



**Universidad
Continental**

FACULTAD DE INGENIERÍA

Escuela Académico Profesional de
Ingeniería Industrial

**Logística de distribución y su relación con la
calidad del servicio de Serbalazo Empresa de
Servicios Generales SAC, en el año 2016**

Luis Enrique Navarro Palomino

Huancayo, 2017

Tesis para optar el Título Profesional de
Ingeniero Industrial



Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Obra protegida bajo la licencia de [Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Perú](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/peru/)

ASESORA
Mg. Ing. Nilda Luz Velapatiño Cochachi

AGRADECIMIENTOS:

Deseo expresar muestras de agradecimiento:

A Dios

Por guiar mí camino con su luz y amor.

A mis padres

Por su ejemplo, amor y aliento constante para ser cada día mejor.

A la Universidad Continental

Por sembrar en mí enseñanzas que conducen a mi formación profesional.

A mi asesora

Por su gran apoyo y por compartir su vasto conocimiento.

DEDICATORIA:

Dedico este trabajo a Dios y lo que él significa en esta etapa de mi carrera profesional, a mis padres, y hermanos, les agradezco el cariño incondicional y la comprensión durante este trabajo, principalmente por creer y confiar en mis proyectos y sueños.

ÍNDICE

PORTADA	i
ASESORA	ii
AGRADECIMIENTOS:	iii
DEDICATORIA:	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	1
1.2. Planteamiento y formulación del problema	1
1.1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.1.2. Formulación del problema	2
1.1. Objetivos.....	3
1.2. Justificación y delimitación	3
1.4. Hipótesis y descripción de variables	4
1.4.1. Hipótesis de investigación	4
1.4.2. Hipótesis nula	4
1.4.3. Hipótesis alterna	4
1.4.4. Hipótesis secundarias	4
1.4.5. Descripción de las Variables	5
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Antecedentes de la investigación.....	7
2.1.1. Artículos científicos.....	7
2.1.2. Tesis	8
2.2. Bases Teóricas.....	9
2.2.1. Fundamentos teóricos.....	9
2.3. Descripción general de la empresa.....	25
2.3.1. Datos generales de la empresa	25
2.3.2. Reseña histórica de la empresa.....	25
2.3.3. Direccionamiento estratégico de la Empresa.....	25

2.3.4. Filosofía de calidad.....	26
2.3.5. Servicios que ofrece la Empresa.....	26
2.3.6. Diagrama de operación de procesos	26
2.4. Definición de términos básicos.....	28
CAPÍTULO III.....	30
METODOLOGÍA.....	30
3.1. Método y alcance de la investigación	30
3.1.1. Método de la investigación	30
3.1.2. Alcances de la investigación	30
3.2. Diseño de la investigación.....	31
3.3. Población y muestra.....	31
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
3.4.1. Técnicas	32
3.4.2. Instrumentos	33
CAPÍTULO IV	34
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	34
4.1. Resultados del tratamiento y análisis de la información	34
4.1.1. Sección n° 01: cuestionario sobre calidad de servicio	34
4.1.2. Sección N° 02: cuestionario sobre logística de distribución	86
4.1.3. INFORMACIÓN SOBRE LOGISTICA DE DISTRIBUCIÓN	109
4.2. Prueba de hipótesis.....	112
4.2.1. Comprobación de la Hipótesis General.....	112
4.2.2. Comprobación de la Hipótesis Específica 01.....	115
4.2.3. Comprobación de la Hipótesis Específica 02.....	118
4.2.4. Comprobación de la Hipótesis Específica 03.....	121
4.3. Discusión de resultados	124
CONCLUSIONES.....	127
RECOMENDACIONES	128
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	129
ANEXOS.....	132

