

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



Cadena de suministro y la calidad del servicio de la empresa de
Transportes Rodmon, Huacho - 2021

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración

Autora:

Bach. Lazaro Chinchay, Brigitte Anais

Código ORCID 0000-0001-9290-3239

Asesora

Mg. Avila Alcalde, Yesenia Margot

Código ORCID 0000-0001-5509-4460

Huacho - Perú

2022

INDICE

Indice General.....	i
Indice de Tablas.....	ii
Índice de Figuras.....	iii
Palabra clave.....	iv
Título.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Introducción.....	1
Metodología.....	25
Resultados.....	30
Análisis y discusión.....	51
Conclusiones.....	56
Recomendaciones.....	58
Referencias bibliográficas.....	59
Anexos.....	66

INDICE DE TABLAS

N.º Tabla		Pág.
Tabla 1:	La caja de sus pedidos llega en buen estado	30
Tabla 2:	Considera que los productos son de alta calidad	31
Tabla 3:	Cuando sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado	32
Tabla 4:	Sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio	33
Tabla 5:	Sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados	34
Tabla 6:	El personal de reparto es amable con usted	35
Tabla 7:	Está conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos	36
Tabla 8:	El servicio brindado por el transporte considera que es de calidad	37
Tabla 9:	Usted considera que se debería implementar un servicio post venta	38
Tabla 10:	Considera que el transporte da prioridad al cliente en la atención	39
Tabla 11:	Considera que el transporte cumple con las promesas que ha realizado a sus clientes	40
Tabla 12:	El transporte ha logrado a satisfacer sus expectativas	41
Tabla 13:	Considera que los productos cumplen con sus necesidades	42
Tabla 14:	Considera que el transporte debe implementar mayores estándares de calidad en su línea de productos	43
Tabla 15:	Usted lleva buena comunicación con el personal de reparto	44
Tabla 16:	El área de atención al cliente tiene un buen trato con usted	45
Tabla 17:	Cuando usted ha presentado algún reclamo, el gerente del transporte se ha comunicado con usted de inmediato	46
Tabla 18:	Usted se siente contenta con el servicio del transporte	47
Tabla 19:	Usted como cliente recomendaría el transporte a otras personas	48
Tabla 20:	Considera que el transporte debe implementar mayores promociones en cada campaña	49
Tabla 21:	Correlación entre las variables entre la cadena de suministro y calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon Huacho, 2021.	50

INDICE DE FIGURAS

N.º Figura		Pág.
Figura 1:	La caja de sus pedidos llega en buen estado	30
Figura2:	Considera que los productos son de alta calidad	31
Figura 3:	Cuando sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado	32
Figura 4:	Sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio	33
Figura 5:	Sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados	34
Figura 6:	El personal de reparto es amable con usted	35
Figura 7:	Está conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos	36
Figura 8:	El servicio brindado por el transporte considera que es de calidad	37
Figura 9:	Usted considera que se debería implementar un servicio post venta	38
Figura 10:	Considera que el transporte da prioridad al cliente en la atención	39
Figura 11:	Considera que el transporte cumple con las promesas que ha realizado a sus clientes	40
Figura 12:	El transporte ha logrado a satisfacer sus expectativas	41
Figura 13:	Considera que los productos cumplen con sus necesidades	42
Figura 14:	Considera que el transporte debe implementar mayores estándares de calidad en su línea de productos	43
Figura 15:	Usted lleva buena comunicación con el personal de reparto	44
Figura 16:	El área de atención al cliente tiene un buen trato con usted	45
Figura 17:	Cuando usted ha presentado algún reclamo, el gerente del transporte se ha comunicado con usted de inmediato	46
Figura 18:	Usted se siente contenta con el servicio del transporte	47
Figura 19:	Usted como cliente recomendaría el transporte a otras personas	48
Figura 20:	Considera que el transporte debe implementar mayores promociones en cada campaña	49

Palabras clave:

Tema	Cadena de suministro y Calidad del servicio
Especialidad	Administracion

Theme	Supply chain and service quality
Specialty	Management

Línea de investigación del VRI. (RCU. N° 4201-2019-USPCU)

Línea de investigación	OCDE		
	Área	Sub área	Disciplina
Talento Humano	Ciencias sociales	Economía y negocios	Economía

Line of research	OCDE		
	Área	Sub área	Discipline
Human talent	Social sciences	Economy business	Economy

“Cadena de suministro y la calidad del servicio de la empresa de Transportes Rodmon, Huacho-2021”

“Supply chain and service quality of the company Transportes of the company Transportes Rodmon, Huacho-2021”

Resumen

La investigación tuvo como propósito explicar si la cadena de suministro se relaciona en la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon Huacho-2021. Siguiendo los lineamientos metodológicos se utilizó una investigación de carácter descriptiva de diseño no experimental. Para lograr dicho propósito se diseña un cuestionario que será validado por el juicio de expertos y su confiabilidad será mediante el Alpha de Cronbach. Se conto con una población de 300 clientes y una muestra de 119, que se obtuvo de la fórmula de muestreo probabilístico mediante la técnica del muestreo aleatorio simple. Para el procesamiento se hará uso del programa de Excel, que permitirá organizar la información obtenida con datos numéricos y porcentuales.

Se afirma que existe una relación significativa Rho de Spearman es $0,812$ $p=0,000 < 0,05$, entre la cadena de suministro y la calidad del servicio, la cadena de suministro no es óptima cuando el 50% de clientes indican que a veces la caja de sus pedidos llega en buen estado, la calidad del servicio no es eficiente cuando el 50% de clientes indican que a veces se sienten contentos con el servicio del transporte, debido a que no se le está brindando un servicio de calidad, el 63% de clientes afirman que nunca cuando ha presentado algún reclamo el gerente del transporte se ha comunicado de inmediato.

Abstract

The purpose of the investigation was to explain if the supply chain is related to the quality of the service of the transport company Rodmon Huacho-2021. Following the methodological guidelines, a descriptive investigation of a non-experimental design was used. To achieve this purpose, a questionnaire is designed that will be validated by expert judgment and its reliability will be through Cronbach's Alpha. I had one a population of 300 clients and a sample of 119, which was obtained from the probabilistic sampling formula using the simple random sampling technique. For the processing, the Excel program will be used, which will allow organizing the information obtained with numerical and percentage data.

It is affirmed that there is a significant relationship Spearman's Rho is 0.812 $p=0.000 < 0.05$, between the supply chain and the quality of the service, the supply chain is not optimal when 50% of clients indicate that sometimes the box of their orders arrive in good condition, the quality of the service is not efficient when 50% of customers indicate that sometimes they feel happy with the transport service, because they are not being provided with a quality service, 63% of customers state that when they have filed a claim, the transport manager has never communicated immediately.

1. Introducción

Presentamos a diferentes antecedentes a nivel internacional como a Hidalgo (2019), en su investigación planteo el objetivo: Plantear un proyecto para que tanto la satisfacción al cliente y la calidad de servicio sean perfectos en los sistemas de finanzas. Por tanto, la modalidad de estudio que se empleó es de diseño no experimental de condición transversal. Se emplea en el presente estudio un nivel de investigación explicativa. (...). De esta forma concluyen: Cuando el cliente no se siente complacido con el servicio que está recibiendo por parte de la empresa muestra un malestar y ello se va a reflejar a que la organización no va a tener demanda y su economía se va a ver afectada. Por tanto, la recomendación es la siguiente: Las empresas tienen que aplicar reglas para que la calidad sea competente y en ello se pueda medir si los clientes se sienten cómodos con el servicio. Por este motivo, recomiendan también que es vital que se averigüe y se provee dichos temas, con el fin de buscar soluciones eficaces para la mejora de la empresa y ello repercute en que brinden un servicio de alta calidad.

Por otro lado, Escobar (2018), en su estudio planteó el objetivo: Analizar la variable cadenas de suministro del cacao y derivados a través de un plan de desempeño agroeconómico (...). Concluyen que los planes para que mejor el nivel dentro de la cadena de suministros se recopiló en base de instrumentos como son los recursos, las acciones y los resultados donde forma parte de la investigación para enseñar a los encargados de las siembras del cacao como segundo instrumento se empleó el mercado, las acciones y los resultados donde se logra fortalecer en base al programa que va a ayudar a adquirir la materia prima aun precio acorde sin afectar a los. Por tanto, recomiendan que estudien las tres variables en mención y sean analizadas (...) para una mejor aplicación de dichas herramientas y ello se vea reflejado en los resultados de la empresa.

Desde la posición de Manzano (2017), su objetivo fue: Evaluar dentro del área de comercialización la variable cadena de suministro a través de que se cumpla las etapas para la mejora de la productividad de la empresa. La investigación se realiza a través de dos enfoques cualitativo y cuantitativo. Por tanto, el que investigo se involucra con todo lo relacionado con el estudio por ello se utilizó componentes cuantitativos. La presente tesis está conformada por el personal de la empresa. En tal sentido se presenta una muestra de 42 personas. Indico como conclusión que las personas encuestadas en su mayoría indican que la cadena de suministro no es la correcta ya que no está acorde con las necesidades de esta, como también las tareas del personal no está siendo cumplido correctamente (...). Por lo tanto, recomiendan para esta tesis lo siguiente: Proyectar un papel de trabajo donde se brinde las funciones a realizar dentro de la cadena de suministro, ello va ser muy útil para que se conozca el tiempo que se demora en emplear cada etapa dentro de la cadena y se evalúe así nuevas medidas.

Proponen Moncayo & Solis (2017), en su investigación indico como objetivo; Determinar la cadena de suministros para la prestación de los servicios turísticos en la provincia. La investigación es tipo descriptivo (...). Llegando a concluir es confiable la cadena de suministro. Asimismo, debe ser medido por técnicas de longitud como también amplitud, para que estos funcionen adecuadamente deben de pasar por muchos filtros. Finalmente indican con su recomendación para que la cadena sea más conocida por la población que los prestadores de servicios deben seguir trabajando con los otros sectores productivos del distrito y no caiga en muchos procesos al momento de su aplicación. La organización que se dedican en el sector turístico tienen que tener amplio conocimiento sobre todo lo concerniente a su negocio tomando como referencia: la amplitud que se encuentre dentro del sector turístico como también la longitud con los niveles e intermediarios, por lo que no se está empleando ello en el turismo. La empresa tiene que conocer estrictamente todos los canales de distribución y ver lo que más le conviene como organización para su abastecimiento de la materia prima y estar en constante seguimiento a que lleguen justo a tiempo como también es importante para que cliente reciba el pedido

tal cual lo pidió.

También tenemos antecedentes a nivel nacional: Según los autores Cieza & Coronel (2021), su objetivo fue Evaluar la relación entre la calidad del servicio y la cadena de suministro de la empresa. El presente estudio fue realizado desde un enfoque cuantitativo, (...) Se encuestó a sesenta personas en su totalidad. Concluyen que ambas variables en mención se relacionan con un alto nivel. Por tanto, indican las siguientes recomendaciones a la empresa. En el área de stock con carácter de urgencia se debe aplicar condiciones donde se analice constantemente todo el área cada cierto tiempo, como también el inventario que este en observación todo ello servirá como mejoría dentro de la empresa y de esta manera se pueda tomar modelos como referencia, ya que se observa que cada etapa no está cumpliendo su rol específico mostrando fallas en su ejecución y no tomando en cuenta las pautas que el cliente final pidió para su entrega, la organización tiene que prever todo lo que utilizara dentro de la cadena para que así no despilfarre en adquirir insumos innecesarios que no aporten en el desarrollo de este.

En tanto Ccalahuille (2021), consignó como objetivo: Analizar el nivel de relación existente entre la calidad del servicio y la gestión del recurso humano del personal del área administrativo de la gerencia. Debido a cantidad de los encuestados se aplicó a un total de cincuenta empleados. (...). Indico como conclusión que existe una relación entre ambas variables, la calidad del servicio no es la adecuada por lo mismo está mostrando ineficiencia en la ejecución, por tanto, el personal en la organización juega un papel importante ya que debe estar empapado de todas las labores que se realiza. La comunicación que se da entre el personal y el cliente debe ser la más óptima. Debe estar enriquecida de mucha información. Por tanto, el autor indico como recomendación realizar capacitaciones de manera frecuente tanto al personal nuevo como al personal en general para que estos puedan desempeñarse eficientemente y puedan desenvolverse con mayor facilidad dentro del servicio que está brindando al cliente.

Desde la posición de Diaz (2021), indicó como objetivo determinar la relación que existe entre la cadena de suministro con la calidad de servicio en la empresa. La investigación fue de tipo aplicada. Los encuestados estuvieron conformados por cuarenta empleados de la empresa que laboran dentro de la cadena de suministro. Indico como conclusión: Que entre las variables se encuentra una correlación moderada. Todas las áreas dentro de la empresa deben estar íntimamente involucradas, empapadas de los temas, del funcionamiento de cada etapa dentro de la cadena. Finalmente indico como recomendación, a la organización juntar más a sus áreas logísticas capacitándole para que puedan trabajar de manera conjunta, por lo cual es fundamental que cada personal conozca todo el trabajo que se realiza dentro de la empresa y si no lo conoce debe informar de inmediato a sus jefes para que estos puedan brindarle charlas continuas, el personal tiene que tener el conocimiento de abastecimiento que es un punto importante en la cadena, tiene que tener noción de resolución de problemas que se pueda dar en cada área todo ello será favorable para el cliente, para como empresa poder cumplir con la entrega correcta. Con un eficaz trabajo se vera reflejado en que tendrá la empresa mayor cantidad de clientela.

Según Delacruz (2021), en su estudio indicó como objetivo: Realizar el análisis, diagnóstico y propuesta de mejora entre la capacidad de respuesta de servicio y la gestión de la cadena de suministro de la empresa. La investigación que se utilizo es de tipo de enfoque cuantitativo. Por ello la muestra de esta investigación estuvo determinada por un total de 25 trabajadores. (...) . Concluyen ambas variables se relacionan y que en los eslabones de la cadena de suministro no están trabajando correctamente debido a ineficientes resultados que la empresa está mostrando y ello se ve reflejado en la poca aceptación de los clientes. Para el presente estudio indico la siguiente recomendación: Se recomienda incluir controles de calidad para una mejor gestión dentro de cada área de la empresa como es el área de producción de la materia prima, el área también de distribución que es un canal de suma importante que hará la entrega final al cliente.

Al respecto Ventura (2021), su objetivo fue determinar la relación que existe entre la gestión de la cadena de suministros y calidad del servicio en la droguería. El trabajo fue de enfoque cuantitativo, de tipo básico (...). Indican como conclusión que las dos variables están relacionadas. Asu vez se observó ineficiencia en la aplicación de manuales de calidad de la empresa. Este estudio indico el autor indico como recomendación a la alta gerencia del ministerio de Salud, aplicar trabajos reiterados y consolidado sobre el reglamento de organización y funciones, para que se pueda dar calidad dentro de las ejecuciones y el cuidado necesario dentro de la empresa, brindar capacitaciones sanitarias u otros temas que se relacionen con la droguería y pueda ayudar a la empresa a una mejor faena. Se tiene que medir cada etapa de la cadena de suministro desde el principio hasta su fin y ver si están funcionando adecuadamente o de lo contrario eliminar esas etapas ineficientes.

Como señalan Moquillaza & Ramos (2021), en su estudio indicaron como objetivo: Analizar la relación de la calidad de servicio y la experiencia del cliente en hoteles de categoría superior y de lujo para turismo nacional. En este sentido, la presente investigación se desarrolló basada en un enfoque cuantitativo. Se tomo 378 encuestas en total. Dichas variables relacionan de correlación positiva media. (...). Teniendo en cuenta indican como conclusión que el cliente cuando percibe que lo están tratando con amabilidad dentro del servicio mayor y muy alto va a ser la experiencia que va a tener con la empresa, en el punto que va a querer volver en el lugar donde lo trataron bien. Indican como recomendación lo siguiente: Deben optar por utilizar herramientas que ayuden a mejorar la calidad dentro del proceso. Utilizándolo estandarizada mente que ayude a un buen funcionamiento.

Según los autores Espinoza & Zuñiga (2021), desarrollaron como objetivo: Determinar la relación de la cadena de suministros y las exportaciones de la SPN 0709.20.00.00, espárragos frescos o refrigerados, a Estados Unidos durante el COVID19, Perú 2020. El presente estudio utilizo el enfoque de investigación cuantitativo. Se opto por un diseño correlacional (...). Se llevo a la conclusión que falta apostar por procesos nuevos,

asimismo por optar por nuevas tecnologías en las maquinarias. Finalmente se recomendó como organización cambie los procesos que se están llevando actualmente ya que no son las adecuadas ello está impidiendo el avance de la empresa, que no se resistan a los cambios ya que de ello dependerá que a empresa sea más automático en los procesos y con esa aplicación se mostrara la mejora en toda la organización.

