3	3	3	4	2	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	3	2	59
19	4	2	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	3	2	3	4	61
20	3	3	2	4	3	3	4	2	4	3	2	4	3	1	1	2	3	4	4	55



21	2	3	3	3	2	3	4	4	3	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	50
22	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	60
23	4	5	4	3	5	5	3	4	3	4	1	2	3	4	4	4	3	4	3	68
24	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	2	60
25	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	63
26	3	1	3	3	4	3	3	1	2	3	2	2	4	2	2	3	2	3	2	48
27	2	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	44
28	2	1	2	2	4	4	2	3	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	36
29	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	33
30	4	3	3	4	4	5	4	4	3	4	2	2	2	1	1	2	2	3	4	57
31	4	4	4	3	3	2	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	66
32	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	42
33	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	2	2	57
34	3	1	3	3	4	2	3	4	4	1	3	3	4	4	2	4	2	4	3	57
35	3	4	2	2	1	2	5	4	5	3	3	4	2	4	3	1	5	2	1	56
36	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	52
37	3	1	4	3	3	2	4	3	1	5	2	4	3	4	4	2	3	2	1	54
38	4	2	3	3	4	5	1	2	3	4	2	3	3	2	2	2	3	1	2	51
39	2	3	3	2	1	4	4	5	1	3	2	5	1	2	4	3	1	5	3	54
40	2	3	4	2	3	1	4	2	3	2	2	4	2	3	4	3	5	1	2	52
41	2	5	2	4	3	4	1	2	2	3	2	3	4	2	5	3	1	2	4	54
42	2	3	1	2	4	1	3	2	4	3	2	3	4	2	2	5	2	3	4	52
43	4	1	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	62
44	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	59
45	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	55
46	2	1	2	4	3	3	3	5	1	2	2	4	3	1	4	2	1	5	2	50
47	2	2	4	1	3	4	3	1	2	5	2	5	1	3	1	4	4	2	3	52



48	4	3	5	3	5	5	4	2	5	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	73
49	2	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	5	5	3	2	2	1	4	61
50	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	66
51	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	4	5	4	3	4	2	4	3	4	62
52	3	2	4	4	2	1	2	3	2	3	2	2	3	4	2	4	2	4	4	53
53	3	2	4	4	4	2	4	1	4	3	2	3	5	2	2	3	1	4	3	56
54	4	3	4	2	4	1	2	1	2	2	2	2	5	3	4	2	2	4	4	53
55	3	3	5	4	3	1	2	1	3	4	2	3	5	4	2	2	1	2	3	53
56	2	3	3	3	2	1	3	2	3	4	3	2	4	2	3	2	2	3	2	49
57	2	2	3	2	2	1	3	1	4	2	4	4	5	3	3	3	3	4	3	54
58	4	4	5	2	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	2	3	2	4	3	62
59	4	2	4	4	2	2	2	3	2	4	3	4	5	3	4	3	1	3	2	57
60	3	2	3	4	3	1	2	3	2	2	3	4	5	2	3	4	3	3	4	56
61	4	3	4	4	2	2	3	1	4	2	4	2	4	2	3	4	1	3	3	55
62	3	3	5	3	2	1	2	1	4	3	4	2	3	3	2	3	1	3	2	50
63	2	3	4	4	3	1	2	1	2	3	4	3	3	2	4	3	1	3	2	50
64	2	2	5	2	3	3	2	2	2	3	3	2	4	2	3	3	1	4	3	51
65	3	3	5	3	2	3	4	1	3	2	4	3	4	4	2	4	3	4	3	60
66	2	2	5	2	4	2	4	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2	2	3	52
67	2	4	4	2	2	3	3	2	2	3	4	2	4	2	3	4	3	2	2	53
68	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	4	4	3	2	4	1	3	4	56
69	3	4	3	3	3	2	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	2	3	4	61
70	4	4	3	4	4	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	55
71	4	4	4	4	3	3	4	1	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	4	56
72	2	4	5	4	4	1	3	1	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	59
73	2	2	5	2	2	1	2	1	4	4	2	2	4	4	2	4	1	2	4	50
74	2	2	5	4	3	2	2	3	3	4	3	2	4	3	4	2	2	3	3	56