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.Operacionalización de Variables.....	6
Tabla 2.Dimensiones de la Calidad del Servicio.....	24
Tabla 3. Estadísticos del Ítem 01 – Encuesta Calidad de Servicio.....	34
Tabla 4. Frecuencia del Ítem 01- Calidad de servicio.....	35
Tabla 5. Estadísticos del Ítem 02 – Encuesta Calidad de Servicio.....	36
Tabla 6. Frecuencia del Ítem 02- Calidad de servicio.....	36
Tabla 7. Estadísticos del Ítem 03 – Encuesta Calidad de Servicio.....	38
Tabla 8. Frecuencia del Ítem 03 - Calidad de servicio.....	38
Tabla 9. Estadísticos del Ítem 04 – Encuesta Calidad de Servicio.....	40
Tabla 10. Frecuencia del Ítem 04- Calidad de servicio.....	40
Tabla 11. Estadísticos del Ítem 05 – Encuesta Calidad de Servicio.....	42
Tabla 12. Frecuencia del Ítem 05- Calidad de servicio.....	42
Tabla 13. Estadísticos del Ítem 06 – Encuesta Calidad de Servicio.....	44
Tabla 14. Frecuencia del Ítem 06- Calidad de servicio.....	44
Tabla 15. Estadísticos del Ítem 07 – Encuesta Calidad de Servicio.....	46
Tabla 16. Frecuencia del Ítem 07- Calidad de servicio.....	46
Tabla 17. Estadísticos del Ítem 08 – Encuesta Calidad de Servicio.....	48
Tabla 18. Frecuencia del Ítem 08- Calidad de servicio.....	48
Tabla 19. Estadísticos del Ítem 09 – Encuesta Calidad de Servicio.....	50
Tabla 20. Frecuencia del Ítem 09- Calidad de servicio.....	50
Tabla 21. Estadísticos del Ítem 10 – Encuesta Calidad de Servicio.....	52
Tabla 22. Frecuencia del Ítem 10- Calidad de servicio.....	52
Tabla 23. Estadísticos del Ítem 11 – Encuesta Calidad de Servicio.....	54
Tabla 24. Frecuencia del Ítem 11- Calidad de servicio.....	54
Tabla 25. Estadísticos del Ítem 12 – Encuesta Calidad de Servicio.....	56
Tabla 26. Frecuencia del Ítem 12- Calidad de servicio.....	56
Tabla 27. Estadísticos del Ítem 13 – Encuesta Calidad de Servicio.....	58
Tabla 28. Frecuencia del Ítem 13- Calidad de servicio.....	58
Tabla 29. Estadísticos del Ítem 14 – Encuesta Calidad de Servicio.....	60
Tabla 30. Frecuencia del Ítem 14- Calidad de servicio.....	60
Tabla 31. Estadísticos del Ítem 15 – Encuesta Calidad de Servicio.....	62
Tabla 32. Frecuencia del Ítem 15- Calidad de servicio.....	62
Tabla 33. Estadísticos del Ítem 16 – Encuesta Calidad de Servicio.....	64
Tabla 34. Frecuencia del Ítem 16- Calidad de servicio.....	64
Tabla 35. Estadísticos del Ítem 17 – Encuesta Calidad de Servicio.....	66
Tabla 36. Frecuencia del Ítem 17- Calidad de servicio.....	66
Tabla 37. Estadísticos del Ítem 18 – Encuesta Calidad de Servicio.....	68
Tabla 38. Frecuencia del Ítem 18- Calidad de servicio.....	68
Tabla 39. Estadísticos del Ítem 19 – Encuesta Calidad de Servicio.....	70
Tabla 40. Frecuencia del Ítem 19- Calidad de servicio.....	70
Tabla 41. Estadísticos del Ítem 20 – Encuesta Calidad de Servicio.....	72
Tabla 42. Frecuencia del Ítem 20- Calidad de servicio.....	72
Tabla 43. Estadísticos del Ítem 21 – Encuesta Calidad de Servicio.....	74
Tabla 44. Frecuencia del Ítem 21- Calidad de servicio.....	74
Tabla 45. Estadísticos del Ítem 22 – Encuesta Calidad de Servicio.....	76
Tabla 46. Frecuencia del Ítem 22- Calidad de servicio.....	76
Tabla 47. Estadísticos del Ítem 23 – Encuesta Calidad de Servicio.....	78