Sustentan Gonzales & Huanca (2020), con su objetivo determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar. Esta investigación correspondió un estudio cuantitativo diseño no experimental, (...). Se concluyo que el personal dentro de la pollería no está laborando competentemente, se observó que esta teniendo reclamos por parte de los clientes y ello afecta en la satisfacción de los comensales de la pollería. (...). De esta manera se recomendó capacitación urgente a los meseros ya que ellos son la imagen de la empresa, son el primer contacto visual que tienen los clientes, ellos deben tener una rápida respuesta y por concerniente una buena resolución de problema que se pueda dar en el servicio de los restaurantes de pollos a la brasa.

También Diaz (2020), consideró como objetivo: La investigación tuvo como objetivo: Determinar la relación entre la cadena de suministro y la capacidad de respuesta del servicio en Bera del Perú, investigación fue un enfoque cuantitativo. Contando con muestra de cincuenta colaboradores de la empresa Bera. Ambas variables tienen muy fuerte relación. Indicaron las siguientes recomendaciones, tienen que implementar estrategias viables y tienen que evaluar los procesos internos dentro de la empresa, tiene que ver controles de calidad con ello lograr minimizar los costos y los tiempos. Las organizaciones luego de realizar estos cambios verán una mejoría notable en las etapas, sugirió implementar control de quejas que tienen los clientes, como empresa deben adaptarse a nuevas tecnologías ya que actualmente todo es virtual y si adaptan ello mejorara notablemente.

En tanto Paripancca (2019), en su estudio tuvo como objetivo, establecer si existe relación entre la calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos referidos en un hospital. El nivel de investigación se utilizó es descriptivo. La muestra calculada fue 261. Por tanto, llegaron a la conclusión que, si se relacionan ambas variables, (...). Como también se concluyó que los usuarios del hospital se encuentran insatisfechos por la atención indican también que la atención no es de calidad y con ello manifiestan que no recomendarían al hospital a sus conocidos. (...). Se llegó a la siguiente recomendación. Se debe priorizar al usuario en la atención que se le está dando, se debe enfatizar como esta su satisfacción como realizar encuestas para saber si la empresa está logrando brindar un servicio bueno.

Nos muestra Rafael (2021), en su estudio con su objetivo de analizar si existe relación entre la calidad de servicio, la satisfacción y la lealtad de cliente en la estación de servicio Montealegre. (...). El autor llegó a concluir. Que los clientes cada vez son más exigentes con el servicio recibido, ellos merecen sentirse satisfechos, caso contrario el cliente se siente defraudado cuando no recibe una atención cómoda y satisfecha. La fidelidad es clave en este proceso por tanto es mejor tener clientes que te recomienden a no tenerlos en un futuro. Recomendó el autor en tener una evaluación paralela, realizar encuestas a los clientes para saber cómo se sienten con el servicio y saber su conformidad, se debe instruir al personal para que tenga una comunicación fluida y correcta con el cliente. Ya que actualmente todo entra por los ojos y los clientes actualmente son más rígidos.

También Rivera (2019), consideró como objetivo determinar el nivel de la calidad del servicio que brinda la empresa Elevate business y diseñar estrategias de mejora. (...). Por tanto, se encuestó a 250 usuarios, en base a las tareas que realiza en cada área. Asimismo, se llegó a concluir dentro de la empresa en el área de operación está mostrando errores en su ejecución. Finalmente se recomendó tener una base de datos de todos los problemas que estén pendientes por resolver como también las sugerencias que debemos

tomar por cada inconveniente y finalmente aplicarlos. También se sugirió la acción de dar seguimiento cuánto dura la atención que se le esta brindando al cliente y si este brinda demoras en el servicio se debe utilizar estrategias para acelerar el servicio.

Sustenta Paz (2018), desarrollo como objetivo: determinar la relación de la gestión de la cadena de suministros con la calidad del servicio logístico en la empresa industrias del Espino S.A. (...). Llegaron a la conclusión que existe inconformidad por parte del cliente, con el servicio que le está dando la empresa. Se observa de la misma forma que el personal no tiene noción en el momento de manipular dentro del proceso de la cadena de suministro. Finalmente se recomendó: Reforzar todas las etapas de la cadena, Es indispensable ejecutar un programa que permita fiscalizar y revisar si los materiales están en óptimas condiciones, si se realiza correctamente lo antes mencionado ello va a trascender a que la empresa este brindado una calidad en el servicio perfeccionando a que los clientes se sientan muy satisfechos con la empresa. Otro punto fundamental son las capacitaciones que se le debe brindar a los empleados de la organización para que ellos puedan cumplir correctamente su función.

Según Ortega (2018), desarrolló como objetivo determinar la relación que existe entre Gestión de cadena de suministros y calidad de servicio en la empresa Martínez Contratistas e Ingeniería S.A, (...). La muestra conformada fue de treinta clientes. (...). Se concluyó que existe poca capacitación al personal que opera dentro de la cadena de suministro ello se ve reflejado en el trabajo de cada etapa, como también en la demora de entrega de los pedidos a los clientes. Se recomendó corregir la primera variable enriquecerla constantemente para mejorar así los resultados respecto al servicio, la empresa debe hacer un planeamiento donde se examine y contribuya a planificar tanto al área de almacenes como también lo relacionado con la gestión de los pedidos de los clientes. Y por ultimo y no menos importante la distribución del pedido este debe llegar en el tiempo adecuado para que así no genere fastidio al cliente con el servicio recibido.

Como señala Castro (2018), su objetivo fue: Determinar la relación de la gestión de la cadena de suministro y los servicios de outsourcing de Corpolcas r&n sac. La investigación estuvo conformada por una muestra de 42 usuarios de la empresa. (...) El autor llegó a la siguiente conclusión, en la actualidad el cliente siempre tiene la razón y a su vez él se quiere sentir como en familia dentro de la empresa, quiere sentirse cómodo es ahí donde la empresa tiene que poner todos sus esfuerzos para poder lograr dicho objetivo que es muy difícil. Se propuso la siguiente recomendación: La empresa debe evaluar si el servicio que está brindando al cliente es la más correcta. Deben implementar herramientas eficaces que le ayuden como organización en dar su servicio óptimo a sus clientes. Como también enfocarse en establecer estándares de calidad que le ayude dentro de la cadena de suministro.

En tanto Quispe (2017), consignó como objetivo analizar la cadena de suministro y la calidad de servicio de la empresa Barret & Bur SAC. La muestra fueron los 10 clientes de la empresa. En el caso del presente proyecto se llegó a concluir, que las dos variables en mención fueron analizadas y se observó que el resultado no fue el mejor mostrando errores en la realización, con respecto a la entrega de los productos a los clientes se mostró mucha demora lo que ocasiona fatiga a los clientes, ello se manifiesta en pocas ventas que tuvo la empresa y como desenlace se ve afectado la imagen de la empresa. Por tanto, se recomendó a la administración de la empresa. Se debe proveer y cuidar pautadamente los costos que se utiliza dentro de cada eslabón de la cadena de suministro. Se recomendó también al área encargado de dar capacitación que se deben dar de forma inmediata para que el personal pueda entregar los pedidos en un menor tiempo.

Teniendo como fundamentación científica, para la primera variable: Cadena de suministro: De acuerdo con Camacho, et al (2012). Manifiestan que son unos pasos frecuentes, son etapas, lo cual va a traer como consecuencia que el cliente se sienta contento con el servicio recibido; así mismo, cada etapa en su conjunto realiza el producto, como también va a añadir valor al proceso como se prepara cada producto con que insumos. Se presenta en la siguiente figura 1, una estructura de una cadena de suministro. De esta manera queda claro si un proceso dentro de la cadena muestra errores, el pedido que se dará al cliente no será el más óptimo, por lo concerniente para que el objetivo se cumpla es necesario que todo el proceso se de en concordancia. Por lo tanto se llega a la conclusión que todas las escalas que pasa una cadena de suministro tiene que tener gran impacto y trabajar en conjunto.



Figura# 1: Cadena de suministros.

Desde el punto de vista de García (2020), considera la cadena de Suministro como un plan que abarca varios aspectos entre las organizaciones involucradas y de ello dependerá el brindar un servicio eficaz. De esa tarea es muy importante que se realice en una misma línea, integrado Para ello, la cadena de suministro tiene que trabajar en conjunto

con todos los componentes que ayuden a un mejor funcionamiento para regirse a las normativas que exija el cliente en base al servicio que se le brinde. En diversos casos quien conduce esta red de la cadena es el mismo producto y todas sus características alrededor de ello, como también se va a someter a cambios paralelos.

De acuerdo con Parra (2016), señala que la cadena de suministro es el conjunto de etapas vitales para un negocio donde abarcará desde los clientes finales como también proveedores y todo lo concerniente a la suministración de productos como objetivo también estará en la mira todo lo que agrega valor agregado a nuestra materia prima. La cadena de suministros es una serie de actividades, en donde su mayor fin será lograr que el cliente se sienta cómodo con el servicio; cada etapa tiene su función a realizar y este tiene que ser realizado correctamente, en la elaboración tiene que existir márgenes de calidad como también cada producto a realizar tiene que añadirle valor importante a la actividad que se está realizando.

Como plantea Carreño (2017). En cuanto a los Antecedentes de la cadena de suministro: Sostienen que la tarea realizada por el ser humano es parte de la logística y es en base a que por su instinto el hombre empezó a recolectar por necesidad, de tiempos antiguos. En los tiempos pasado la logística no lo tomaban la importancia que hoy se le da que su mayor objetivo era el minimizar los gastos. Ha transcendido mucho tiempo y a lo largo de este se ha tomado con mayor importancia al tema en mención. Se tomaba en cuenta como una tarea indispensable a realizar hoy es considerada con un punto estratégico para la organización. Hoy es tocado la logística en todas las empresas y le dan la prioridad que antes en la antigüedad no le daba el hombre.

Objetivo de la cadena de suministro: Tal como indica Campos (2020). Manifiesta que se debe poner en ejecución todos los esfuerzos necesarios y a su vez eliminar procesos que no añadan valor e importancia. La rentabilidad de la organización está conformada por muchos puntos que tiene que ser analizada por el gerente desde los costos que incurren

dentro la cadena hasta el precio que paga el cliente final; por tanto es de vital importancia analizar la utilidad que dejara cada etapa.

En la opinión de García (2020). Define que los objetivos generales no tienen que ser similares a los objetivos específicos que tiene la cadena, por lo mismo cada eslabón tendrá objetivos independientes todo ellos serán medidos a través de los costos que incurren dentro del proceso. Como también deben considerar puntos que sean importantes para el cliente como: son todos los aspectos que nos muestra el producto el mismo que tiene que ser atractivo, de máxima calidad que deberá llegar en el momento adecuado. Los objetivos de cada eslabón por eso motivo no son iguales tienen diferentes metas y propósitos.

Etapas de la cadena de suministro: Empleando las palabras de Campos (2020). Sostienen que una cadena de suministro común puede incluir varios puntos como son los siguientes: 1. Usuarios 2. Valor agregado / Proveedores / Distribución. 3. Productores. 4. Insumos del producto. Cada proceso va a trabajar en conjunto con toda la información necesaria para que así brinde un producto bueno al cliente.

La importancia de la cadena de suministro: De acuerdo con Parra (2016). Manifiesta que hoy en día el objetivo principal que deben tener todas las empresas que conforman este sector, lo que es buscar lograr es que estas empresas logren organizarse para que así no incurran en costos elevados de los insumos que van a adquirir para la elaboración del pedido, entre otros aspectos. Tienen que buscar un punto de equilibrio donde ambas partes tengan ganancias equilibradas y justas. Como prioridad la organización debe tener al cliente tiene que estar atento a sus requerimientos, ya que al final es quien toma un papel importante dentro de la cadena de suministro.

El modelo SCOR: Teniendo en cuenta a Fontalvo, et al (2019). Argumenta que es un paradigma para la normalización de las etapas de la cadena de suministro: Como es el planear, el acto y el resultado de suministrar determinados recursos., como también el de

producir, la de distribuir el pedido y las devoluciones si hubiera. Aporta un sin fin de estándares dentro de las etapas, donde se medirá varios caracteres en relación a las actividad que se realice, no solo entre una empresa a otra, sino todas las que conforman la organización; este plan fue realiza por un consejo mundial que habla todo lo relacionado a la cadena. El SCOR tiene en relación con varias personas como empleados que van a influir dentro de la cadena como proveedores, clientes entre otros.

En cuanto a la fundamentación científica, de la segunda variable calidad del servicio: En la opinión Pizzo (2013), Sostiene que es la manera que una empresa va desarrollar y practicar para así entender cuáles son las necesidades de los clientes y brindarle, como resultado va a lograr un servicio optimo, como también va existir fallas dentro del servicio que tienen que proveer y resolverlos en ese momento, de esa manera el cliente estará cómodo se sentirá totalmente atendido y a su vez recomendara a la empresa por su experiencia tan amena, la organización tiene que visualizar estos puntos y trabajarlos en conjunto con todo el personal a cargo.

Como expresa Villalba (2013). Menciona, cuando se toca tema de calidad del servicio se debe entender que se tiene muchos conceptos, para entender mejor su definición es importante generalizar las ideas que se tiene. Para este objetivo, como autor en primer lugar menciona Fisher y Navarro (1994) lo exponen como “un aspecto economico; comprende a todo el servicio que se le da al cliente o si es una compra el producto que se le vende al cliente, por tanto, la calidad forma un rol importante ya que se tiene con optar por estrategias (Lovelock, 1983). Es indispensable comprender cómo las cualidades de los productos harán que los resultados sean buenos o malos para la empresa. La empresa tiene que ir de la mano con el marketing para obtener la calidad en el servicio.

Tal como indica Bustamante, et al (2019). Sostiene que va a existir criterios para evaluar la calidad dentro del servicio, dependerá de las pautas que brinde el productor. A raíz de ello, en 1972, Levitt plantea la aplicación de visiones objetivas que ayudaran al

servicio. En base a la experiencia del cliente, como empresa se sabrá si está dando un servicio confiable. Añade al concepto de la calidad como comprar o percibir un servicio excelente que no muestre despilfarros. Como papel importante estará la observación del usuario mediante la faena del servicio donde el será el que critique si el servicio es o no de su agrado; la satisfacción dependerá del juicio que el cliente opte en analizar si la empresa esta cumpliendo con la calidad o no lo está haciendo. (Losada et al., 2007).

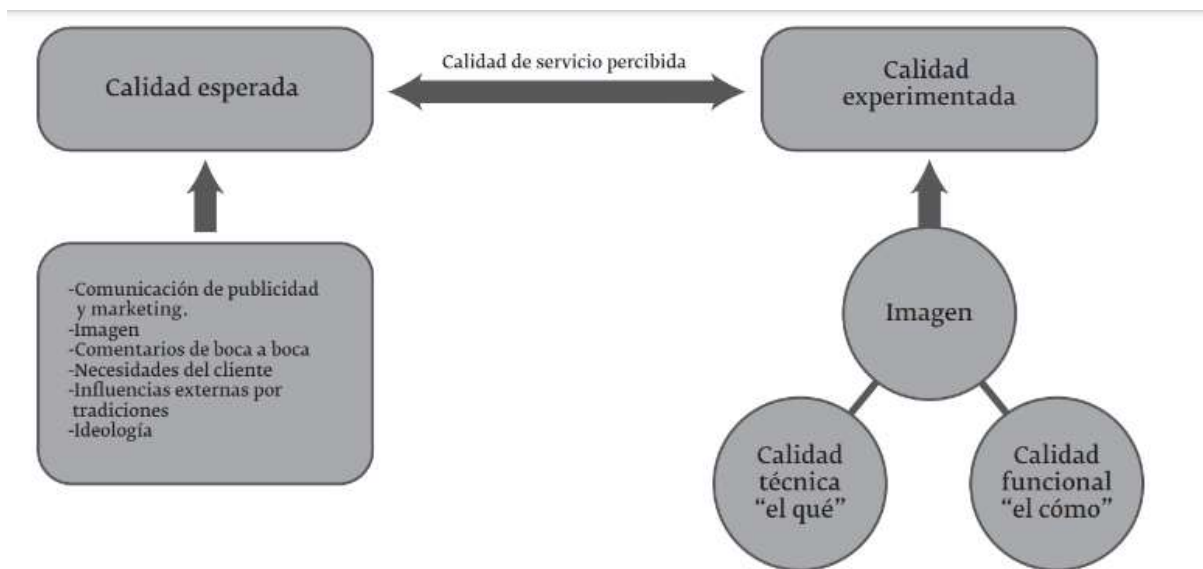


Figura 1: Modelo de calidad percibida de Gronroos. Adaptado de Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.