75	4	2	5	4	2	3	3	2	4	3	3	2	4	2	2	4	2	3	4	58
76	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	2	2	3	2	54
77	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	4	3	3	4	2	2	1	3	2	53
78	2	4	4	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	4	2	52
79	3	4	5	4	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	2	4	3	61
80	3	2	5	2	2	2	3	3	4	2	3	2	4	4	3	3	3	4	4	58
81	2	3	5	2	3	3	3	1	3	2	4	2	3	4	4	3	3	3	4	57
82	2	2	3	4	4	1	4	2	2	4	3	2	4	4	4	2	3	2	3	55
83	3	4	5	2	3	1	2	2	3	4	4	4	3	3	2	4	2	2	4	57
84	3	4	5	3	2	1	4	3	2	4	3	4	3	3	2	3	1	3	2	55
85	3	4	4	2	2	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	2	3	61
86	2	3	4	2	2	3	4	1	3	4	2	3	3	4	4	4	1	2	4	55
87	2	3	5	2	4	1	2	3	3	2	2	4	3	2	3	3	3	4	2	53
88	4	3	4	4	4	1	3	1	4	3	3	4	4	3	3	2	1	3	4	58
89	2	4	5	2	3	3	2	2	4	2	3	2	3	3	4	4	3	3	4	58
90	2	4	4	2	3	3	2	1	4	3	2	2	3	3	4	3	1	3	3	52
91	2	2	5	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	2	4	2	1	4	3	51
92	4	4	4	2	2	2	4	1	4	4	3	4	3	4	2	3	3	2	3	58
93	3	2	5	4	4	3	2	1	3	3	2	3	5	4	2	2	3	4	2	57
94	2	4	3	2	2	1	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	2	2	3	53
95	2	2	4	3	3	2	2	1	4	2	3	4	3	4	3	4	1	3	3	53
96	2	4	5	4	2	3	3	3	4	3	2	4	3	2	4	3	1	2	4	58
97	2	3	4	2	3	2	2	3	2	2	3	3	5	2	4	4	1	3	2	52
98	4	4	4	2	4	2	3	1	4	2	4	4	3	3	3	4	2	3	3	59
99	3	4	5	2	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	2	3	2	61
100	4	4	5	4	4	3	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	1	2	2	58



10	1	2	3	3	2	3	2	2	1	4	3	3	4	4	3	2	2	1	2	3	49
10	2	4	3	4	3	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	56
10	3	3	4	4	2	4	2	4	2	2	3	4	4	3	3	2	2	3	2	2	55
10	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	2	3	3	3	2	2	3	1	4	4	56
10	5	4	2	5	2	4	2	2	3	4	3	2	3	5	2	4	2	3	2	4	58
10	6	4	3	5	3	4	2	3	1	2	2	4	3	3	2	3	4	2	4	3	57
10	7	4	2	5	3	2	1	4	2	2	4	4	4	5	4	3	3	2	4	4	62
10	8	2	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	57
10	9	3	4	3	2	3	2	4	1	2	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	58
11	0	4	4	4	4	2	3	2	2	3	4	3	2	5	3	2	4	3	2	3	59
11	1	2	4	4	2	3	1	2	1	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	4	51
11	2	4	4	5	4	4	1	2	1	4	3	3	2	5	3	3	2	2	4	2	58
11	3	3	3	3	4	4	1	3	3	4	2	4	2	4	2	2	2	3	4	4	57
11	4	2	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	4	5	4	3	4	1	2	4	55
11	5	4	2	3	3	4	3	3	1	4	2	2	3	4	3	3	4	2	2	3	55
11	6	4	4	5	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2	57