Tabla 48. Frecuencia del Ítem 23- Calidad de servicio.....	78
Tabla 49. Estadísticos del Ítem 24 – Encuesta Calidad de Servicio.....	80
Tabla 50. Frecuencia del Ítem 24- Calidad de servicio.....	80
Tabla 51. Estadísticos del Ítem 25 – Encuesta Calidad de Servicio.....	82
Tabla 52. Frecuencia del Ítem 25- Calidad de servicio.....	82
Tabla 53. Estadísticos del Ítem 26 – Encuesta Calidad de Servicio.....	84
Tabla 54. Frecuencia del Ítem 26- Calidad de servicio.....	84
Tabla 55. Estadísticos del Ítem 01 – Encuesta Logística de Distribución	86
Tabla 56. Frecuencia del Ítem 01- Logística de Distribución.....	86
Tabla 57. Estadísticos del Ítem 02 – Encuesta Logística de Distribución	88
Tabla 58. Frecuencia del Ítem 02- Logística de Distribución.....	88
Tabla 59. Estadísticos del Ítem 03 – Encuesta Logística de Distribución	90
Tabla 60. Frecuencia del Ítem 03- Logística de Distribución.....	90
Tabla 61. Estadísticos del Ítem 04 – Encuesta Logística de Distribución.....	92
Tabla 62. Frecuencia del Ítem 04- Logística de Distribución.....	92
Tabla 63. Estadísticos del Ítem 05 – Encuesta Logística de Distribución	94
Tabla 64. Frecuencia del Ítem 05 - Logística de Distribución.....	94
Tabla 65. Estadísticos del Ítem 06 – Encuesta Logística de Distribución	96
Tabla 66. Frecuencia del Ítem 06- Logística de Distribución.....	96
Tabla 67. Estadísticos del Ítem 07 – Encuesta Logística de Distribución	98
Tabla 68. Frecuencia del Ítem 07- Logística de Distribución.....	98
Tabla 69. Estadísticos del Ítem 08 – Encuesta Logística de Distribución	100
Tabla 70. Frecuencia del Ítem 08- Logística de Distribución.....	100
Tabla 71. Estadísticos del Ítem 09 – Encuesta Logística de Distribución	102
Tabla 72. Frecuencia del Ítem 09- Logística de Distribución.....	102
Tabla 73. Estadísticos del Ítem 10 – Encuesta Logística de Distribución	104
Tabla 74. Frecuencia del Ítem 10- Logística de Distribución.....	104
Tabla 75. Estadísticos del Ítem 11 – Encuesta Logística de Distribución	106
Tabla 76. Frecuencia del Ítem 11- Logística de Distribución.....	106
Tabla 77. Estadísticos del Ítem 12 – Encuesta Logística de Distribución	108
Tabla 78. Frecuencia del Ítem 12- Logística de Distribución.....	108
Tabla 79. Consolidado de gestión de tiempos de los servicios ofrecidos por la empresa.	110
Tabla 80. Distritos, Provincias y Departamentos para su servicio de transporte.	110
Tabla 81. Consolidado de la Capacidad de Transporte de la empresa SERBALAZO.....	111
Tabla 82. Consolidado de la Capacidad de Almacenamiento de la empresa SERBALAZO.	111
Tabla 83. Escala de Coeficientes de Correlación de Pearson.....	113
Tabla 84. Resultado Estadístico de la Hipótesis General.....	114
Tabla 85. Resultado Estadístico de la Hipótesis Específica N° 01	117
Tabla 86. Resultado Estadístico de la Hipótesis Específica N° 02	120
Tabla 87. Resultado Estadístico de la Hipótesis Específica N° 03	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Variables de Estudio	5
Figura 2. Logística Integral.....	11
Figura 3. Modelo de logística de la distribución.....	13
Figura 4. Diagrama de operación de Procesos Serbalazo empresa de Servicios Generales S.A.C.	27
Figura 5. Frecuencia del Ítem 01 – C.S.	35
Figura 6. Frecuencia del Ítem 02 – C.S.	37
Figura 7. Frecuencia del Ítem 03 – C.S.	39
Figura 8. Frecuencia del Ítem 04 – C.S.	41
Figura 9. Frecuencia del Ítem 05 – C.S.	43
Figura 10. Frecuencia del Ítem 06 – C.S.	45
Figura 11. Frecuencia del Ítem 07 – C.S.	47
Figura 12. Frecuencia del Ítem 08 – C.S.	49
Figura 13. Frecuencia del Ítem 09 – C.S.	51
Figura 14. Frecuencia del Ítem 10 – C.S.	53
Figura 15. Frecuencia del Ítem 11 – C.S.	55
Figura 16. Frecuencia del Ítem 12 – C.S.	57
Figura 17. Frecuencia del Ítem 13 – C.S.	59
Figura 18. Frecuencia del Ítem 14 – C.S.	61
Figura 19. Frecuencia del Ítem 15 – C.S.	63
Figura 20. Frecuencia del Ítem 16 – C.S.	65
Figura 21. Frecuencia del Ítem 17 – C.S.	67
Figura 22. Frecuencia del Ítem 18 – C.S.	69
Figura 23. Frecuencia del Ítem 19 – C.S.	71
Figura 24. Frecuencia del Ítem 20 – C.S.	73
Figura 25. Frecuencia del Ítem 21 – C.S.	75
Figura 26. Frecuencia del Ítem 22 – C.S.	77
Figura 27. Frecuencia del Ítem 23 – C.S.	79
Figura 28. Frecuencia del Ítem 24 – C.S.	81
Figura 29. Frecuencia del Ítem 25 – C.S.	83
Figura 30. Frecuencia del Ítem 26 – C.S.	85
Figura 31. Frecuencia del Ítem 01 – L.D.....	87
Figura 32. Frecuencia del Ítem 02 – L.D.....	89
Figura 33. Frecuencia del Ítem 03 – L.D.....	91
Figura 34. Frecuencia del Ítem 04 – L.D.....	93
Figura 35. Frecuencia del Ítem 05 – L.D.....	95
Figura 36. Frecuencia del Ítem 06 – L.D.....	97
Figura 37. Frecuencia del Ítem 07 – L.D.....	99
Figura 38. Frecuencia del Ítem 08 – L.D.....	101
Figura 39. Frecuencia del Ítem 09 – L.D.....	103
Figura 40. Frecuencia del Ítem 10 – L.D.....	105
Figura 41. Frecuencia del Ítem 11 – L.D.....	107
Figura 42. Frecuencia del Ítem 12 – L.D.....	109
Figura 43. Fachada principal de SERBALAZO empresa de Servicios Generales SAC.....	139
Figura 44. Instalaciones de SERBALAZO empresa de Servicios Generales SAC.....	139
Figura 45. Área Administrativa - Gerencia (2do nivel)	140
Figura 46. Área de operaciones logísticas (2do nivel)	140

Figura 47. Área de contabilidad	141
Figura 48. Área de recepción de sobres y paquetes	141
Figura 49. Personal de recepción de sobres y paquetes.....	142
Figura 50. Personal realizando el embalaje de los paquetes - I.....	142
Figura 51. Personal realizando el embalaje de los paquetes - II	143
Figura 52. Paquete embalado - I.....	143
Figura 53. Paquete embalado – II.....	144
Figura 54. Cargando la mercancía y documentos servicio Courier	144
Figura 55. Carga de maquinaria pesada I	145
Figura 56. Carga de la maquinaria pesada al transporte II.....	145
Figura 57. Transporte de maquinaria pesada I.....	146
Figura 58. Transporte de maquinaria pesada II	146
Figura 59. Transporte de la maquinaria pesada III	147
Figura 60. Transporte de servicio Courier.....	147
Figura 61. Entrega de maquinaria pesada en el domicilio de la empresa I.....	148
Figura 62. Entrega de maquinaria pesada en el domicilio de la empresa II.....	148
Figura 63. Carga de mercancía pesada.....	149

RESUMEN

La presente investigación, tiene como título “Logística de Distribución y su relación con la Calidad del Servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, en el año 2016”, tiene como objetivo central: Determinar de qué manera la Logística de Distribución se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC.