Importancia de la calidad de servicio: Desde posición López, M (2013), indica que la competencia se está considerando como una amenaza por lo mismo que la empresa debe ir un paso delante de su competencia, ya que a mayor sea la competencia los clientes se volverán más exigentes con la empresa ya que pedirán que cumplan los requerimientos que estos mismos prometen, por tanto es importante que se base a las necesidades de ellos y en base a eso se vaya perfeccionando cualquier punto, porque el cliente es quien al final tiene la razón. Sera importante buscar un punto de diferenciarnos como empresa con los restos. El cliente hoy en día no solo buscar buen precio o una excelente calidad sino buscar ser tratados con amabilidad, quieren que el servicio no presente demoras. Se dice que el mejor

marketing es el de boca a boca eso que nos da el cliente cuando recibe un buen servicio y a su vez recomienda la empresa a su entorno.

Características de la calidad de servicio: Como señala Anierte (2013), indica que hay pautas que las organizaciones deben cumplir, que son las siguientes: Deben llegar a lograr cumplir sus metas, Debe dar soluciones a las necesidades de los clientes, y finalmente debe mostrar resultados favorables. Como también hay aspectos que es mencionado por (Paz Verdú, 2013), lo conforman los empleados de la institución ya que ellos deben poseer habilidades para la resolución de imprevistos, más aun para el personal que se encuentra en atención y está en contacto directo con el cliente: Tiene que poseer muchas destrezas, ser capaz de atender cualquier problema, ser amable, tener respuesta rápida ante una queja, como también tiene que tener una visión de superación y querer hacer dentro de la empresa una línea de carrera.

Objetivos de la calidad de servicio: Teniendo en cuenta a Fernández (2014). Menciona como metas secundarias a que el cliente logre su satisfacción en el servicio, que el servicio brindado cada vez sea mejor, y que la empresa tiene que mostrar eficiencia en cada paso que dan. La gerencia debe plantear esas metas secundarias como objetivos generales tales como el concepto que se le debe dar a las necesidades que tienen los clientes, las mediciones que se deberá optar para medir la satisfacción de ellos, minimizar los costes, establecer como metas muchos objetivos que ayuden a mejorar el servicio.

Como expresa Mancisidor (2017). Indica que las dimensiones de la calidad del servicio: Menciona que ello se va a ver reflejado en la satisfacción del cliente lo que el desea recibir su anhelo durante las etapas que se dan en el servicio muestran muchos casos como son, mayormente se fijan en las aspiraciones que tiene el cliente en sus exigencias. Esto con lleva a que exista variedad de dimensiones. Los cuales son: Los elementos tangibles, la confianza, la capacidad de responder en el momento adecuado, la seguridad donde debe existir empatía, la comunicación y comprender al cliente, debe existir

confianza, el personal debe tener muchas cualidades dentro de la empresa.

Justificamos siguiente manera; Las razones esenciales y fundamentales que provocan el planteamiento y desarrollo de esta investigación es demostrar la mejoría que se produce el transporte, por medio de la correcta aplicación de la cadena de suministro, al ser este utilizado eficazmente por parte de la empresa TRANSPORTE RODMON; la cual es considerada para brindar una buena calidad de servicio a los clientes.

Justificación práctica. Con resultados que se obtendrán se podrá permitir brindar un alto nivel de implementación de la cadena de suministro de acuerdo con sus necesidades de la empresa de Transporte Rodmon. Para alcanzar el éxito de los procesos eficientemente. Podrán brindar un servicio excelente mediante el cual mantendrá a sus clientes finales satisfechos.

Justificación teórica. Considerando la existencia de diferentes enfoques teóricos, la cadena de suministro es un tema vital en los transportes, por lo que se debe realizar de manera óptima para minimizar los riesgos que esta pueda generar y así brindar una buena calidad de servicio a los clientes de la empresa de Transportes Rodmon. Los resultados de esta investigación servirán como material de información y conocimiento para las empresas de transporte del mismo giro que deseen aplicar la cadena de suministro de manera correcta así mismo brindando una calidad de servicio a sus clientes.

Justificación Social. Los aportes que se obtendrán serán en beneficio para la empresa de Transportes Rodmon de cómo manejar los procesos de la cadena de suministro eficientemente, de esto dependerá su crecimiento. Para ello cada eslabón de la cadena no debe presentar fallas, para que si se pueda dar una buena calidad en el servicio para el cliente.

Justificación metodológica. Para nuestro estudio se hará uso de manera rigurosa el uso del instrumento, debidamente confiable y validado por profesionales expertos de la materia, con el fin de obtener una información exacta de la realidad actual en relación a la problemática planteada, tanto así que se hará una descripción real de tal como se dieron los hechos en un periodo determinado, por lo que esta investigación será descriptiva correlacional y con un diseño no experimental porque no habrá ninguna alteración de las variables en estudio.

Justificación científica. La presente investigación es fundamental porque contribuirá y aportará con los resultados al conocimiento de cadena de suministro y calidad de servicio de los clientes, además los comportamientos para las dimensiones de cada cliente en una empresa de transportes. Los resultados y conclusiones del estudio sirven como antecedentes para futuras investigaciones que busquen desarrollar nuevos conocimientos y buscar soluciones a diferentes problemáticas relacionadas a las variables mencionadas.

En este punto describiremos la realidad Problemática: La aplicación de la cadena de suministro en la organización, en este mundo competitivo ya no es solamente entregarle completo los productos al cliente sino más bien es entregar un servicio de calidad, dado que en la actualidad los clientes son muy exigente. En el momento del servicio que se le brinda ya no solamente es importante para ellos la amabilidad o el trato, sino el cliente espera que el producto o servicio cumpla con sus expectativas. La empresa debe enfocarse en este sentido en suministrar todos los procesos de la cadena de suministro, eliminando así todos los despilfarros que existan y que no añaden ningún valor al producto o servicio.

Por tanto, permitirá a la empresa, suministrar correctamente todos los pasos que se da en la cadena de suministro, enfocándose así en brindarle un servicio de mayor calidad al cliente. Para lo cual deberá informar e internalizar los resultados y los procesos de la cadena de suministro a todos sus colaboradores de la empresa, dado que brindar un buen

servicio al cliente ahora no es una función exclusiva del área logística sino más bien de todas las áreas de la empresa. Como manifiesta (Anaya, 2011). Señala que el objetivo de la cadena de suministro implica que las empresas deben tener compromiso en su conjunto, este compromiso se basa en realizar su trabajo de manera correcta para así llegar a reducir los costos que se incurrirá en cada etapa, por tanto, la empresa tiene que añadir valor a cada eslabon. Como indica el autor, la organización toma un papel muy importante dentro de la cadena de suministro, ya que es fundamental su participación en cada proceso. Con dicho concepto coincide el autor Villalba (2013). Menciona, que la conceptualización de la calidad del servicio es variada y tienen conceptos diferentes.

Por ende, cliente final va a esperar que el producto o servicio cumpla con sus expectativas y este pueda satisfacer sus necesidades. De la misma manera conceptualizan la cadena de suministro dichos autores.

Por tanto, se entiende como indica el autor que todos los procesos o eslabones forman parte de la cadena de suministro. Sin embargo, esos resultados son indirectos desde la perspectiva de lo que se pretende en este estudio, porque no especifican como hacer un proceso de cadena de suministro sin fallas y como lograr así una calidad en el servicio que se brinda al cliente. No se tiene evidencia sobre cómo y cuándo se realiza un buen proceso en la cadena de suministro con ese fin de brindar un servicio de calidad al cliente. Ese es un vacío de conocimiento en la investigación previa sobre el tema, Por ende, el cliente final va a esperar que el producto o servicio cumpla con sus expectativas y este pueda satisfacer sus necesidades. Por lo tanto, he creído conveniente arribar a la siguiente problemática: ¿De qué manera la cadena de suministro se relaciona con la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon, Huacho-2021?

Para la conceptualización y operacionalización de las variables, tenemos la siguiente definición de la cadena de suministro, según Carreño (2017). Nos indica que las empresas realizan todos sus esfuerzos para lograr que el usuario este satisfecho. Dichas empresas,

que forman la cadena de suministro, son proveedores, fabricantes, distribuidores, minoristas y el mismo cliente. Todos lo que conforman la cadena de suministro tienen que estar comunicados y enfocándose en plantear estrategias, sin dejar de lado las demás áreas tienen que integrarlas porque todas tienen una función importante.

Teniendo como dimensiones: Logística, de acuerdo con Oltra (2015). Es aquella parte de la gestión de la cadena de suministro (SCM), como función tiene la de planificar, implementar y controlar el flujo de los servicios, con la información con respecto a los canales de distribución como también el proceso productivo desde la perspectiva del consumidor final, para que se pueda lograr cumplir con las exigencias de los clientes.

Canal de distribución, indica Acosta (2017). Es la manera de analizar desde que el producto llega a la empresa hasta su entrega al cliente. Dicho canal de distribución logra que el cliente cuando tenga el pedido en sus manos se sienta satisfecho, disminuyendo las distancias que pudieran ser y acortando los tiempos. Enfatizar a los canales de la cadena que pueden crecer en sus áreas en pensamientos, entre otros.

Proceso productivo, indica Andrés (2011). Consiste en producir servicios como también bienes que permita que las actividades que se realice se rijan a las normativas, el proceso abarca muchos pasos a seguir para elaborar un producto.

Teniendo como indicadores: Empaque, como indica Corradine (2014). Es la protección que se le da al producto, es la primera impresión que nota el cliente, dicho empaque tiene que estar en óptimas condiciones, no presentando fallas para que el cliente pueda recibirlo correctamente.

Producción, acuerdo con Andrés (2011). Es la actividad que se va a encargarse en transformar la materia prima e insumos en un producto final, donde va a participar el hombre para la elaboración y a su vez necesitara de materiales y todo lo relacionado al

producto.

Fabricante, como manifiesta Westreicher (2020). Produce los bienes que serán transportados por los distribuidores. El fabricante tendrá contacto directo con el mayorista, quien tiene como minorista a su cliente. Este último pondrá la mercadería a disposición del público en general. Los fabricantes tienen que buscar la eficiencia en dicho proceso para que así estén por encima de su competencia.

Transporte, tal como señala Anaya (2015). Es un medio que va a servir para trasladar los bienes. El transporte forma parte de la logística dentro de la empresa y toma un papel muy importante, ya que por este medio el cliente final recibirá su producto.

Distribución, como manifiesta Morales (2021). Parte desde que la empresa adquiere la materia prima lo transforma y luego este tiene que ser entregado al cliente final por medio de la distribución. La distribución se dará a través de los canales. La empresa necesariamente va a tener que usar este medio para que pueda encontrarse con el cliente.

Servicio, como indica Bustamante, et al (2019). Son acciones que va a realizar el personal con el cliente en la organización. Es un conjunto de actividades que va a realizar con el fin de lograr satisfacer a los usuarios. Para que se pueda dar un buen servicio los empleados deberán estar altamente capacitados.

Cliente, tal como señala Rivilla, (2013). Son todas las personas que adquieren un producto o servicio con el fin de satisfacer sus necesidades. Para ello va a buscar al mejor producto que vaya acorde con sus expectativas.

Definimos el concepto de calidad de servicio, como señala Pizzo (2013), es el hábito de interpretar las expectativas de sus clientes para así ofrecer un servicio adecuado, cómodo, confiable. El cliente espera recibir un magnífico servicio, es ahí donde la empresa

tiene que enfatizar para que lo logre.

Teniendo como dimensiones: Atención al cliente, según Palomo (2014). Conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los usuarios, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta.

Satisfacción del cliente, señala Bustamante, et al (2019). Es la impresión íntima que el usuario va observar con el servicio y a su vez lo va evaluar en su experiencia, esta evaluación se dará durante la duración de atención que le están brindando y en base a ello el cliente se responderá si la empresa está logrando satisfacer sus necesidades o no lo está logrando.

Fidelidad del cliente, según Parra, (2016). Un usuario fiel asistirá continuamente a la empresa y ello será beneficioso para la misma ya que tendrá mayor demanda; es decir, ese cliente estará contento y a su círculo de amistad ira recomendando el buen servicio de la empresa, y eso representará un marketing bueno para organización. Para ello tiene que plantearse la empresa promociones para que ese mismo cliente no se vaya de la empresa y lograr que se sienta cómodo.

Teniendo como indicadores: Expectativas, mencionan Baron & Salamanca (2015). Es la ilusión del usuario por conseguir algo que desea. Estas expectativas se va dar a raíz de muchas ocasiones que el cliente va a pasar dentro de la empresa por ello va depender mucho de las promesas que realiza la empresa pues lo va tener que cumplir porque el cliente espera ello, el cliente evaluara todas las experiencias que ha pasado con otras empresas, por eso la empresa tiene que concentrarse en un nivel alto de expectativas. Se debe enfocar que las expectativas no sean menores porque no traerán usuarios y si es muy alta y no se cumple con un buen servicio el usuario sentirá decepción por la empresa.

Necesidades, como señalan Baron & Salamanca (2015). Todos los seres humanos tenemos infinidad de deseos en nuestra vida cotidiana, como por ejemplo tenemos la necesidad de sed y vamos a la tienda y adquirimos una gaseosa para satisfacer dicha necesidad. Los clientes de hoy son mucho más estrictos ya que buscarán a las empresas que si cumplan con sus expectativas.

Comunicación, tal como indica Martínez (2014). En nuestro día a día la comunicación toma un papel sumamente importante, ya que es el canal por el cual vamos a llevar la información a otras personas. Las personas queremos comunicar una información a nuestros semejantes y vamos a sentir esa necesidad de comunicarnos. Con ello estas cambiando ideas u opiniones, y se está dando una comunicación entre dos o más personas.

Experiencia, Cárdenas, et al (2019). Es el momento que pasa el cliente en la empresa, con respecto al servicio, en ello se tiene que enfocar las organizaciones actualmente en cumplir las expectativas de los clientes para no decepcionarlos. Y si no cumple con lo prometido, la empresa obtendrá clientes insatisfechos.

Estrategias, según Rivera & Malaver (2011). Desde los tiempos remotos apareció las estrategias en el día a día. La estrategia consiste en gestionar, planificar acciones para que nos lleve a lograr buenos resultados, la empresa tiene que poseer múltiples estrategias para que pueda ganar a su competencia. Es una serie de actividad que se va a basar en el logro de objetivos que se haya planteado la organización en función a ello, la empresa pondrá todas sus fuerzas para lograrlo.

Operacionalizamos las variables:

a) Cadena de suministro

V. 1	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS
CADENA DE SUMINISTRO	Se podrá medir si el sistema cadena de suministro para el transporte tiene ventajas y través sus dimensiones Logística, Canal de distribución, Proceso productivo y con la escala de medición de Likert.	Logística	Empaque	1.
			Producción	2.
		Canal de distribución	Fabricante	3.
			Transporte	4.5
			Distribución	6.7
		Proceso productivo	Servicio	8.9
			Cliente	10

b) Calidad del servicio

V. 2	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DEL SERVICIO	Se podrá evaluar el estado real de calidad del servicio de la empresa Transportes Rodmon, mediante su atención al cliente, la satisfacción del cliente y fidelidad del cliente para determinar, si tiene grandes ventajas para brindar un servicio de calidad a sus clientes.	Atención al Cliente	Expectativas	1.2
			Necesidades	3.4
		Satisfacción de cliente	Comunicación	5.6.7
			Experiencia	8.
		Fidelidad del cliente	Estrategias	9.10

Planteamos la hipótesis: “La cadena de suministro se relaciona significativamente en la calidad del servicio de la empresa de Transporte Rodmon, Huacho - 2021”

El objetivo general será; Explicar si la cadena de suministro se relaciona en la calidad del servicio de la empresa de Transporte Rodmon Huacho-2021. Y en cuanto a los objetivos específicos; 1. Detallar la cadena de suministro que hay en la

empresa de transporte Rodmon, Huacho- 2021. 2. Determinar la calidad del servicio que hay en la empresa de transporte Rodmon, Huacho- 2021. 3. Demostrar que la cadena de suministro repercute en la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon, Huacho- 2021”

2. Metodología

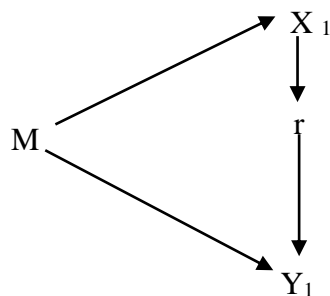
Tipo de investigación.