11 7	3	3	3	2	4	1	4	1	3	2	2	3	3	2	4	2	1	2	2	47
11 8	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	2	4	4	58
11 9	4	4	4	2	3	2	4	1	3	2	2	2	5	4	2	3	3	4	4	58
12 0	2	3	3	4	2	1	3	1	2	2	4	2	5	3	2	2	1	4	2	48
12 1	3	4	4	4	2	1	4	1	2	4	4	2	4	2	3	4	1	4	4	57
12 2	4	2	3	4	2	1	2	2	4	4	3	4	5	2	4	4	1	2	3	56
12 3	4	4	4	4	2	3	2	3	3	2	2	4	4	3	4	2	3	4	3	60
12 4	3	3	3	3	2	2	4	1	4	4	3	2	3	4	2	4	3	4	2	56
12 5	2	2	3	4	3	1	4	1	2	3	3	3	4	3	2	2	2	3	4	51
12 6	2	2	5	2	2	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	61
12 7	3	3	5	4	4	2	3	1	4	3	4	3	3	2	4	3	1	2	2	56
12 8	3	3	4	4	2	2	3	1	2	3	2	4	5	3	3	4	1	2	3	54
12 9	3	3	5	2	3	2	4	3	3	3	4	2	5	2	4	3	1	3	4	59
13 0	3	4	5	4	4	3	4	1	4	4	2	3	5	2	3	2	3	4	3	63
13 1	2	2	4	4	2	2	2	1	3	3	3	2	3	2	4	4	1	4	4	52
13 2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	49



13	3	4	3	3	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	2	2	2	2	2	53
13	4	2	4	5	2	3	3	4	1	3	2	2	2	4	2	3	3	1	3	2	51
13	5	2	4	3	4	3	1	3	2	4	2	3	3	5	2	3	4	3	4	4	59
13	6	3	4	5	2	4	2	2	1	3	3	2	4	4	2	2	2	3	4	3	55
13	7	3	4	5	3	4	1	2	1	4	3	3	2	5	4	3	3	3	4	2	59
13	8	4	4	4	2	2	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	60
13	9	3	2	3	3	2	2	2	1	2	2	5	4	4	3	3	4	3	3	2	53
14	0	4	2	3	4	4	1	4	2	3	4	2	2	4	2	4	3	1	3	4	56
14	1	2	4	5	4	4	3	2	2	3	4	4	3	5	4	2	2	3	2	2	60
14	2	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2	4	3	4	3	2	1	4	4	55
14	3	4	2	3	4	2	3	4	1	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	3	59
14	4	3	4	5	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	59
14	5	5	2	5	3	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	2	62
14	6	3	2	5	3	3	3	3	1	2	4	4	3	4	3	4	2	1	3	2	55
14	7	2	4	4	3	4	1	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	4	4	53
14	8	4	2	4	3	3	2	4	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	53



14																				
9	4	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	4	3	4	2	2	1	3	4	57
15																				
0	4	2	4	4	2	2	4	2	2	4	4	3	3	4	4	3	1	4	2	58



Apéndice 4: Base de datos de la variable Satisfacción del Cliente

VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Dimensión: Calidad de servicio					Dimensión: Fiabilidad				Sumatoria	TOT AL	Sexo
Ítem 20	Ítem 21	Ítem 22	Ítem 23	Ítem 24	Ítem 25	Ítem 26	Ítem 27	Ítem 28			
5	5	4	4	4	3	3	4	3	35	88	1
2	5	3	1	3	3	1	2	3	23	76	1
1	3	2	5	3	3	1	3	4	25	80	1
5	3	3	5	2	4	3	3	1	29	84	1
2	2	4	3	1	3	5	2	4	26	80	1
3	5	2	3	3	2	2	1	5	26	83	1
4	5	2	4	5	4	2	4	5	35	94	1
2	2	3	4	2	2	4	2	4	25	88	1
4	3	3	4	5	3	4	3	4	33	103	1
3	4	5	3	4	3	4	3	4	33	95	1
3	4	3	4	4	3	3	2	4	30	92	1
4	3	1	4	2	5	2	4	1	26	77	1
3	3	4	4	3	4	4	4	4	33	96	1
3	2	3	2	3	3	3	3	3	25	78	1
3	3	2	4	1	3	4	2	5	27	81	1
2	1	3	5	2	3	2	4	4	26	79	1
1	3	4	2	3	2	3	4	3	25	87	1
4	4	2	3	3	4	4	2	3	29	88	1
3	3	4	3	2	4	3	4	4	30	91	1
2	3	3	3	2	4	5	5	2	29	84	1
1	1	1	2	5	4	4	3	3	24	74	1
5	1	5	4	4	5	5	4	4	37	97	1