En el planteamiento metodológico, se describe y formula el problema materia de investigación, ¿De qué manera la logística de distribución se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016? donde la hipótesis fue: La logística de distribución se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

En el desarrollo de la investigación, se aplicó el diseño de investigación No Experimental – de Corte Transversal, tipo de investigación aplicada y nivel de investigación es correlacional, aplicándose al total de sus trabajadores y clientes que suman 22, es decir un censo; los cuales fueron evaluados con pruebas aplicadas mediante la técnica de encuesta considerando dos cuestionarios sobre la logística de distribución y la calidad de servicio.

El resultado final del trabajo de investigación demuestra que efectivamente existe una relación directa entre las variables logística de distribución y la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo; por cuanto después de la aplicación de los instrumentos mencionados, se comprobaron las hipótesis específicas de investigación que en total son tres.

Palabras claves: Logística de Distribución y la Calidad del Servicio.

ABSTRACT

The present investigation, has the title "Distribution Logistics and its relation with Serbalazo Service Quality General Services Company SAC, in 2016", has as its central objective: Determine how the Distribution Logistics is related to the service quality of Serbalazo General Services Company SAC.

In the methodological approach, the problem of research is described and formulated. In what way is the distribution logistics related to the quality of service of Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, located in El Tambo district, 2016? Where the hypothesis is: Distribution logistics is directly related to the service quality of Serbalazo General Services Company SAC., located in El Tambo district, 2016.

In the development of the research, the research design was applied Non-Experimental - Cross Cut, type of applied research and level of research is correlational, applying to the total of its workers and clients that add 22, ie a census; Which were evaluated with tests applied by the survey technique considering two questionnaires on distribution logistics and quality of service.

The final result of the research work shows that there is a direct relationship between the logistic distribution variables and the service quality of Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, located in the district of El Tambo; Since after the application of the mentioned instruments, the specific research hypotheses were verified, which in total are three.

Key words: Distribution Logistics and Quality of Service.

INTRODUCCIÓN

(1) señala: “En los últimos años se viene desarrollando un debate sobre la importancia de la logística en el ámbito empresarial, alrededor de una serie de medidas estratégicas y operativas encaminadas a mejorar la gestión del flujo de materiales y de información en los procesos de aprovisionamiento, de fabricación y de logística de distribución” (<http://logistikempresarial.blogspot.pe/2014/05/logistica-de-distribucion.html>)

La misión fundamental de la logística empresarial es colocar los productos adecuados (bienes y servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a la rentabilidad (razón de ser de las organizaciones); para lograr esa anhelada rentabilidad la empresa debe satisfacer las necesidades del cliente para ello se debe brindar calidad en el servicio.

Garantizar la calidad de servicio, es decir la conformidad con los requisitos de los clientes, da una ventaja competitiva a la empresa. Hacerlo a coste menor permite mejorar el margen de beneficio de la empresa.

La logística tiene como objetivo la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad. Se encarga de la gestión de los medios necesarios para alcanzar este objetivo (superficies, medios de transportes, etc.) y moviliza tanto los recursos humanos como los financieros que sean adecuados.

Por ello surge la necesidad de conocer la logística de distribución y la calidad del servicio de la empresa Serbalazo y determinar la manera en que se relacionan ambas variables.

Por ello el presente trabajo de investigación posee la siguiente estructura.

El Capítulo I. Este capítulo trata acerca de las generalidades del problema de investigación, objetivos generales y específicos, justificación del problema, limitaciones, formulación de las hipótesis y descripción de las variables.

El Capítulo II. En este capítulo trata sobre el marco teórico del trabajo de investigación, antecedentes de investigación, bases teóricas, descripción de la empresa en estudio y definición de términos.

El Capítulo III. En este capítulo trata acerca de la metodología de investigación, es decir se define el método de investigación y alcances de la investigación, diseño de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El Capítulo IV. En este capítulo se trata acerca de los resultados y discusión, previamente para ello realizando la interpretación de resultados que se obtuvo de las encuestas aplicadas en cada variable de estudio, luego de ello realizando la prueba de hipótesis, la discusión de resultados y por último las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

El investigador

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.2. Planteamiento y formulación del problema

1.1.1. Planteamiento del problema

Según el blog de (2) hace mención, que actualmente, la logística de distribución de productos se ocupa de mucho más que el abastecerse de los proveedores, almacenar y enviar al cliente. La incursión de la tecnología, con sus avances, en este campo, ha conseguido que sea posible una mayor visibilidad, un mejor control sobre las operaciones; lo que se traduce en una mayor eficiencia, tanto en resultados, como en costes.(<http://retos-operaciones-logistica.eae.es/la-logistica-de-distribucion-de-productos-hoy/>)

La competitividad de las organizaciones hoy en día está vinculada (de manera cada vez más enfática) a la administración de sus cadenas de suministro, este escenario hace que éstas se dediquen totalmente a la esencia de su core business, con ello, ha crecido la necesidad de tercerizar los procesos que no compatibilizan con el giro del negocio a diversas empresas dedicadas al outsourcing. Sin embargo, no implica el hecho que estos procesos tercerizados sean vistos como procesos no estratégicos, al contrario, las organizaciones emplean una estrategia muy relevante como es el caso de la diferenciación en el servicio, con la colaboración de empresas expertas que dan mayor valor agregado a los procesos que les son delegados, convirtiéndose finalmente en sus socios estratégicos.

Como lo señala (3) Estas empresas, conocidas como operadores logísticos, se caracterizan por ofrecer soluciones integrales a las organizaciones, siendo sus principales objetivos el reducir los costos al cliente y/o proporcionar capacidad adicional cuando las circunstancias así lo requieran, evitando innecesarias

inversiones. Por ello, la meta final de los operadores logísticos es generar valor agregado para sus diferentes clientes ofreciendo soluciones logísticas integrales con excelente calidad y razonable eficiencia.