Correspondió a una investigación básica, de tipo descriptivo correlacional analítico, pertenece a un marco teórico, como resultado se obtendrán que los conocimientos científicos lleguen a un nivel alto, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico. Al respecto Paniagua & Condori (2018). Sustenta que las investigaciones comunes es vital para las nociones de las investigaciones que se apliquen. Como también indica que la investigación básica descriptiva.

Diseño de investigación.

El diseño fue no experimental, dado que no manipularemos las variables, observaremos el fenómeno en su ambiente natural para después analizarlos. Transversal simple, porque se obtuvo la información en un tiempo único y se utilizó una sola muestra. Al respecto Paniagua & Condori (2018). Sostiene que los diseños de investigaciones son un proyecto que se rige a base de una estructura, va a responder de esta manera a todas las preguntas que se formulen en la investigación que ordena las variables que se vayan a estudiar en la investigación y consigo la medición de las variables.

En el estudio se utilizó el siguiente esquema:



Donde:

M: Muestra.

X₁: Observación de la Cadena de suministro

Y₁: Observación de la Calidad de servicio.

r: relación entre X₁ Y₁

Población y muestra.

Nuestra población fue constituida por clientes de la empresa Transporte Rodmon, que corresponde a 300 clientes.

Se aplicó el muestreo probabilístico mediante la técnica del muestreo aleatorio simple, cual quedó en 119 clientes como la muestra para el estudio de investigación.

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Dónde:

- n: Es el tamaño de la muestra.
- Z₂ : Es el nivel de confianza: 1.96 (95% nivel de confianza).
- N : Es el tamaño de la población seleccionada: Población muestral 300 unidades de análisis.
- p=q : Es la probabilidad de éxito o no éxito: 50%.
- d₂ : Es el error muestral (0.05) ²

$$n = \frac{300 \times (1.96) \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 \times (300-1) + (1.96) \times 0,5 \times 0,5} = 118.7$$

N= 119

Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas

Será la encuesta utilizada como técnica, que se aplicó a los clientes de la empresa de Transporte Rodmon. Nos dice Roldan & Fachelli (2015), sostienen que la encuestas son unos sistemas que pertenecen a investigaciones sociales uso en el campo de la sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una tarea cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano.

Instrumentos.

Se utilizó cuestionario, nos dio información importante ya que se construye en principio de indicadores y dimensiones que pertenecen estudio. Dicho cuestionario fue compuesto por veinte preguntas, además de una escala valorativa. Nos dice Paniagua & Condori (2018), que el cuestionario como instrumento de la técnica de la encuesta, es muy importante en el campo de la investigación social. Es un instrumento auxiliar que funciona en el campo que vamos a obtener la información que va a necesitar la investigación.

Validez y Confiabilidad de la Información

La validación:

Para validar el instrumento que fue construido en relación con sus variables de estudio, este será validado por tres expertos en investigación (juicio de expertos), cual dará garantías que el instrumento es aplicable para nuestra investigación.

Confiabilidad:

Para medir el nivel de confiabilidad del instrumento se efectuó a través el Alfa de Cronbach.

Resultados fiabilidad nivel estadístico

Cadena de suministro

Alfa de Cronbach	N de elementos
,898	10

Se puede ver con el resultado obtenido con la aplicación del alfa de Cronbach es de 0.898, mostrando que instrumento de cadena de suministro presenta una confiabilidad alta significativa, demostrando que ese instrumento es aplicable para obtener la información para nuestra investigación.

Resultados de fiabilidad a nivel estadístico

Calidad del servicio

Alfa de Cronbach	N de elementos
,841	10

Se puede ver con el resultado obtenido con la aplicación del alfa de Cronbach es de 0.841, mostrando que instrumento de calidad del servicio presenta una confiabilidad alta significativa, demostrando que ese instrumento es aplicable para conseguir la información para nuestra investigación.

Procesamiento y análisis de la información.

Toda la información que se obtenga por intermedio la recopilación del instrumento que es el cuestionario, aplicado a los clientes del transportes rodmon, se procederá a organizarlo en tablas y figuras mediante la ayuda de los programa informático como el Excel y , el cual nos facilitará a interpretar la información en forma estadística ya que estarán ingresadas con valores numéricos y porcentuales, conllevando a un mejor análisis descriptivo de la realidad actual, que nos permitirá llegar a las conclusiones y luego dar sugerencias de mejoras.

3. Resultados

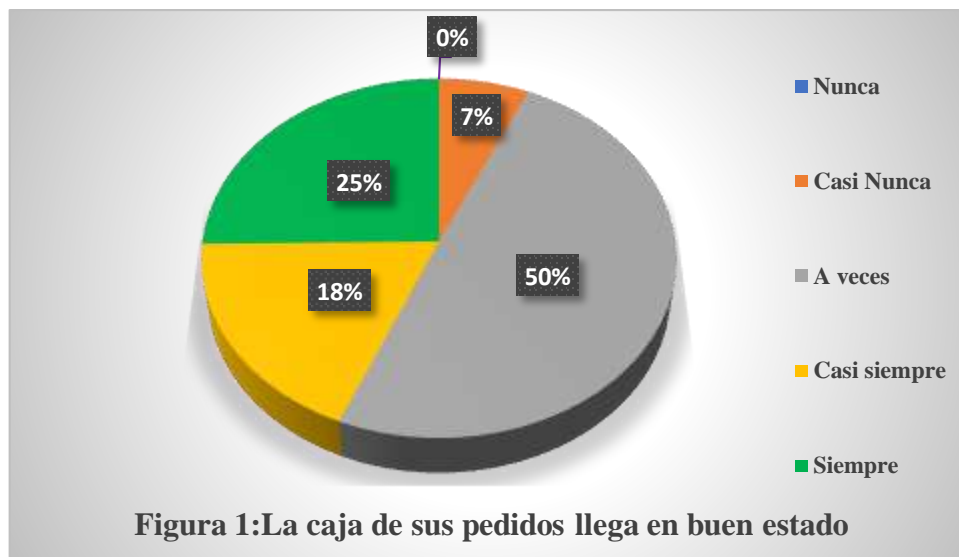
Resultado de encuesta a los clientes de la empresa de transportes rodmon – 2021.

TABLA 1

La caja de sus pedidos llega en buen estado.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	8	7%
A veces	59	50%
Casi siempre	22	18%
Siempre	30	25%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

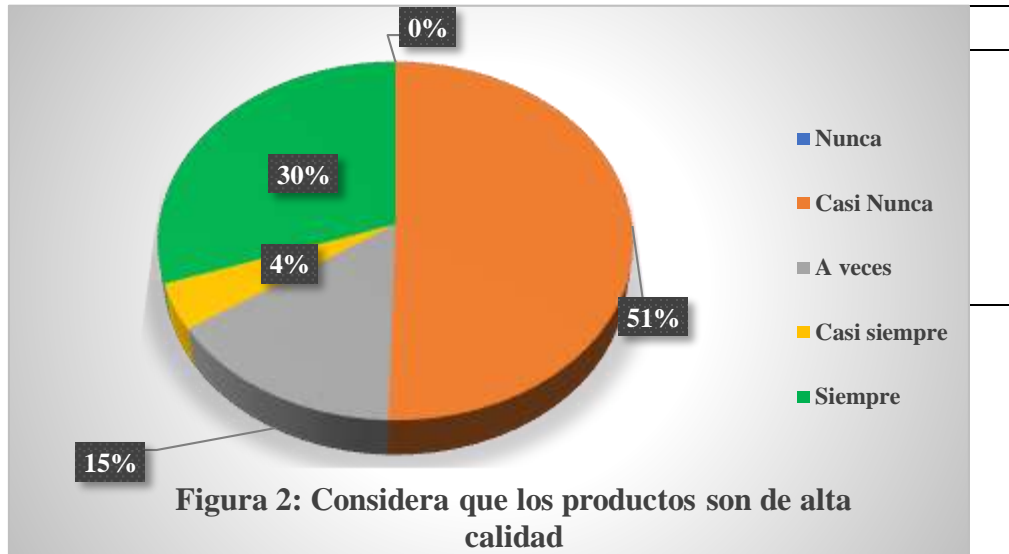
INTERPRETACIÓN:

Nos muestra la tabla 1, existe 50% de clientes manifiestan que a veces la caja de sus pedidos llega en buen estado, un 25% de clientes consignan que siempre, 18% de clientes coinciden que casi siempre y el 7% del resto de clientes coinciden que casi nunca.

TABLA 2

Considera que los productos son de alta calidad.

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

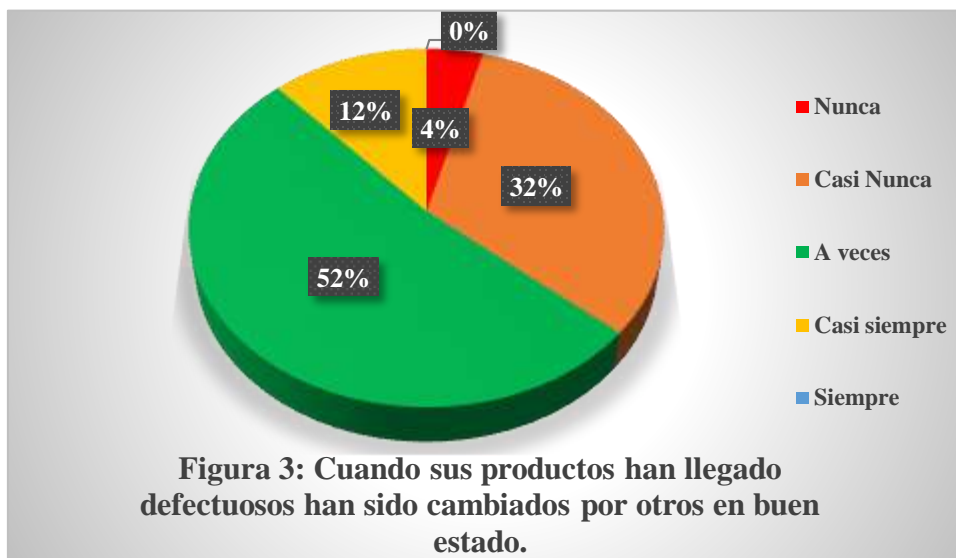
Nos muestra la tabla 2 existe 51% de clientes manifiestan que casi nunca considera que los productos son de alta calidad, un 30% de clientes consignan que siempre, el 15% coinciden que a veces, y el 4% del resto de clientes coinciden que casi siempre.

TABLA 3

Cuando sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	5	4%
Casi Nunca	38	32%
A veces	62	52%
Casi siempre	14	12%
Siempre	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

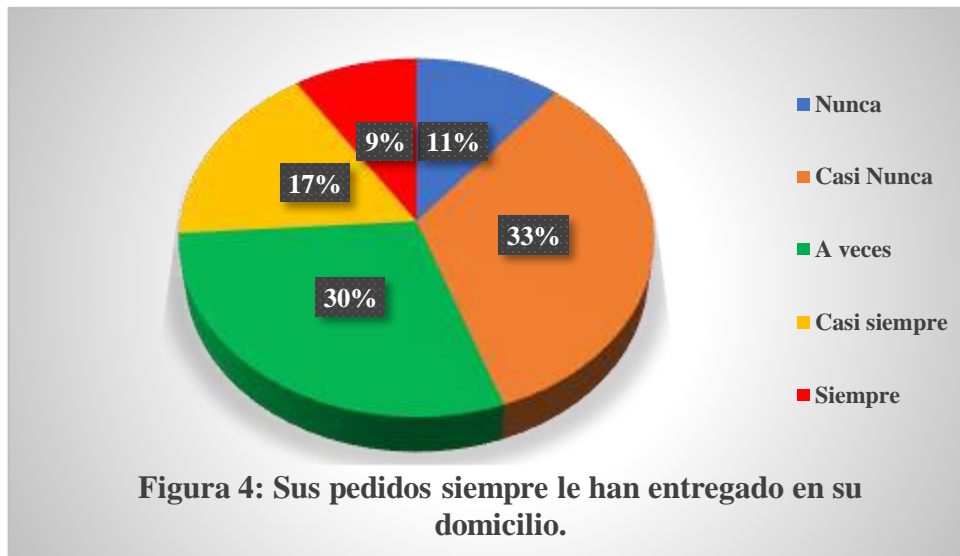
Nos muestra la tabla 3 existe 52% de clientes manifiestan que a veces cuando sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado, un 32% de clientes consignan que casi nunca, el 12% coinciden que casi siempre, y el 4% del resto de clientes coinciden que nunca.

TABLA 4

Sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES	
Nunca	13	11%	
Casi Nunca	40	33%	
A veces	35	30%	
Casi siempre	20	17%	
Siempre	11	9%	
TOTAL	119	100%	

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Nos muestra la tabla 4 existe 33% de clientes manifiestan que casi nunca sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio, un 30% de clientes consignan que a veces, el 17% coinciden que casi siempre, por otro lado, un 11% indican que nunca y el 9% del resto de clientes coinciden que siempre.

TABLA 5

Sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES	
Nunca	0	0	0%
Casi Nunca	0	0	0%
A veces	13	11	11%
Casi siempre	37	31	31%
Siempre	69	58	58%
TOTAL	119	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

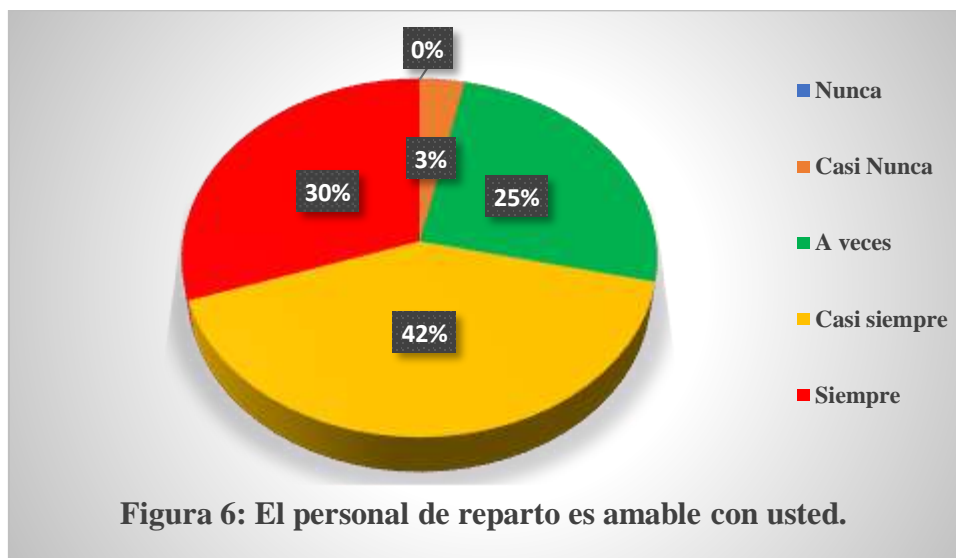
Nos muestra la tabla 5 existe 58% de clientes manifiestan que siempre sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados, un 31% de clientes consignan que casi siempre y el 11% del resto de clientes coinciden que a veces.

TABLA 6

El personal de reparto es amable con usted.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	4	3%
A veces	30	25%
Casi siempre	49	42%
Siempre	36	30%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

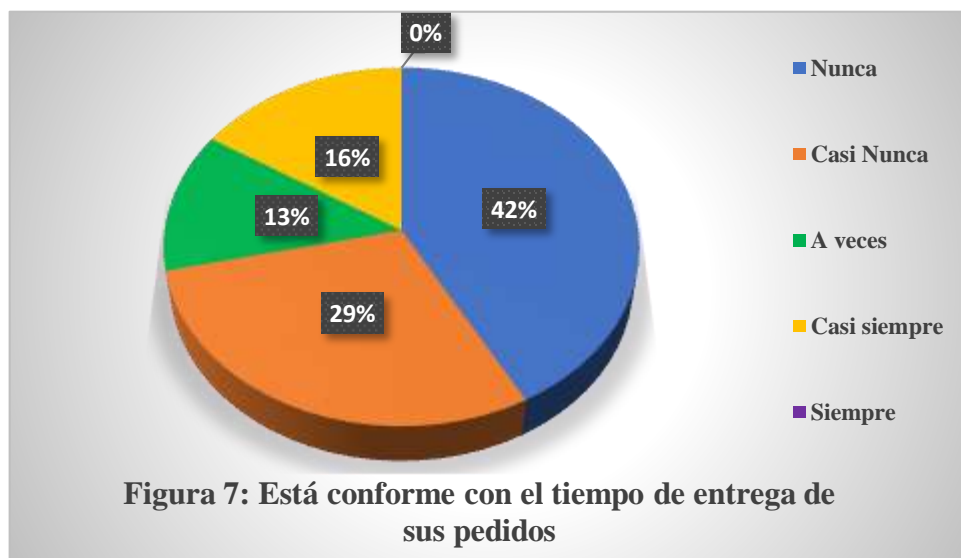
Nos muestra la tabla 6 existe 42% de clientes manifiestan que casi siempre el personal de reparto es amable, un 30% de clientes consignan que siempre, por otro lado, un 25% indican que a veces y el 3% del resto de clientes coinciden que casi nunca.