3	3	4	5	4	4	3	4	4	34	102	1
3	3	3	3	3	3	3	4	4	29	89	1
4	3	4	3	3	4	4	4	4	33	96	1
3	2	2	3	2	3	3	4	4	26	74	1
3	3	4	3	3	3	4	4	4	31	75	1
2	3	2	2	3	3	3	3	3	24	60	1
2	1	3	1	3	2	2	2	3	19	52	1
4	3	4	4	4	4	3	4	4	34	91	1
4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	100	1
2	2	2	3	3	3	3	3	4	25	67	1
2	2	3	3	4	3	2	3	3	25	82	1
3	3	3	3	1	2	3	5	4	27	84	1
2	3	2	4	1	3	1	3	4	23	79	1
3	3	4	3	3	2	3	3	3	27	79	1
4	5	2	4	1	3	1	2	4	26	80	1
1	2	2	2	2	5	4	4	4	26	77	1
2	1	4	3	4	4	1	3	3	25	79	1
2	3	5	2	3	1	3	5	2	26	78	1
4	2	3	2	5	4	1	3	2	26	80	1
2	4	3	4	2	1	4	5	4	29	81	1
4	4	4	3	3	4	4	3	3	32	94	1
4	4	4	3	3	4	4	4	4	34	93	1
3	2	3	2	3	3	4	3	3	26	81	1
1	3	5	2	3	1	4	2	2	23	73	1
3	3	2	4	1	1	2	4	2	22	74	1
5	5	5	5	5	5	4	5	4	43	116	1
4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	103	1



4	4	5	4	3	4	4	4	3	35	101	1
4	2	3	4	4	5	2	3	4	31	93	1
3	3	2	4	2	3	2	4	2	25	78	1
3	3	4	3	4	2	4	3	4	30	86	1
3	2	3	4	2	2	3	4	2	25	78	1
2	4	2	3	3	4	4	4	4	30	83	1
3	4	4	5	3	4	2	4	3	32	81	1
4	3	4	4	3	3	3	3	4	31	85	1
3	4	3	3	2	2	3	2	3	25	87	1
4	4	2	5	3	2	2	3	4	29	86	1
4	4	3	3	2	4	3	2	3	28	84	1
2	2	4	4	2	2	4	2	2	24	79	1
4	2	3	3	3	3	4	3	3	28	78	1
3	2	2	4	3	4	3	3	2	26	76	1
2	2	4	5	4	3	3	3	2	28	79	1
4	3	4	5	2	3	2	3	2	28	88	1
4	2	2	3	4	2	3	4	4	28	80	1
3	2	4	3	4	3	3	3	4	29	82	1
4	2	2	3	3	2	2	3	3	24	80	1
3	2	4	3	2	3	4	4	2	27	88	1
2	2	2	4	4	4	2	2	2	24	79	1
3	3	2	5	4	3	3	2	3	28	84	1
4	3	3	3	3	3	4	4	4	31	90	1
3	4	4	5	4	4	2	2	3	31	81	1
2	2	3	4	2	3	3	2	2	23	79	1
4	4	3	5	4	4	4	3	3	34	92	1
4	2	3	5	2	2	4	3	4	29	83	1



3	4	2	3	4	4	4	4	3	31	84	1
3	2	2	3	3	2	4	2	2	23	75	1
2	4	2	3	3	4	2	3	4	27	88	1
4	4	2	5	3	4	3	2	2	29	87	1
2	2	4	5	2	2	4	2	3	26	83	1
4	4	2	5	3	3	2	2	4	29	84	2
4	4	4	4	3	3	2	4	2	30	87	2
3	4	2	4	3	3	4	2	4	29	84	2
4	2	2	4	3	3	2	2	4	26	87	2
2	3	4	3	2	2	4	3	3	26	81	2
4	4	3	3	4	4	4	2	4	32	85	2
3	3	3	3	4	2	3	2	4	27	85	2
3	3	4	4	2	2	3	3	4	28	86	2
2	4	3	5	4	2	3	3	2	28	80	2
3	3	3	3	4	4	2	4	2	28	79	2
4	2	3	3	4	4	4	2	2	28	86	2
3	4	2	5	2	4	4	4	2	30	87	2
4	3	3	3	3	2	4	4	2	28	81	2
2	4	4	3	4	3	2	4	2	28	81	2
4	2	2	5	3	3	3	2	4	28	86	2
3	2	2	3	3	4	4	4	4	29	81	2
2	4	3	5	3	3	3	4	4	31	90	2
4	2	4	4	4	3	2	2	2	27	88	2
3	3	2	5	2	2	2	2	4	25	83	2
4	3	3	4	4	4	2	3	3	30	79	2
4	4	2	3	3	4	4	4	4	32	88	2
3	3	3	3	2	3	3	4	2	26	81	2