En el Perú, es cada vez más frecuente que las organizaciones tiendan a recurrir a la asistencia de servicio de tercerización al momento de ejecutar labores que no pertenecen al core business de la empresa, por lo que su participación en el mercado logístico ha crecido vertiginosamente. Según (4) el 13º Estudio Anual de Tercerización en Logística 2008, el 40% de las empresas peruanas recurren al servicio de tercerización para manejar el tema logístico de su empresa.

La empresa en estudio es Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, tiene como misión de Transportar bienes y mercancías, con seriedad y excelencia para sus clientes, obteniendo la más alta participación de mercado mediante el uso de diversas modalidades de servicios de traslados, contando con un equipo humano altamente motivado y guiado por la satisfacción de los clientes y la eficiencia de su gestión.

En ese sentido se estudiará todo el sistema de distribución y logística de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, y como ello se relaciona con la calidad de servicio que se entrega al cliente, por tal motivo se tendrá que realizar un diagnóstico actual y las mejoras correspondientes.

1.1.2. Formulación del problema

Problema general:

¿De qué manera la logística de distribución se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016?

Problemas específicos:

1. ¿De qué manera la gestión de tiempos se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016?
2. ¿De qué manera la capacidad de transporte se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016?

3. ¿De qué manera la capacidad de almacenamiento se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016?

1.1. Objetivos

Objetivo general:

Determinar de qué manera la logística de distribución se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

Objetivos específicos:

1. Determinar de qué manera la gestión de tiempos se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.
2. Determinar de qué manera la capacidad de transporte se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.
3. Determinar de qué manera la capacidad de almacenamiento se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

1.2. Justificación y delimitación

Justificación Teórica:

Se justifica teóricamente porque analiza la relación entre la logística de distribución y la calidad del servicio. El cual permitió realizar una revisión bibliografía exhaustiva y conocer a profundidad cada una de las variables en estudio: consecuentemente permitió disgregar las variables en dimensiones e indicadores.

Justificación Práctica

Tiene una justificación práctica porque los instrumentos elaborados han sido aplicados en la empresa en estudio y a sus clientes respectivos; y a partir de los

resultados se realizaran las recomendaciones correspondientes para mejorar la logística de distribución y la calidad de servicio.

Justificación Metodológica

Se justifica metodológicamente porque se hizo uso de la metodología de la investigación, el método científico, técnicas e instrumentos para la recogida de los datos, y la prueba de hipótesis correspondiente; llegando a conclusiones y reacomodaciones.

Delimitación

El trabajo de investigación se desarrolló de enero a diciembre del año 2016.

La investigación se desarrolló en la Sede Principal de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, Distrito de El Tambo, Provincia de Huancayo.

1.4. Hipótesis y descripción de variables

1.4.1. Hipótesis de investigación

Hi: La logística de distribución se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

1.4.2. Hipótesis nula

H0: La logística de distribución no se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

1.4.3. Hipótesis alterna

Ha: La logística de distribución si se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

1.4.4. Hipótesis secundarias

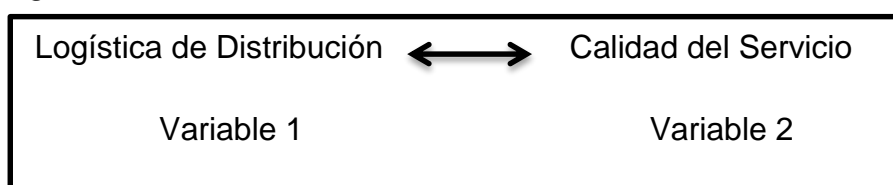
1. La gestión de tiempos se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

2. La capacidad de transporte se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.
3. La capacidad de almacenamiento se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

1.4.5. Descripción de las Variables

1.4.5.1. Variables

Figura 1. Variables de Estudio



Fuente: Elaboración propia

1.4.5.2. Operacionalización

Tabla 1: Operacionalización de Variables

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES		
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
V1= Logística de Distribución	Gestión de Tiempos	Tiempo medido en días, horas en la ejecución del proceso de traslado.
	Capacidad de Transporte	Numero de documentos trasladados al mes Numero de mercancías trasladados al mes Números de maquinarias trasladados al mes
	Capacidad de almacenamiento.	% de área para documentos % de área para mercancías % de área para maquinarias
V 2 = Calidad del servicio	Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos y personal
	Capacidad de respuesta	Capacidad de atención al cliente
	Profesionalidad	Conocimiento en la ejecución del servicio. Destrezas del personal en la ejecución del servicio Capacitación del personal.
	Cortesía	Respeto y amabilidad del personal
	Credibilidad	Honestidad en el servicio que se provee.
	Seguridad	Peligros y riesgos
	Comprensión al cliente	Conocimiento de las necesidades del cliente

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Artículos científicos

El artículo científico de (5). Que tiene como título “Presentación: Transporte y Logística”, cuyo objetivo fue el estudio integrado de funciones básicas de la organización, como la gestión de aprovisionamientos, la gestión de producción y la gestión de distribución. El transporte juega un papel importante dentro de la cadena logística, básicamente en los procesos de aprovisionamiento y distribución; sin embargo, estos a la vez guardan estrecha relación con los procesos productivos y, por esa razón, no puede aislarse el transporte de la cadena logística. El transporte es un elemento vital en la planificación y administración de un diseño integrado de gestión logística, que permite el desplazamiento de materias primas, productos terminados e incluso personas, a través de cadenas de transporte diseñadas para cumplir despachos en tiempo y forma, al menor coste posible, tanto a nivel local, como regional, nacional o internacional. La importancia de llevar a cabo una buena gestión logística reside principalmente en los costes y el servicio al cliente; la calidad del servicio y los costes han pasado a ser los objetivos fundamentales de los procesos logísticos asociados al transporte.