TABLA 7

Está conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	50	42%
Casi Nunca	35	29%
A veces	15	13%
Casi siempre	19	16%
Siempre	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

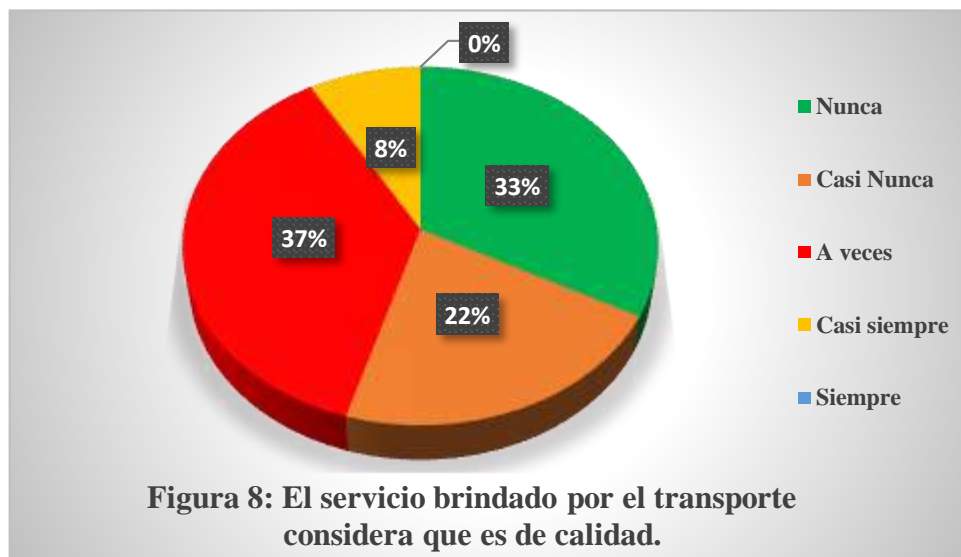
Nos muestra la tabla 7 existe 42% de clientes manifiestan que nunca están conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos, un 29% de clientes consignan que casi nunca, por otro lado, un 16% indican que casi siempre y el 13% del resto de clientes coinciden que a veces.

TABLA 8

El servicio brindado por el transporte considera que es de calidad.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	39	33%
Casi Nunca	26	22%
A veces	44	37%
Casi siempre	10	8%
Siempre	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

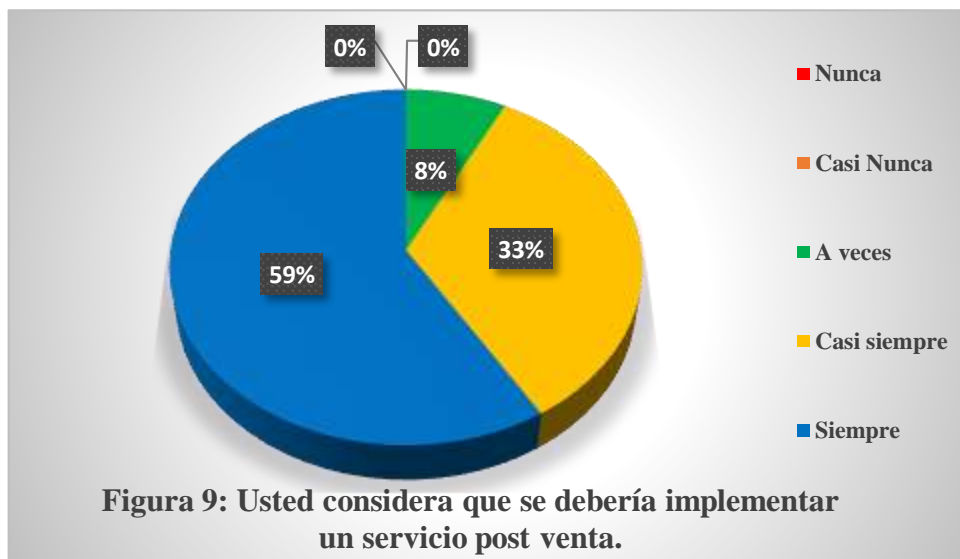
Nos muestra la tabla 8 existe 37% de clientes manifiestan que a veces el servicio brindado por el transporte es de calidad, un 33% de clientes consignan que nunca, por otro lado, un 22% indican que casi nunca y el 8% del resto de clientes coinciden que casi siempre.

TABLA 9

Usted considera que se debería implementar un servicio post venta.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	9	8%
Casi siempre	40	33%
Siempre	70	59%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Nos muestra la tabla 9 existe 59% de clientes manifiestan que siempre se debería implementar un servicio post venta, un 33% de clientes consignan que casi siempre y el 8% del resto de clientes coinciden que a veces.

TABLA 10

Considera que el transporte da prioridad al cliente en la atención.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	49	41%
A veces	70	59%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

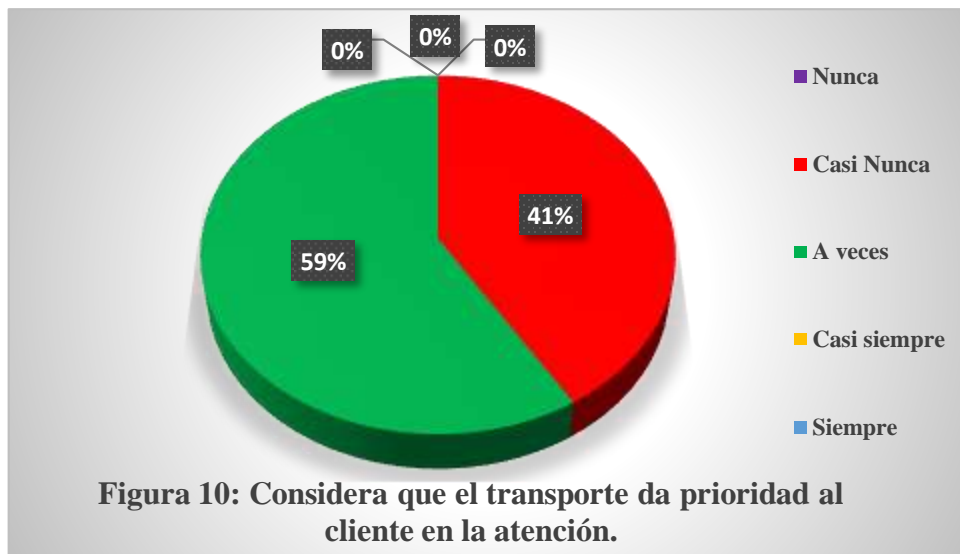


Figura 10: Considera que el transporte da prioridad al cliente en la atención.

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

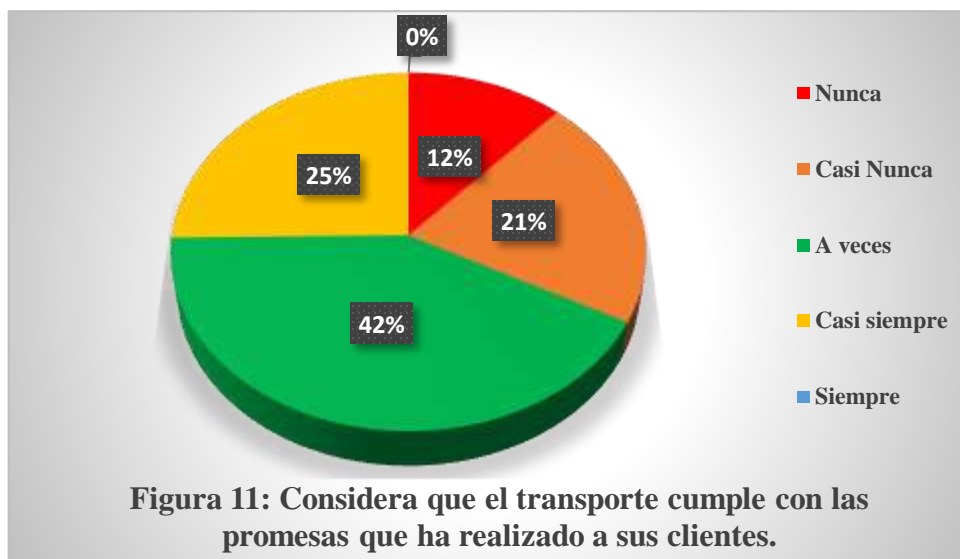
Nos muestra la tabla 10 existe 59% de clientes manifiestan que a veces el transporte da prioridad al cliente en la atención y el 41% del resto de clientes coinciden que casi nunca.

TABLA 11

Considera que el transporte cumple con las promesas que ha realizado a sus clientes.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	14	12%
Casi Nunca	25	21%
A veces	50	42%
Casi siempre	30	25%
Siempre	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

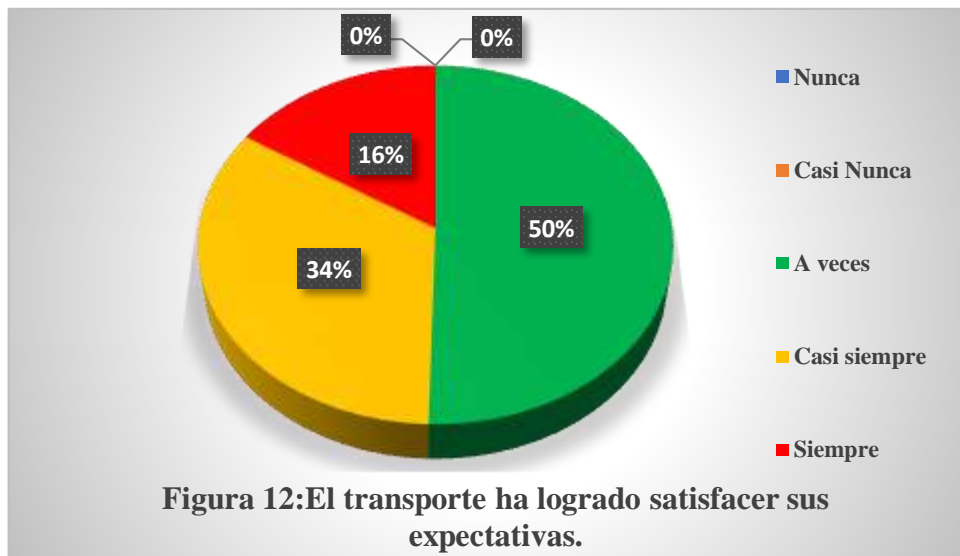
Nos muestra la tabla 11 existe 42% de clientes manifiestan que a veces el transporte cumple con las promesas que ha realiza a sus clientes, un 25% de clientes consignan que casi siempre, por otro lado, un 21% indican que casi nunca y el 12% del resto de clientes coinciden que nunca.

TABLA 12

El transporte ha logrado satisfacer sus expectativas.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	60	50%
Casi siempre	40	34%
Siempre	19	16%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

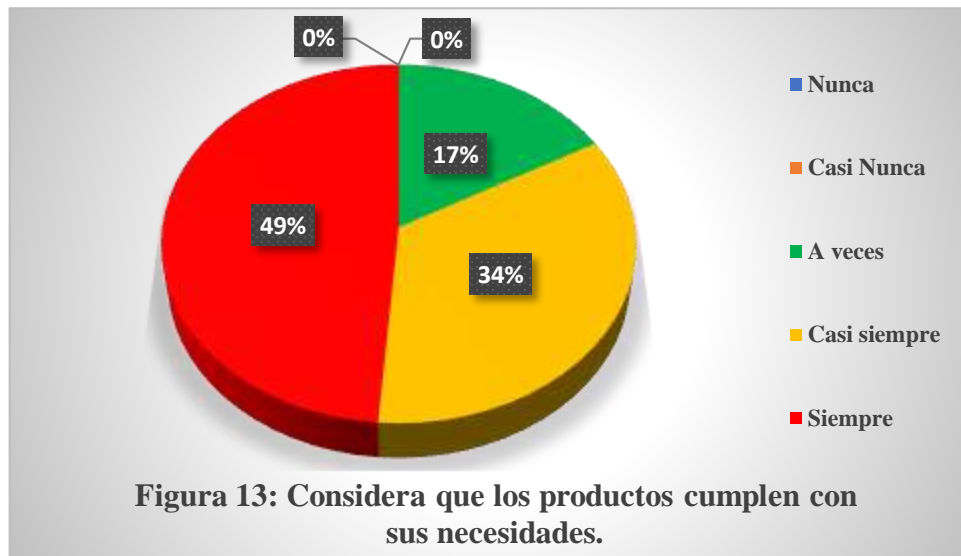
Nos muestra la tabla 12 existe 50% de clientes manifiestan que a veces el transporte ha logrado satisfacer sus expectativas, un 34% de clientes consignan que casi siempre y el 16% del resto de clientes coinciden que siempre.

TABLA 13

Considera que los productos cumplen con sus necesidades.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	20	17%
Casi siempre	41	34%
Siempre	58	49%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

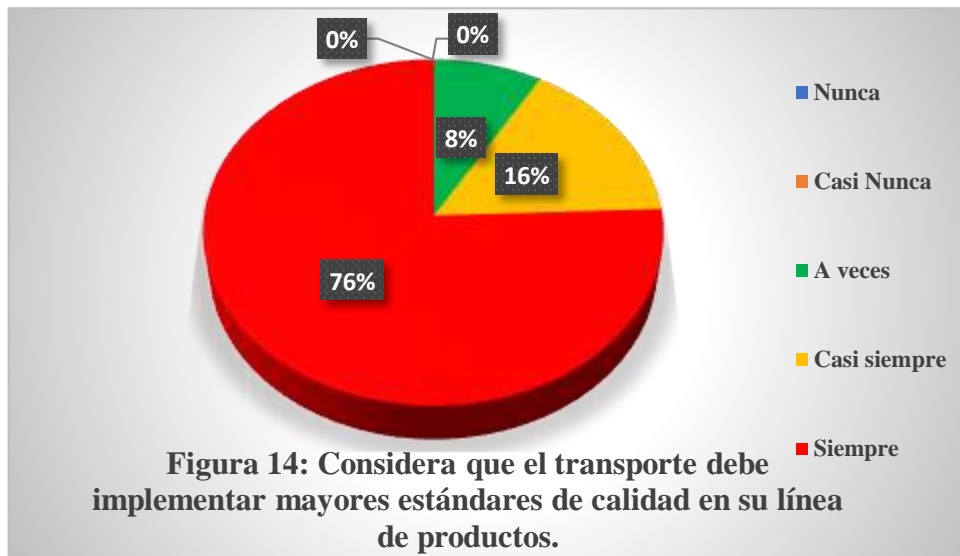
Nos muestra la tabla 13 existe 49% de clientes manifiestan que siempre los productos cumplen con sus necesidades, un 34% de clientes consignan que casi siempre y el 17% del resto de clientes coinciden que a veces.

TABLA 14

Considera que el transporte debe implementar mayores estándares de calidad en su línea de productos.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	10	8%
Casi siempre	19	16%
Siempre	90	76%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

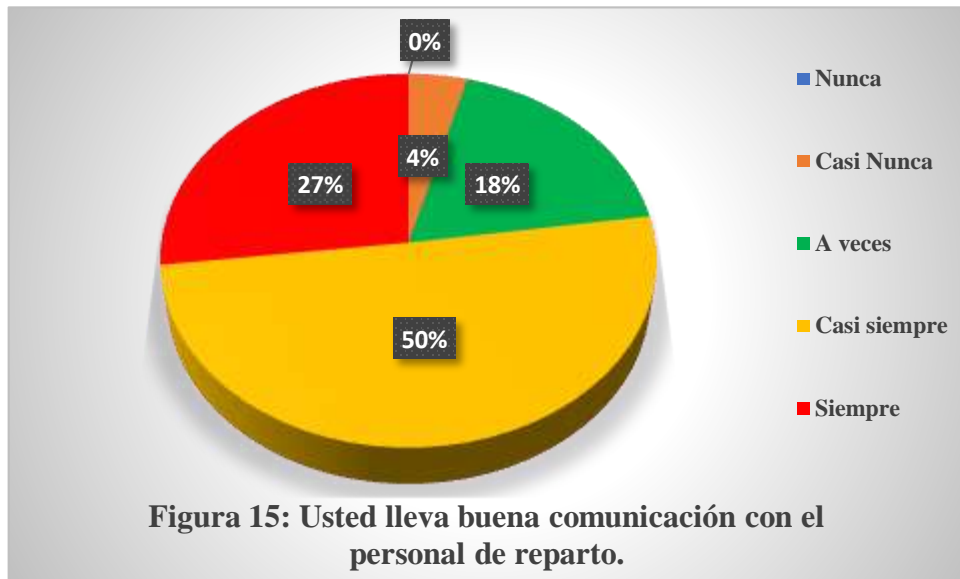
Nos muestra la tabla 14 existe 76% de clientes manifiestan que siempre el transporte debe implementar mayores estándares de calidad en su línea de productos, un 16% de clientes consignan que casi siempre y el 8% del resto de clientes coinciden que a veces.