2	2	4	3	3	3	2	3	4	26	82	2
3	3	3	4	3	3	2	2	3	26	84	2
2	3	4	5	3	3	3	4	2	29	86	2
4	3	4	4	3	4	3	2	2	29	91	2
4	3	3	4	3	2	2	4	2	27	84	2
3	2	3	5	2	4	3	2	2	26	84	2
4	4	4	4	2	2	2	3	3	28	87	2
4	2	3	5	2	4	4	3	2	29	80	2
2	4	3	5	4	4	3	2	2	29	87	2
2	3	2	4	3	4	3	2	2	25	82	2
2	2	3	3	3	3	2	3	2	23	78	2
2	3	2	5	4	2	3	3	3	27	82	2
4	4	3	4	4	4	4	2	2	31	88	2
2	2	2	5	4	4	2	2	2	25	72	2
2	2	4	3	4	3	2	3	2	25	83	2
2	4	4	3	3	3	4	4	2	29	87	2
4	3	2	4	2	4	3	3	2	27	75	2
3	3	2	3	2	4	2	3	4	26	83	2
2	3	4	3	4	3	4	3	4	30	86	2
2	3	4	4	3	2	4	3	3	28	88	2
2	3	3	5	3	3	2	2	3	26	82	2
3	3	4	5	2	2	2	2	4	27	78	2
2	2	3	4	3	2	2	2	4	24	85	2
2	3	4	3	4	3	4	3	3	29	85	2
2	4	3	4	4	2	4	4	4	31	85	2
4	4	3	5	3	4	4	3	2	32	91	2
2	4	4	5	3	4	3	3	4	32	95	2



2	3	2	4	3	3	4	2	3	26	78	2
4	2	3	3	2	4	4	4	3	29	78	2
2	4	2	3	2	2	3	4	3	25	78	2
3	2	4	3	2	3	3	2	3	25	76	2
3	2	2	4	3	4	3	2	2	25	84	2
4	2	4	4	3	4	2	3	2	28	83	2
2	3	4	4	3	2	2	3	2	25	84	2
2	3	4	3	3	4	4	2	2	27	87	2
2	4	4	3	2	3	2	2	3	25	78	2
4	4	4	5	3	2	3	2	3	30	86	2
2	4	3	5	4	3	3	3	2	29	89	2
4	4	2	5	2	2	4	3	2	28	83	2
3	2	3	3	4	2	3	3	4	27	86	2
4	3	2	4	4	4	2	4	4	31	90	2
3	4	3	4	3	4	2	3	2	28	90	2
3	3	3	3	2	3	2	2	4	25	80	2
3	4	2	5	4	3	3	4	3	31	84	2
3	3	3	5	4	4	3	2	2	29	82	2
3	2	3	4	4	3	4	4	3	30	87	2
3	3	3	3	2	2	3	3	2	24	82	2



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN



AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital ☒

Fecha de entrega: 31 - 12 - 2025

Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: NELLY VILCA YANA
Dirección: JR CAHUIDE N° 224 PEÑA DORADA AZANGARO
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 44549846
Teléfono: 925 785 447 email: Vilcayanarielly@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____
Dirección: _____
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____
Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
Escuela Profesional o Mención: DE CONTABILIDAD
Título o Grado Académico a optar: CONTADOR PÚBLICO
Asesor: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐ Tesis ☒ Trabajo de Suficiencia Profesional ☐ Trabajo Académico ☐

Título: GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU ASOCIACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL
CONSORCIO SUR, JULIACA - 2025

Palabras claves, (3 a 5 términos): Clientes, control de inventarios, distribución, gestión logística

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

1

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

☐ Bachiller ☒ Título ☐ 2da Especialidad ☐ Maestría ☐ Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- ☒ Si, autorizo que se deposite inmediatamente.
- ☐ Si, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- ☐ No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- ☐ Sí autorizo
- ☒ No autorizo

**Jurisdicción de su Licencia**

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

☐

Internacional

☒

Nacional

Línea de investigación: CONTABILIDAD ECONÓMICA P15

Firma de Autor



huella digital

31-12-2025

Fecha