El artículo científico de (6), Que tiene como título “Indicadores logísticos en la cadena de suministro como apoyo al modelo SCOR”. Clío América, cuyo objetivo principal fue revisar, analizar y proponer el uso de indicadores en los diferentes procesos logísticos de la cadena de suministro, los cuales cubren desde el aprovisionamiento pasando por el almacenamiento, la producción, el servicio al cliente, entre otros. Para los procesos de transporte existe un conjunto de indicadores de desempeño que cubren la perspectiva de operaciones o procesos

internos de la empresa para controlar la adecuada utilización de los medios de transporte, su capacidad, volumen transportado y su productividad. En cuanto a su perspectiva financiera se describieron indicadores enfocados a medir sus costos y gastos de operaciones. Finalmente, se puede indicar que el adecuado control y desempeño del transporte y la distribución son claves para reducir los costos y aumentar los niveles de satisfacción de los clientes en la cadena de suministro. Como resultado del desarrollo de un trabajo de investigación llamado «Estrategias logísticas para el abastecimiento de las pymes del sector confección del municipio de Itagüí». La investigación concluye que los indicadores planteados permitieron medir el desempeño de los diferentes procesos logísticos en la cadena de suministro, lo cual, se convierte en la base para control del uso de los recursos, seguimiento al cumplimiento de objetivos e identificación de oportunidades de mejoramiento. La metodología que se utilizó el trabajo de investigación fue definir los indicadores a través del análisis de bibliografía especializada y la creación de unos indicadores propios a partir de modelos de referencia estándar de algunas empresas. Adicionalmente, los indicadores que se presentaron sirven de apoyo a la medición del modelo de cadena de suministro SCOR (lo cual, se convierte en un valor agregado para el ámbito académico y empresarial).

2.1.2. Tesis

(7), realizó la investigación: “Modelo de entregas directas para la reducción de costos logísticos de distribución en empresas de consumo masivo. Aplicación en una empresa piloto de caldas” en la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. El objetivo de la investigación es la aplicación de modelos de entregas directas que generaron ahorros en el costo logístico de distribución, en una empresa manufacturera de golosinas en el consumo masivo en una región geográfica aislada entre centros de insumos y consumo, que posean volúmenes de operación tales que, generen masas críticas desde el punto de vista del transporte. Dándole énfasis en la logística de distribución en este punto ahondo en los modelos logísticos de distribución ya que estos se sustentan en las operaciones básicas de almacenamiento y transporte, dándole una dimensión comercial y de mercadeo a la logística. El estudio posibilitó reducciones de los costos logísticos manteniendo la calidad del servicio al cliente.

(8), realizo la investigación: “Propuesta de mejora en un operador logístico: Análisis, evaluación y mejora de los flujos logísticos de su centro de distribución” en la

Pontificia Universidad Católica del Perú. El estudio aporta la realización de mejoras en los procesos o flujos logísticos de la empresa en estudio aplicó las herramientas de mejora continua y del estudio de métodos. La ejecución de las propuestas generó un impacto positivo en el desarrollo de las actividades logísticas de la empresa, logrando reducir en promedio: los tiempos de operación en un 80%, los traslados de productos en un 43% y los costos de operación en un 91%. Asimismo, permitió el ordenamiento de los flujos logísticos, la redefinición de los acuerdos de nivel de servicio con el cliente en función a su capacidad operativa real, representó una gran oportunidad para optimizar el nivel de servicio brindado a sus clientes y al mismo tiempo permitió la reducción de sus costos operativos.

(9), realizó la investigación: “Descripción del procedimiento de un operador logístico para la distribución y reparto de una línea de productos de belleza en la provincia de Lima” en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El estudio aporta la aplicación de procedimientos que fueron implementados para la realización de un outsourcing en el área de logística de salida, fue elaborado en etapas que cubrieron toda la implementación, por lo tanto, la programación de despacho determino que el costo de la operación sea óptimo. Aplicando los procedimientos logro reducir en 25% el tiempo utilizado en los procesos de Despacho y Reparto, siendo estos los dos principales procesos de toda la operación, permitiendo incrementar la calidad de servicio de la empresa.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Fundamentos teóricos

2.2.1.1. Reseña Histórica de la Logística

El inicio de logística se podría encontrar desde los primeros grupos humanos, donde las familias o individuos guardaban su comida en un cierto período de año en cuevas para poder disponer de ella en los inviernos en un claro intento de control de inventario. Dichas cuevas (almacenes) tenían que ser apropiadas y accesibles. (10)

En 1944, aparece por primera vez la palabra logística (Logistics) en el Diccionario del Ejército de los Estados Unidos. Después de la Segunda Guerra Mundial, los profesionales que habían gestionado la logística militar se incorporaron al mundo empresarial y las técnicas logísticas evolucionaron rápidamente.

El desarrollo de la logística ha ido en paralelo con el desarrollo de la humanidad, sin embargo, ha jugado un papel decisivo durante la I y II Guerra Mundial, alcanzando su aplicación.