TABLA 15

Usted lleva buena comunicación con el personal de reparto.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	5	4%
A veces	22	18%
Casi siempre	60	50%
Siempre	32	27%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

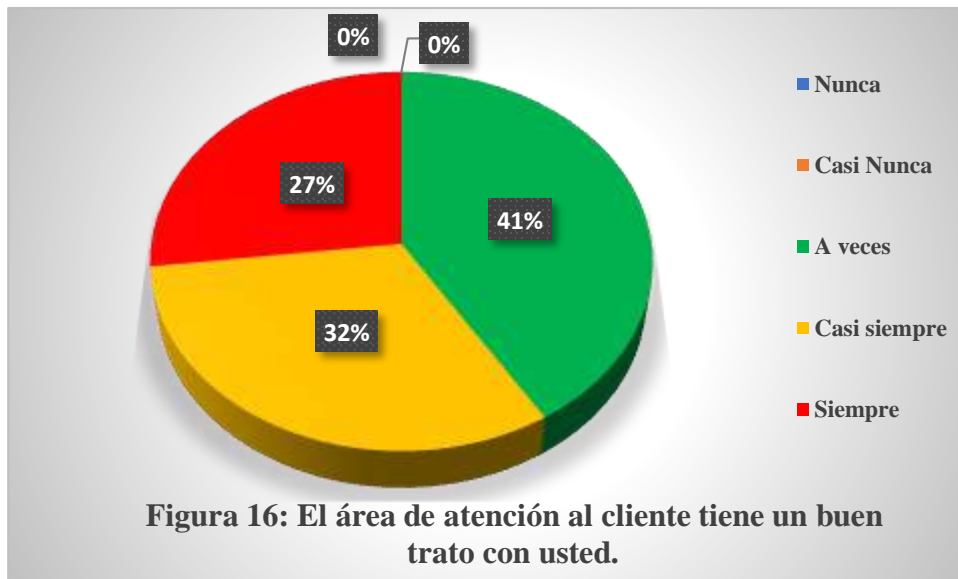
Nos muestra la tabla 15 existe 50% de clientes manifiestan que casi siempre lleva buena comunicación con el personal de reparto, un 27% de clientes consignan que siempre, por otro lado, un 18% indican que a veces y el 4% del resto de clientes coinciden que casi nunca.

TABLA 16

El área de atención al cliente tiene un buen trato con usted.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	49	41%
Casi siempre	38	32%
Siempre	32	27%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

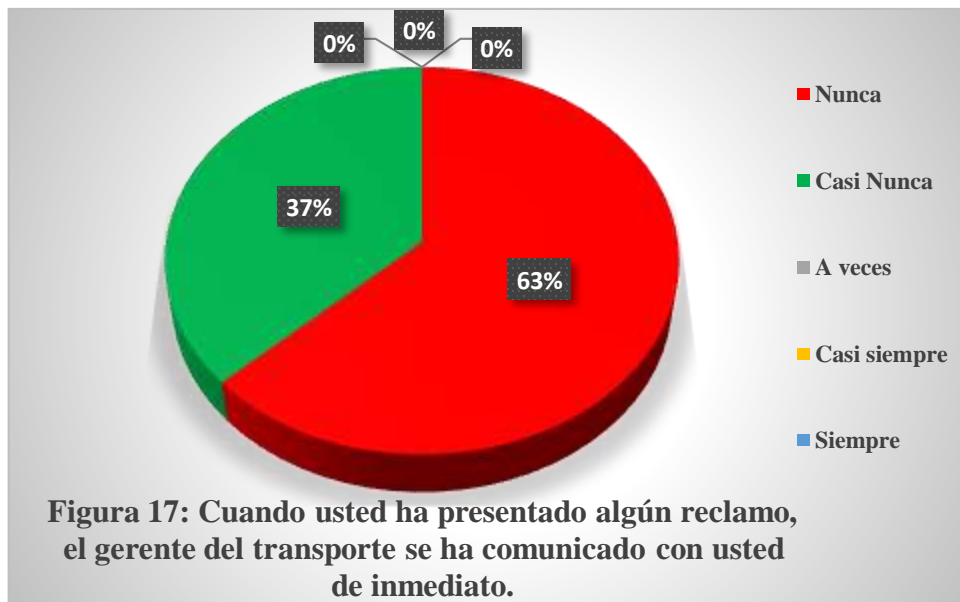
Nos muestra la tabla 16 existe 41% de clientes manifiestan que a veces el área de atención al cliente tiene un buen trato, un 32% de clientes consignan que casi siempre y el 27% del resto de clientes coinciden que siempre.

TABLA 17

Cuando usted ha presentado algún reclamo, el gerente del transporte se ha comunicado con usted de inmediato.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	75	63%
Casi Nunca	44	37%
A veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

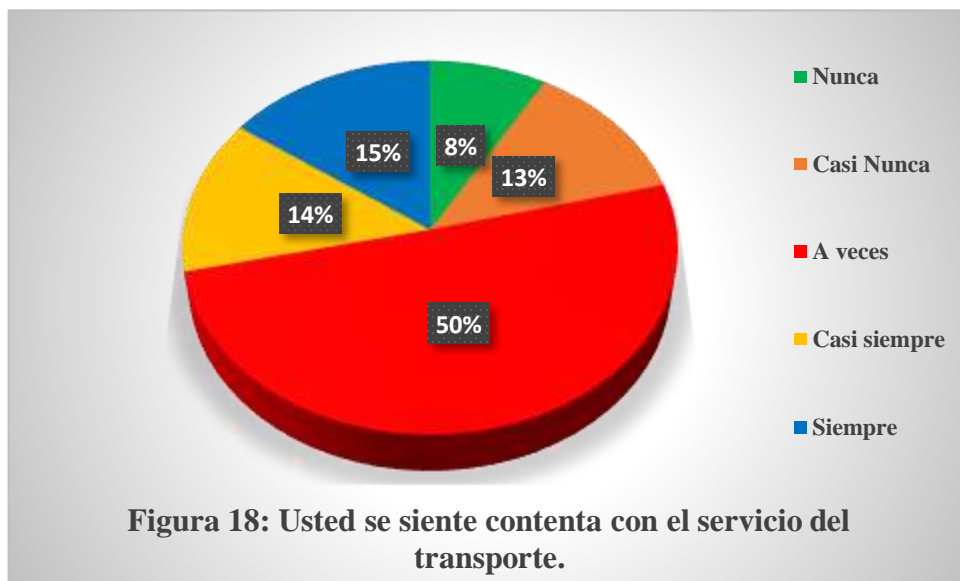
Nos muestra la tabla 17 existe 63% de clientes manifiestan que nunca cuando ha presentado algún reclamo el gerente del transporte se ha comunicado de inmediato y el 37% del resto de clientes coinciden que casi nunca.

TABLA 18

Usted se siente contenta con el servicio del transporte.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	10	8%
Casi Nunca	15	13%
A veces	60	50%
Casi siempre	16	14%
Siempre	18	15%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

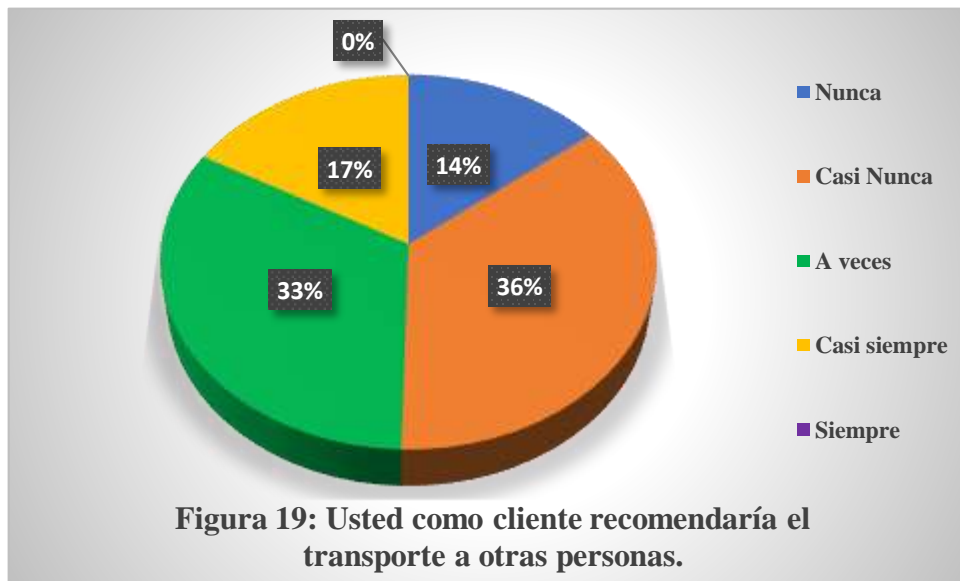
Nos muestra la tabla 18 existe 50% de clientes manifiestan que a veces se sienten contentos con el servicio del transporte, un 15% de clientes consignan que siempre, por otro lado, un 14% indican que casi siempre, asimismo un 13% manifiestan que casi nunca y el 8% del resto de clientes coinciden que nunca.

TABLA 19

Usted como cliente recomendaría el transporte a otras personas.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	17	14%
Casi Nunca	43	36%
A veces	39	33%
Casi siempre	20	17%
Siempre	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

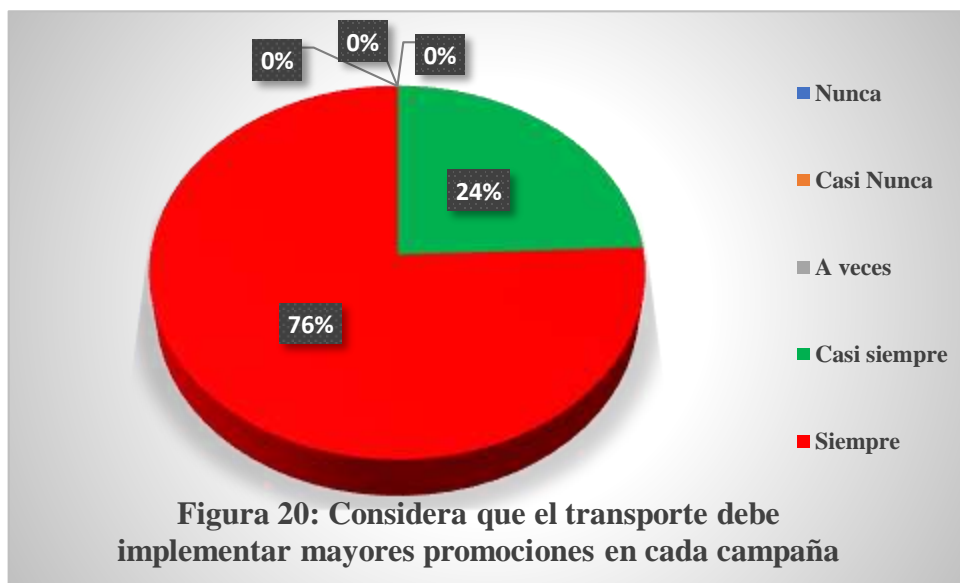
Nos muestra la tabla 19 existe 36% de clientes manifiestan que casi nunca recomendaría el transporte a otras personas, un 33% de clientes consignan que a veces, por otro lado, un 17% indican que casi siempre y el 14% del resto de clientes coinciden que nunca.

TABLA 20

Considera que el transporte debe implementar mayores promociones en cada campaña.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	29	24%
Siempre	90	76%
TOTAL	119	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Nos muestra la tabla 20 existe 76% de clientes manifiestan que siempre el transporte debe implementar mayores promociones en cada campaña y el 24% del resto de clientes coinciden que casi siempre.

TABLA 21

Correlación entre las variables entre la cadena de suministro y calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon Huacho, 2021.

		Cadena de suministro	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Cadena de suministro	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	12
	Calidad del servicio	Coefficiente de correlación	0,812**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	12

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

Spearman: Nivel de confianza al 95%

Valor de significancia: $\alpha = 0.05$

En la tabla 21 nos muestra el resultado sobre el coeficiente de correlación entre las variables cadena de suministro y calidad de servicio, donde nos confirma una significativa relación; ya que el Rho de Spearman es 0,812, comprobando que nuestra hipótesis tiene sustento de aceptación, por tener un grado de significación estadística de $p=0,000 < 0,05$, por lo tanto se aprueba que; “La cadena de suministro se relaciona significativamente en la calidad del servicio de la empresa de Transporte Rodmon, Huacho - 2021”.

4. Análisis y Discusión

Para hacer nuestro análisis de los objetivos planteados nos basamos a los resultados obtenidos por parte de los clientes de la empresa de transportes Rodmon, ya que nos permitirá resolver la problemática encontrada: ¿De qué manera la cadena de suministro se relaciona con la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon, Huacho-2021?

1. Explicar si la cadena de suministro se relaciona en la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon Huacho-2021.

Con el resultado de la tabla 21, del Rho de Spearman es 0,812 donde se afirma que existe una relación significativa (grado de significación estadística) $p=0,000 < 0,05$, donde se acepta la hipótesis propuesta, determinando que existe relación significativa entre la Cadena de suministro y la Calidad del servicio de los clientes de la empresa de transportes rodmon, Huacho – 2021. Según **Ortega (2018)**, en su tesis concluye mediante la prueba Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho= 0,831$; lo cual existe una correlación alta entre la gestión de cadena de suministro y calidad de servicios en la empresa, llegando a recomendar que debe enriquecer la adquisición de insumos que se utilizara para la producción, con respecto a los términos de compras y servicios de calidad en la organización para que el bien que se ofrece sea excelente y se pueda realizar su función prevista. Como indica **Retamozo (2018)**, en su tesis el resultado del estadístico del coeficiente de correlación arrojó un resultado $= 0,897$ donde llega a concluir que existe una correlación alta. En tanto el autor recomienda a la junta nacional del café adoptar sistemas de control y gestión de calidad que aseguren la producción, procesamiento, distribución y comercialización a lo largo de la cadena de suministro del café. Como señalan **Cieza & Coronel (2021)**. Los resultados obtenidos en su tesis detallan que las variables cadena de suministro y calidad del servicio mantienen una correlación significativa perfecta, con un coeficiente de correlación $Rho= 0,826^{**}$ y 0.000 por tanto el autor recomienda al área logística que

de manera continua se debe evaluar todas las áreas que lo conforman como también recomiendan que hagan certificación de calidad de ISO 9001 como organización. Lo cual le permitirá minimizar las etapas de tal manera se podrá mejorar la calidad de sus servicios.

Los autores coinciden que se debe dar prioridad a que los colaboradores del transporte trabajen conjuntamente en cada eslabón de la cadena de suministros por tanto vital importante que los colaboradores tengan conocimiento de las actividades que realiza dentro de cada proceso. Y con ello enfocarse en brindar un servicio de calidad con cero errores.

2. Detallar la cadena de suministro que hay en la empresa de transporte Rodmon, Huacho- 2021.

En cuanto a la cadena de suministro se ve en la tabla 3, a un 52% de clientes sostienen que a veces cuando sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado, en la tabla 4 se observa un 33% de clientes manifiestan que casi nunca sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio, y peor aún en la tabla 5, nos dice que el 58% de clientes indican que siempre sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados y en la tabla 7 solo el 42% de clientes manifestó que nunca están conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos. Según **Castro (2018)**, en su tesis se determinó que existe relación significativa entre la gestión de la cadena de suministro y los servicios outsourcing por tanto el investigador sugiere a la organización para incrementar las gestiones de la cadena de suministro debe tener en cuenta las expectativas que tienen los clientes ya que el deseo de ellos es formar parte de la empresa y sentirse cómodos en ese ambiente. Según **Díaz (2020)**, en su tesis se determinó que ambas variables cadena de suministro y la capacidad de respuestas se relacionan significativamente, por tanto, el autor recomendó que se realice el seguimiento constante del proceso productivo para reducir todo obstáculo o exceso que no permita el desarrollo óptimo. Según **Delacruz (2021)**, en su tesis se pudo determinar

que existe relación positiva entre las variables capacidad de respuesta de servicio y la gestión de la cadena de suministro, por tanto, el autor recomendó implementar estrategias de la matriz FODA, también con un control continuo de los procesos, al hacerse de esa manera se estaría reduciendo los tiempos empleados y por consiguiente los costos.

Existe coincidencia con los resultados, como la importancia que se debe tener cuando se se hace el seguimiento al proceso productivo. Por lo mismo si hay actividades dentro de la cadena de suministro que no añaden valor pues se debe eliminar del proceso ya que de ello dependerá el excelente servicio o producto que se brinde al cliente final.

3. Determinar la calidad del servicio que hay en la empresa de transporte Rodmon, Huacho- 2021.

Cuanto a calidad del servicio vemos en la tabla 16 que un 41% de clientes señalan que a veces el área de atención al cliente tiene un buen trato, mientras en la tabla 17 un 63% de clientes manifiestan que nunca cuando ha presentado algún reclamo el gerente del transporte se ha comunicado de inmediato, en la tabla 18 un 50% de clientes indican que a veces se sienten contentos con el servicio del transporte, y en la tabla 19 un 36% de clientes sostienen que casi nunca recomendaría el transporte a otras personas. Según **Moquillaza & Ramon (2021)**. En su tesis se confirmó que existe una relación de intensidad positiva media, entre la calidad de servicio y la experiencia del cliente. Por tanto, el autor recomendó respecto a la calidad del servicio la implementación de estandarización de procesos en todos sus flujos de servicio, que se permita la utilización de herramientas para el control de calidad. Según **Hidalgo (2019)**, manifiesta en su teoría sobre ambas variables; mostrando que están altamente relacionadas, el investigador recomendó hacer de manera frecuente revisiones de los manuales de calidad internos, para actualizarlos cuando ocurran cambios notables y que afecten con la calidad en el servicio al cliente. Según **Ccalahuille (2021)**, en su tesis indica que existe una relación significativa entre las variables de estudio. Indica correlación alta

entre ambas variables. Asimismo, el autor recomendó realizar constantes capacitaciones para todo el personal en general, brindarles toda la información necesaria, para que en las áreas que trabajen puedan desempeñarse correctamente y puedan brindar al cliente un servicio excelente.

Se coincide con los investigadores, ya que es primordial capacitar a los colaboradores del transporte para que estos en el momento de brindar el servicio al cliente sea de óptima calidad y ello se verá reflejado en la satisfacción del cliente con el transporte, y por concerniente ello será favorable porque el transporte obtendrá fieles a sus clientes.

4. Demostrar que la cadena de suministro repercute en la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon, Huacho- 2021”

En la tabla 8 se ve que un 37% de clientes manifiestan que a veces el servicio brindado por el transporte es de calidad, en la tabla 10 hay un 59% de clientes indican que a veces el transporte da prioridad al cliente en la atención, en la tabla 11 hay otro 42% de clientes afirman que a veces el transporte cumple con las promesas que ha realiza a sus clientes, y en la tabla 12 hay un 50% de clientes sostienen que a veces el transporte ha logrado satisfacer sus expectativas. Según **Paz (2018)**, en su tesis se pudo afirmar que ambas variables del estudio están relacionadas íntimamente con un nivel alto. Por tanto, el investigador recomendó realizar evaluaciones siempre a las maquinarias, con el objetivo de lograr brinda un servicio espectacular. Como menciona **Ventura (2021)**. En su tesis se determinó que existe relación entre gestión de la cadena de suministro y la calidad del servicio que brinda la droguería. Por tanto, el autor recomendó hacer mayor énfasis al desarrollo de la gestión de la cadena de suministro, de igual forma poder planificar que eslabones son los que se deben ejecutar y seguir enfocándose en el logro de una buena calidad de servicio al cliente. Tal como indica **Díaz (2021)**, en su tesis se logró confirmar que la cadena de suministro y la calidad de servicio se

relación positivamente. Asimismo, el autor recomendó a la empresa juntar más sus áreas logísticas evitando que trabajen solos cada área, esto puede ayudar si los empleados saben cómo deben trabajar en el proceso logístico ante un pedido del usuario.

Se concuerda con los autores que, si no hay un buen proceso en la cadena de suministro, esto va a repercutir a la empresa de Transportes Rodmon en la calidad del servicio que este va a dar a su cliente final. Es importante que todos los procesos de la cadena de suministro cumplan su función esto arribara a que los clientes del transporte reciban un servicio de calidad.

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

1. En cuanto al primer objetivo general, se confirma que si existe una relación significativa fuerte entre las variables en estudio, tal como se ve en la tabla 21 cuando su resultado de correlación Rho de Spearman es 0,812, comprobando que la hipótesis propuesta, tiene sustento de aceptación, por tener un grado de significancia estadística de $p=0,000 < 0,05$, donde; “La cadena de suministro se relaciona significativamente en la calidad del servicio de la empresa de Transporte Rodmon, Huacho - 2021”.
2. En cuanto objetivo específico uno; En la tabla 1, se ve que un 50% de clientes indican que a veces la caja de sus pedidos llega en buen estado, generando desconfianza a los clientes, esto se debe a que personal de reparto no está teniendo el cuidado necesario en la distribución. En la tabla 2 un 51% de clientes sostienen que casi nunca consideran que los productos son de alta calidad, causando malestar a los clientes en el momento de utilizar los productos. Finalmente, en la tabla 7 un 42% de clientes sustentan que nunca están conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos, ello sostiene el transporte está mostrando errores en la distribución de las cajas.
3. En cuanto al tercer objetivo específico; En la tabla 12, un 50% de clientes indican que a veces el transporte ha logrado satisfacer sus expectativas, ello repercute que el cliente no está contento con el servicio que le brinda el transporte. En la tabla 16 un 41% de clientes sostiene que a veces el área de atención al cliente tiene un buen trato, causando una mala experiencia entre el cliente y el transporte, en la tabla 19 un 36% de clientes sustentan que casi nunca recomendaría el transporte a otras personas, generando clientes insatisfechos y mostrando una escasa fidelización.

4. En cuanto al cuarto objetivo específico; En la tabla 3, un 52% de clientes indican que a veces cuando sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado, ocasionando malestar a los clientes y la poca aceptación de los productos por parte de ellos. En la tabla 5 un 58% de clientes sustentan que siempre sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados, el transporte no está cumpliendo con los días de entrega generando problemas a los clientes, en la tabla 18 un 50% de clientes indican que a veces se sienten contentos con el servicio del transporte, debido a que no se le está brindando un servicio de calidad.

5.2 Recomendaciones

- 1.** Se recomienda al gerente general, juntamente con sus áreas respectivas llevar a cabo una evaluación de la cadena de suministro. Como también utilizar la tecnología en la logística, como un software de gestión para una mejor visibilidad y eficiencia, con el objetivo de brindar una mejor calidad del servicio.
- 2.** El jefe logístico, optimice el transporte para que pueda controlar tanto la trazabilidad como la trayectoria de los pedidos, como también organice límites de tiempo que el personal de reparto debe cumplir estrictamente de lo contrario el jefe logístico deberá crear sanciones para el personal que no cumpla con la distribución correcta en las fechas pactada.
- 3.** Que el transporte entrene y capacite al área de atención al cliente y así pueda brindar un servicio de calidad. También debe lanzar programa de fidelización como una estrategia clave debe optar por promociones para los mejores clientes de cada mes y así estará mejorando la experiencia que tiene el cliente con el servicio que esta recibiendo por parte del transporte.
- 4.** Que el área de atención al cliente debe crear una comunicación directa con los clientes en caso de presentar alguna demora en la entrega y a su vez rastrear el camión del transporte mediante un Gps vehicular y de este modo monitorear todo el recorrido de las entregas, con ello mejorara el servicio que se le está brindando al cliente. Finalmente se debe implementar el servicio de canje para todos los productos que llegan en mal estado.

6. Referencias Bibliográficas

- Acosta, A. (2017). *Canales de Distribución*. Recuperada de <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf&ved=2ahUKEwjzz9a195L6AhUQArkGHSgCB2EQFnoECAwQAQ&usg=AOvVaw24bTeHbx9KS8-oNEVqxNli>
- Andres, M (2011). *Proceso de producción*. Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema_4_-_Proceso_de_produccion.pdf&ved=2ahUKEwiA_vLo-5L6AhUjGLkGHWHRcTAQFnoECA0QAQ&usg=AOvVaw1yO5u_U0C-nBL-HcxsQ8-
- Anaya, J. (2015). *El transporte de mercancías 2ª edición: Enfoque logístico de la distribución*. Recuperado de https://books.google.com/books/about/El transporte de mercanc%C3%ADas_2%C2%AA_edici%C3%B3n.html?hl=es&id=miuXBgAAQBAJ#v=onepage&q&f=false
- Acosta, A. (2017). *Canales de Distribución*. Recuperada de <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf&ved=2ahUKEwjzz9a195L6AhUQArkGHSgCB2EQFnoECAwQAQ&usg=AOvVaw24bTeHbx9KS8-oNEVqxNli>
- Andres, M (2011). *Proceso de producción*. Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema_4_-_Proceso_de_produccion.pdf&ved=2ahUKEwiA_vLo-5L6AhUjGLkGHWHRcTAQFnoECA0QAQ&usg=AOvVaw1yO5u_U0C-nBL-HcxsQ8-
- Baron, L. y Salamanca, J. (2015). *Necesidades y expectativas de los clientes reales y potenciales, de la caja de compensación familiar de boyacá comfaboy*. Recuperada

de

[ei=h2cjY9_2F4275OUP0v2JiAI&sq=expectativas+de+cliente+real+es+y+potenciales+repositorio&gs_lcp=ChNtb2JpbGUtZ3dzLXdpei1zZXJwEAM6BwgAEecQsAM6BQgAEKIEOgcIIRCgARAKSgQIORgAUNokWIw9YP1HaAFwAXgAgAH7AogBjBeSAQYyLTEwLjKYAQCgAQHIAQjAAQE&scient=mobil-e-gws-wiz-serp](https://www.google.com/search?ei=h2cjY9_2F4275OUP0v2JiAI&sq=expectativas+de+cliente+real+es+y+potenciales+repositorio&gs_lcp=ChNtb2JpbGUtZ3dzLXdpei1zZXJwEAM6BwgAEecQsAM6BQgAEKIEOgcIIRCgARAKSgQIORgAUNokWIw9YP1HaAFwAXgAgAH7AogBjBeSAQYyLTEwLjKYAQCgAQHIAQjAAQE&scient=mobil-e-gws-wiz-serp)

Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F. y Tello, M. (2018). *Fundamentos de la calidad de servicio, el modelo servqual*. Recuperado de <file:///C:/Users/BRYAN/Downloads/Dialnet-FundamentosDeCalidadDeServicioElModeloServqual-7361518.pdf>

Castro, M. (2018). *Gestión de la cadena de suministros y los servicios de outsourcing de corpocas r&n peru sac- puente piedra*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19417>

Cieza, B. y Coronel, M. (2021). *Cadena de Suministro y Calidad de Servicio de la Empresa Sotemin Perú sac, Lima, 2021*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/80062>

Ccalahuille, V. (2021), *Gestión del recurso humano y calidad de servicio de los trabajadores administrativos en la gerencia regional de agricultura – moquegua, en el periodo 2018*. Recuperado de https://repositorio.unam.edu.pe/bitstream/handle/UNAM/255/D095_46531704_T-1634165246.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Camacho, H., Gómez, K. y Monroy, C. (2012). *Importancia de la cadena de suministros en las organizaciones*. Recuperado de <http://www.laccei.org/LACCEI2012-Panama/RefereedPapers/RP200.pdf>

Carreño, A. (2017). *Cadena de suministro y logística*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=pt-PT&lr=&id=SaLNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT12&dq=concepto+de+cadena+de+>

[suministro+pdf&ots=1MbRKwjS9g&sig=6NWKPEsQLQpaw43YMHPSQw3i1fc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](#)

Campos, Y. (2020). *Introducción a la cadena de suministro*. Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/19530/cadena-suministros.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cardenas, J., Obando, C y Sabogal, E. (2019). *¿Sobrepasar las expectativas del cliente, garantiza su continuidad o recompra?*. Recuperada de <https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/10145>

Corradine, M. (2014). Concepto, definición, factores y matriz de empaque. Recuperada de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3619/1/INST-D%202014.%20347.pdf>

Díaz, E. (2020). *Cadena de suministro y capacidad de respuesta del servicio en Bera del Perú S.A.C., San Martín de Porres, 2020*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52805>

Delacruz, G. (2021). *Capacidad de Respuesta de Servicio Mediante la Cadena de Suministros de la Empresa BRYC S.A.C., Chimbote-2021*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/89397>

Díaz, T. (2021). *Cadena de suministro y Calidad de servicio en la empresa ELITE GAMING PERU S.A.C distrito de Ventanilla, provincia constitucional del Callao, 2020*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/79171>

Escobar, J. (2018). *Análisis de la cadena de suministros de cacao fino de aroma y derivados en Ecuador: Desarrollo de un modelo de evaluación del desempeño agroeconómico en la provincia de Cotopaxi-cantón La Mana*. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27565/1/AL%20670.pdf>

Ezpiñoza, K. y Zuñiga, L. (2021). *La cadena de suministros y su relación con las exportaciones de la SPN 0709.20.00.00, espárragos frescos o refrigerados, a Estados*

- Unidos durante el COVID-19, Perú 2020.* Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657833/Espinoza_AK.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Fernández, A. (2014). *Calidad en las empresas de servicios.* Recuperado de <https://www.idepa.es/documents/20147/94410/caliserv.pdf/c30d620a-5536-12ad-ec46-d19e3bbfb244?version=1.1>
- Fontalvo, T., De La Hoz, E. y Mendoza, A. (2019). *Los procesos logísticos y la administración de la cadena de suministro.* Recuperado de <file:///C:/Users/BRYAN/Downloads/zromero,+06+Procesos+logisticos.pdf>
- García, Jose. (2020). *Cadena de Suministro.* Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/137037.2/Teoria%20Cadena%20de%20Suministro.pdf>
- Gonzales, L. y Huanca, E. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018.* Recuperado de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hidalgo, M. (2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato.* Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30033/1/045%20GMC.pdf>
- López, M (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente.* Recuperado de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Mancisidor, F. (2017). *Administración en la formación del alumno de la escuela de suboficiales de la policía nacional del Perú en Pucallpa y servicio de calidad al*

- ciudadano en la región de Ucayali, 2016.* Recuperado de <https://1library.co/document/yr394w9j-universidad-alas-peruanas.html>
- Manrique, M., Teves, J., Taco, A. y Flores, J. (2019). *Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica.* Recuperada de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/>
- Morales, F. (2021). *Economipedia.* Recuperada de <https://economipedia.com/definiciones/distribucion.html>
- Martinez, M. (2014). *Atención al cliente.* Recuperada de https://books.google.com/books/about/Atenci%C3%B3n_al_cliente.html?hl=es&id=WWWgBwAAQBAJ#v=onepage&q&f=false
- Moncayo, A. y Solis, L. (2017). *Caracterización de la cadena de suministro de servicios turísticos de la provincia de tungurahua.* Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24987/1/329%20o.e..pdf>
- Manzano, C. (2017). “*La cadena de suministros en el área de comercialización y su impacto en la rentabilidad de la empresa rectima industry de la ciudad de ambato*”. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24797/3/T3894M.pdf>
- Moquillaza, L. y Ramos, M (2021), *Calidad de servicio y experiencia del cliente para el turista nacional en hoteles de categoría superior y de lujo – Paracas, 2020.* Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657848/Moquillaza_ML.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Ortega, A. (2018). *Gestión de Cadena de suministros y calidad de servicio en la empresa Martínez Contratistas e Ingeniería S.A, San Juan de Lurigancho-2018.* Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/79800>