La logística de nuestros días tuvo sus orígenes en 1960 aproximadamente, con el nombre de Logística de Regresión, y en principio su uso estaba destinado al ejército de los Estados Unidos, y tiempo después se le vio gran potencial para implementarse en cualquier tipo de organización.

En la década de los 90; la logística es tal vez el proceso que más está utilizando los adelantos tecnológicos en áreas como la electrónica, la informática y la mecánica, ha simplificado la administración de la cadena de abastecimiento mediante el uso del intercambio electrónico de documentos para transacciones y contabilidad, el código de barras para identificar productos y servicios, sistemas de transporte de materiales para reducir tiempos de entrega y manipulación. De esta forma se reducen los ítems más importantes que conforman los costos operacionales que afectan la rentabilidad final del producto.

2.2.1.2. Conceptos básicos de logística

El Council of Logistics Management en 1986, define la “Logística” como: “El proceso de planificación, implementación y control eficiente del flujo efectivo de costes y almacenaje de materiales, inventarios en curso y productos terminados, así como la información relacionada desde el punto de origen al punto de consumo con el fin de atender a las necesidades del cliente”.

Podemos mencionar que una definición más completa de logística, ajustada a la realidad empresarial de hoy en día, es la siguiente: *“Dado un nivel de servicio al cliente predeterminado, la logística se encargara del diseño y gestión del flujo de información y de materiales entre clientes y proveedores (distribución, fabricación, aprovisionamiento, almacenaje y transporte,...) con el objetivo de disponer del material adecuado, en el lugar adecuado, en la cantidad adecuada y en el momento oportuno, al mínimo coste posible y según la calidad y servicio predefinidos para ofrecer a nuestros clientes .*

Según (11). Logística integral es el control del flujo de materiales desde la fuente de aprovisionamiento hasta situar el producto en el punto de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente, con la máxima rapidez en flujo de productos y mínimos costes operacionales.

Según (12). Logística integral es el conjunto de técnicas y medios destinados a gestionar flujos de materiales e información cuyo objetivo principal es la satisfacción de las necesidades en bienes y servicios de un cliente y/o mercado, en calidad, cantidad, lugar y momento. En resumen, busca el equilibrio entre la maximización de la satisfacción del cliente y la minimización de los costes y del tiempo de respuesta.

James L. Heskett, profesor de Logística en Harvard Business School, indica que *“la Logística agrupa las actividades que ordenan los flujos de materiales coordinando recurso y demanda para asegurar un nivel determinado de servicio al menor coste posible.* (<http://aliceqr.blogspot.pe/2015/05/definicion-de-logistica.html>)

En la siguiente figura se expresa de manera didáctica la definición de la Logística:

Figura 2: Logística Integral



Fuente: James L. Heskett. (<http://aliceqr.blogspot.pe/2015/05/definicion-de-logistica.html>)

2.2.1.3. Logística de distribución

Como se mencionada en acápite anterior el concepto de logística hace referencia a las actividades de dirección del flujo de materiales y productos,

es decir desde la fuente de suministros, para la elaboración del producto, hasta su utilización por el usuario final.

El término logística de distribución o distribución física se utiliza frecuentemente como sinónimo de logística. Pero, algunos autores como Magee, Copacino y Rodenfield definen a cada uno de esos términos de la siguiente manera:

Logística: Es el arte de dirigir el flujo de materiales y productos de la fuente al usuario. Incluye el flujo total de materiales, desde la adquisición de las materias primas al suministro de productos acabados a los usuarios finales y los flujos de información que ocasionan el control y registro del movimiento de materiales.

Distribución física: Es la parte de la logística que hace referencia al movimiento externo de los productos desde el vendedor al cliente o comprador.

Se considerará en adelante que logística y distribución física son términos equivalentes y que abarcan aquel conjunto de operaciones llevadas a cabo para que el producto recorra el camino que dista desde su punto de producción hasta el consumo. Los canales de distribución son los que posibilitan el desarrollo de estas actividades. (13)