- Oltran, R. (2015). *La logística inversa: Concepto y Definición*. Recuperada de <https://m.riunet.upv.es/handle/10251/46172>
- Paz, L. (2018). *Gestión de la cadena de suministros y la calidad del servicio logístico en la empresa industrias del espino s.a.* Recuperado de <http://intra.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/3002>
- Paniagua, F. y Condori, P. (2018). *Investigacion científica en educacion*. Recuperada de <https://www.aacademica.org/cporfirio/5>
- Paripancca, E. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada. 2016-2017*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/323347064.pdf>
- Parra, M (2016). *Gestión de la cadena de suministro supply chain management y logística en colombia*. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15825/ParraOrtegaMarioWilson2017.pdf>
- Palomo, M. (2014). *Atencion al Cliente*. Recuperada de https://books.google.com/books/about/Atenci%C3%B3n_al_cliente.html?hl=es&id=WWWgBwAAQBAJ#v=onepage&q&f=false
- Parra, C. (2016). *Relación entre el servicio postventa y la fidelidad del cliente en el sector automotriz, el caso de dos concesionarios de vehículos chinos en lima*. Recuperada de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12130>
- Quispe, Y. (2017). *Cadena de Suministros y la calidad de Servicio de la empresa Barret & BUR S.A.C Periodo 2015 al 2016 Nuevo Chimbote*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/10212>
- Retamozo, R. (2018). *Cadena de Suministro y Calidad del Café de los Asociados de la Junta Nacional del Café en el Perú*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47483>

- Rivera, M. (2019). “*Calidad del servicio que brinda la empresa elevate business y estrategias para su mejora*”. Recuperado de <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/2084/ADM-RIV-MER-2019.pdf?sequence=1>
- Rivilla, V. (2013). *Manual de Atención al Cliente*. Recuperada de <https://www.fad.es/wp-content/uploads/2019/05/Manual-de-atenci%C3%B3n-al-Cliente.pdf>
- Rivera, H. y Malaver, M. (2011). *¿Qué estudia la estrategia?*. Recuperada de <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/3339>
- Roldan, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Recuperada de <http://tecnicasavanzadas.sociales.uba.ar>
- Villalba, C. (2013). *La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades*. Recuperado de [file:///C:/Users/BRYAN/Downloads/Dialnet-TheServiceQuality-4776917%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/BRYAN/Downloads/Dialnet-TheServiceQuality-4776917%20(1).pdf)
- Ventura, C. (2021). *Gestión de la Cadena de Suministros y Calidad del Servicio en La Droguería Labdealers Medica S.A.C. – 2021*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/72246>
- Westreicher, G. (2020). *Economipedia*. Recuperada de <https://economipedia.com/definiciones/fabricante.html#:~:text=El%20fabricante%20es%20aquel%20empresario,de%20una%20cadena%20de%20suministro>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	METODOLOGIA
<p>Cadena de suministro y la calidad del servicio de la empresa de Transportes Rodmon, Huacho-2021</p>	<p>¿De qué manera la cadena de suministro se relaciona con la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon, Huacho-2021?</p>	<p>Objetivo general.</p> <p>1. Explicar si la cadena de suministro se relaciona en la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon Huacho-2021.</p> <p>Objetivos específicos.</p> <p>1. Detallar la cadena de suministro que hay en la empresa de transporte Rodmon, Huacho-2021.</p> <p>2. Determinar la calidad del servicio que hay en la empresa de transporte Rodmon, Huacho-2021.</p> <p>3. Demostrar que la cadena de suministro repercute en la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon, Huacho-2021”</p>	<p>“La cadena de suministro se relaciona significativamente en la calidad del servicio de la empresa de transporte Rodmon, Huacho - 2021”</p>	<p>Cadena de suministro y Calidad del servicio</p>	<p>Tipo: Descriptiva</p> <p>Diseño: No experimental, de corte transversal y correlacional</p> <p>Población: 300 clientes</p> <p>Muestra: A través del muestreo aleatorio simple, el cual quedó en 119 clientes</p> <p>Técnica: La encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario validada por el juicio de expertos. Confiability con el alfa de Cronbach.</p>

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE CADENA DE SUMINISTRO

V. 1	DEFINICION CONCEPTUA L	DEFINICION OPERACIONA L	DIMENSION	INDICAD ORES	ITEMS
CADENA DE SUMINISTRO	<p>Carreño (2017). Define la cadena de suministro está formada por empresas que coordinan y colaboran con el objetivo de explotar una oportunidad de mercado, satisfaciendo las necesidades de los clientes.</p>	<p>Se podrá medir si el sistema cadena de suministro para el transporte tiene ventajas y a través de sus dimensiones Logística, Canal de distribución, Proceso productivo y con una escala de medición de Likert.</p>	Logística	Empaque	1. La caja de sus pedidos llega en buen estado
				Producción	2. Considera que los productos son de alta calidad
			Canal de distribución	Fabricante	3. Cuando sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado
				Transporte	4. Sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio 5. Sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados
				Distribución	6. El personal de reparto es amable con usted 7. Está conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos
			Proceso productivo	Servicio	8. El servicio brindado por el transporte considera que es de calidad 9. Usted considera que se debería implementar un servicio post venta
				Cliente	10. Considera que el transporte da prioridad al cliente en la atención

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO

V. 2	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	<p>Pizzo (2013), Manifiesta que la calidad de servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable.</p>	<p>Se podrá evaluar el estado real de calidad de servicio de la empresa Transportes Rodmon, mediante su Atención al cliente, la satisfacción del cliente y fidelidad del cliente para determinar, si tiene grandes ventajas para brindar un servicio de calidad a sus clientes</p>	Atención al cliente	Expectativas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Considera que el transporte cumple con las promesas que ha realizado a sus clientes 2. El transporte ha logrado a satisfacer sus expectativas
				Necesidades	<ol style="list-style-type: none"> 3. Considera que los productos cumplen con sus necesidades 4. Considera que el transporte debe implementar mayores estándares de calidad en su línea de productos
			Satisfacción del cliente	Comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 5. Usted lleva buena comunicación con el personal de reparto 6. El área de atención al cliente tiene un buen trato con usted 7. Cuando usted ha presentado algún reclamo, el gerente del transporte se ha comunicado con usted de inmediato
				Experiencia	<ol style="list-style-type: none"> 8. Usted se siente contenta con el servicio del transporte
			Fidelidad del cliente	Estrategias	<ol style="list-style-type: none"> 9. Usted como cliente recomendaría el transporte a otras personas 10. Considera que el transporte debe implementar mayores promociones en cada campaña

ANEXOS 2°

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de estudios de Administración

ENCUESTA PARA LOS CLIENTES DE TRANSPORTES RODMON – 2021.

Estoy realizando una investigación científica, referente a la cadena de suministro y calidad de servicio de los clientes de Transportes Rodmon – 2021. Agradezco a usted su valiosa colaboración y aporte, al brindarme la información necesaria, contestando de manera clara y sincera, en la presente encuesta.



PARTE I

En esta primera sección de la encuesta le presento un conjunto de preguntas acerca de usted, por favor marque con un aspa (X) en los recuadros de la alternativa que considere correcta.

A. DATOS GENERALES

1. Género : Femenino Masculino

B. INDICACIONES

- Este cuestionario es anónimo. Por favor responde con sinceridad.
- Lee detenidamente cada ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas.
- Contesta a las preguntas marcando con una “X” en un solo recuadro que, según tu opinión.

PARTE II

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas referidas a la Cadena de suministro y calidad de servicio de los clientes de Transportes Rodmon – 2021. Seguido de una escala de valoración de estas variables de estudio. Por favor marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

Escala de valoración:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Ítem	Logística	1	2	3	4	5
1.	¿La caja de sus pedidos llega en buen estado?					
2.	¿Considera que los productos son de alta calidad?					
Ítem	Canal de distribución	1	2	3	4	5
3.	¿Cuándo sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado?					
4.	¿Sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio?					
5.	¿Sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados?					
6.	¿El personal de reparto es amable con usted?					
7.	¿Está conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos?					
Ítem	Proceso productivo	1	2	3	4	5
8.	¿El servicio brindado por el transporte considera que es de calidad?					

9.	¿Usted considera que se debería implementar un servicio post venta?					
10.	¿Considera que el transporte da prioridad al cliente en la atención?					
Ítem	Atención al cliente	1	2	3	4	5
11.	¿Considera que el transporte cumple con las promesas que ha realizado a sus clientes?					
12.	¿El transporte ha logrado a satisfacer sus expectativas?					
13.	¿Considera que los productos cumplen con sus necesidades?					
14.	¿Considera que el transporte debe implementar mayores estándares de calidad en su línea de productos?					
Ítem	Satisfacción del cliente	1	2	3	4	5
15.	¿Usted lleva buena comunicación con el personal de reparto?					
16.	¿El área de atención al cliente, tiene un buen trato con usted?					
17.	¿Cuándo usted ha presentado algún reclamo, el gerente del transporte se a comunicado con usted de inmediato?					
18.	¿Usted se siente contenta con el servicio del transporte?					
Ítem	Fidelidad del cliente	1	2	3	4	5
19.	¿Usted como cliente recomendaría el transporte a otras personas?					
20.	¿Considera que el transporte debe implementar mayores promociones en cada campaña?					



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: CADENA DE SUMINISTRO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES RODMON, HUACHO-2021. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Javier Ulloa Siccha

FORMACIÓN ACADÉMICA : **Contador público**

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : Finanzas bancarias

TIEMPO: 33 años CARGO ACTUAL: Docente

INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

Objetivo de la investigación:

Explicar si la cadena de suministro se relaciona en la calidad del servicio de la empresa de Transporte Rodmon Huacho-2021

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.

<p>RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.</p>	<p>1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel</p>	<p>-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.</p>
---	---	--

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: CADENA DE SUMINISTRO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES
RODMON, HUACHO-2021

Variable: CADENA DE SUMINISTRO

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Logística	1. ¿La caja de sus pedidos llega en buen estado?					
	2. ¿Considera que los productos son de alta calidad?					
Canal de distribución	3. ¿Cuándo sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado?					
	4. ¿Sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio?					
	5. ¿Sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados?					
	6. ¿El personal de reparto es amable con usted?					
	7. ¿Está conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos?					
Proceso productivo	8. ¿El servicio brindado por el transporte considera que es de calidad?					
	9. ¿Usted considera que se debería implementar un servicio post venta?					

	10. ¿Considera que el transporte da prioridad al cliente en la atención?					
--	--	--	--	--	--	--

Calificar de 1 a 4 puntos.


Variable: CALIDAD DEL SERVICIO

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Atención al Cliente	1. ¿Considera que el transporte cumple con las promesas que ha realizado a sus clientes					
	2. ¿El transporte ha logrado satisfacer sus expectativas?					
	3. ¿Considera que los productos cumplen con sus necesidades?					
	4. ¿Considera que el transporte debe implementar mayores estándares de calidad en su línea de productos?					
	5. ¿Usted lleva buena comunicación con el personal de reparto?					
	6. ¿El área de atención al cliente tiene un buen trato con usted?					
	7. ¿Cuándo usted ha presentado algún reclamo, el gerente del transporte se ha comunicado con usted de inmediato?					

Satisfacción del cliente	8. ¿Usted se siente contenta con el servicio del transporte?					
Fidelidad del cliente	9. ¿Usted como cliente recomendaría el transporte a otras personas?					
	10. ¿Considera que el transporte debe implementar mayores promociones en cada campaña?					

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X	
VALIDEZ			
APLICABLE			SI NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: Dr. Javier Ulloa Siccha		Fecha: 10/09/22	
Firma: 	Teléfono: 943499952		Email: Javier.ulloa@usanpedro.edu.pe



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **questionario** que hace parte de la investigación titulada: CADENA DE SUMINISTRO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES RODMON, HUACHO-2021. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Jinmy Rodríguez Pérez

FORMACIÓN ACADÉMICA : **Contador publico**

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : asesoría contable

TIEMPO: 18 años CARGO ACTUAL: Docente

INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

Objetivo de la investigación:

Explicar si la cadena de suministro se relaciona en la calidad del servicio de la empresa de Transporte Rodmon Huacho-2021

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: CADENA DE SUMINISTRO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES
RODMON, HUACHO-2021

Variable: CADENA DE SUMINISTRO

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Logística	11. ¿La caja de sus pedidos llega en buen estado?					
	12. ¿Considera que los productos son de alta calidad?					
Canal de distribución	13. ¿Cuándo sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado?					
	14. ¿Sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio?					
	15. ¿Sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados?					
	16. ¿El personal de reparto es amable con usted?					
	17. ¿Esta conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos?					
Proceso productivo	18. ¿El servicio brindado por el transporte considera que es de calidad?					
	19. ¿Usted considera que se debería implementar un servicio post venta?					

	20. ¿Considera que el transporte da prioridad al cliente en la atención?					
--	--	--	--	--	--	--

Calificar de 1 a 4 puntos.

Variable: CALIDAD DEL SERVICIO

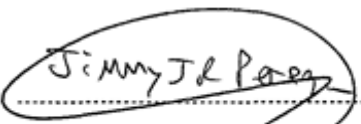
DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Atención al Cliente	11. ¿Considera que el transporte cumple con las promesas que ha realizado a sus clientes					
	12. ¿El transporte ha logrado satisfacer sus expectativas?					
	13. ¿Considera que los productos cumplen con sus necesidades?					
	14. ¿Considera que el transporte debe implementar mayores estándares de calidad en su línea de productos?					
	15. ¿Usted lleva buena comunicación con el personal de reparto?					
	16. ¿El área de atención al cliente tiene un buen trato con usted?					
	17. ¿Cuándo usted ha presentado algún reclamo, el gerente del transporte se ha comunicado con usted de inmediato?					

Satisfacción del cliente	18. ¿Usted se siente contenta con el servicio del transporte?					
Fidelidad del cliente	19. ¿Usted como cliente recomendaría el transporte a otras personas?					
	20. ¿Considera que el transporte debe implementar mayores promociones en cada campaña?					

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES

1

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X	
VALIDEZ			
APLICABLE			SI NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: Mg. Jimmy Javier Rodríguez Pérez		Fecha: 10/09/22	
Firma:		Teléfono: 9435685225	Email: jimmy.perez@usanpedro.edu.pe



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **questionario** que hace parte de la investigación titulada: **CADENA DE SUMINISTRO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES RODMON, HUACHO-2021**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Luis Vigo Bardales

FORMACIÓN ACADÉMICA : **Contador publico**

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : asesoría contable

TIEMPO: 16 años CARGO ACTUAL: Docente

INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

Objetivo de la investigación:

Explicar si la cadena de suministro se relaciona en la calidad del servicio de la empresa de Transporte Rodmon Huacho-2021

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<p>SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.</p>	<p>1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.</p>	<p>-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.</p>
<p>CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	<p>1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel</p>	<p>-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.</p>
<p>COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	<p>1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel</p>	<p>-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.</p>
<p>RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.</p>	<p>1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel</p>	<p>-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: CADENA DE SUMINISTRO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES RODMON,
HUACHO-2021

Variable: CADENA DE SUMINISTRO

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Logística	21. ¿La caja de sus pedidos llega en buen estado?					
	22. ¿Considera que los productos son de alta calidad?					
Canal de distribución	23. ¿Cuándo sus productos han llegado defectuosos han sido cambiados por otros en buen estado?					
	24. ¿Sus pedidos siempre le han entregado en su domicilio?					
	25. ¿Sus pedidos han tenido algún retraso con el día que debieron ser entregados?					
	26. ¿El personal de reparto es amable con usted?					
	27. ¿Esta conforme con el tiempo de entrega de sus pedidos?					
	28. ¿El servicio brindado por el transporte considera que es de calidad?					

Proceso productivo	29. ¿Usted considera que se debería implementar un servicio post venta?					
	30. ¿Considera que el transporte da prioridad al cliente en la atención?					

Calificar de 1 a 4 puntos.

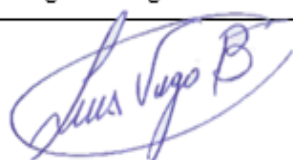
Variable: CALIDAD DEL SERVICIO

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Atención al Cliente	21. ¿Considera que el transporte cumple con las promesas que ha realizado a sus clientes					
	22. ¿El transporte ha logrado satisfacer sus expectativas?					
	23. ¿Considera que los productos cumplen con sus necesidades?					
	24. ¿Considera que el transporte debe implementar mayores estándares de calidad en su línea de productos?					
	25. ¿Usted lleva buena comunicación con el personal de reparto?					
	26. ¿El área de atención al cliente tiene un buen trato con usted?					

	27. ¿Cuándo usted ha presentado algún reclamo, el gerente del transporte se ha comunicado con usted de inmediato?					
Satisfacción del cliente	28. ¿Usted se siente contenta con el servicio del transporte?					
Fidelidad del cliente	29. ¿Usted como cliente recomendaría el transporte a otras personas?					
	30. ¿Considera que el transporte debe implementar mayores promociones en cada campaña?					

Calificar de 1 a 4 puntos.

F

ASPECTOS	SI	NO	IOBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X			
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X		
VALIDEZ				
APLICABLE			SI	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por: Mg. Luis Vigo Bardales			Fecha: 24/10/2022	
Firma: 	Teléfono: 949729982		Email: luis.vigo@usanpedro.edu.pe	