2.2.1.4. Funciones de la logística de distribución

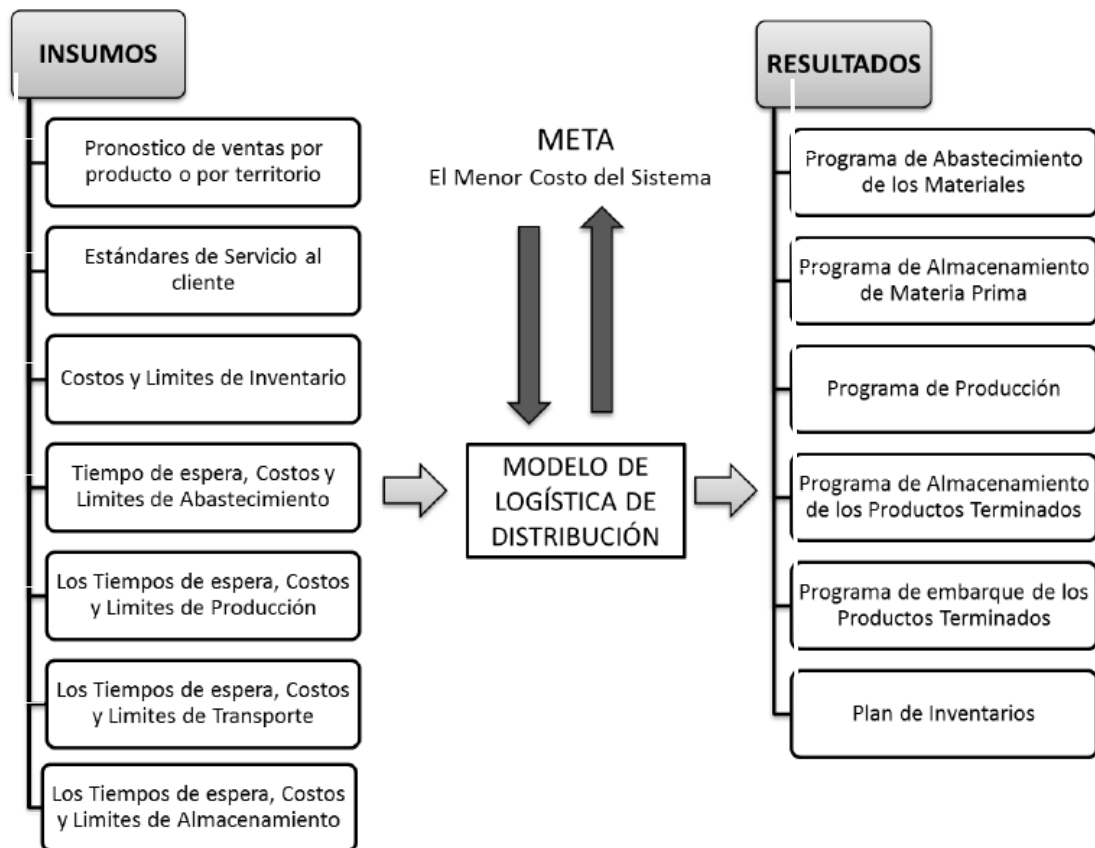
Según, (14). Sostienen que *la logística de distribución* trata toda la logística de una compañía como si fuera un sólo sistema, incluyendo todas las actividades que van desde el pronóstico de ventas, la compra, el procesamiento de materiales y el control de inventarios; hasta el embarque de los productos hacia su lugar de destino que, por lo general, son los puntos de venta (Almacenes). Además, (15) Señalan que su importancia radica en la correcta gestión de la misma, al construir una red sólida de distribución, hace que se convierta en una fuerte ventaja competitiva para la organización.

De tal manera que la meta principal de *la logística de distribución* es optimizar el costo total del sistema operativo, de esta forma proporcione el

nivel deseado de servicio al cliente. El costo total puede incluir costos más altos en algunas áreas y costos menores en otras.

En la figura siguiente se presenta un modelo de *logística de distribución* propuesto por (14) la cual resulta más útil invertir en medios de transporte que mantener un stock amplio y acumulado. En casi todos los casos, resulta mejor producir menos cantidades de mercancía, a fin de tener una mejor utilización de los recursos en el traslado o almacenamiento de los productos.

Figura 3: Modelo de logística de la distribución.



Fuente: Koontz & Weihrich (2004, p. 646)

2.2.1.5. Indicadores de desempeño de la logística de distribución

(16 p. 6) Plantea que la importancia de la logística radica en la necesidad de mejorar el servicio a un cliente, optimizando la fase de transporte al

menor costo posible; algunas mejoras que se pueden encontrar son: aumento de las líneas de producción, niveles altos en la eficiencia en producción, **la cadena de distribución debe mantener cada vez menos inventarios**, desarrollo de sistemas de información, entre otras.

Indicadores

Según, (17 p. 37) define un indicador como una proposición que identifica un rasgo o característica empíricamente observable, que permite la medida estadística de un concepto o de una dimensión de éste basado en análisis teórico previo, e integrando en un sistema coherente de proposiciones vinculadas, cuyo análisis puede orientarse a describir, comparar, explicar o prever hechos.

Los indicadores de desempeño logístico – KPIs, que miden los procesos logísticos de distribución, buscan medir su comportamiento a nivel interno (costos y activos) y externos (fiabilidad, respuesta y flexibilidad) de forma general, facilitando la toma de decisiones:

- **Gestión de tiempos:** Medir el tiempo en la ejecución del proceso de traslado (desde que se entrega el documento, mercancía o maquinarias hasta que esta entrega él envió).

$$\text{Entregas a tiempo (\%)} = \frac{\text{Cantidad de entregas a tiempo}}{\text{Cantidad de entregas totales}} * 100$$

$$\text{Entregas a tiempo} = \frac{\text{Entregas a tiempo}}{\text{Total de entregas}}$$

- **Capacidad de transporte:** Calcular la cantidad de producto o productos trasladados en un tiempo determinado.

$$\text{Entregas a tiempo (\%)} = \frac{\text{Cantidad de entregas a tiempo}}{\text{Cantidad de entregas totales}} * 100$$

- **Capacidad de almacenamiento:** Medir (porcentaje) la utilización de espacio de almacenamiento a través de la división de la utilización

actual (m² o posiciones) sobre su capacidad o posiciones de almacenamiento.

Capacidad del almacén:

$$\text{Porcentaje de uso del espacio} = \frac{\text{Área utilizada para el almacenamiento}}{\text{Área total del almacén}}$$

2.2.1.6. Indicadores de calidad logística en una empresa

Existen varias formas de hallar el indicador de la calidad logística, en el texto “Manual de logística integral” de (12). Considera tres muy comunes:

Primero: se observa el nivel de servicio ofrecido al cliente comparando los pedidos que se le ha servido a dicho cliente con respecto al número de pedidos que han sido demandados por el mismo, cifra que se suele expresar en tanto por ciento y alude a la rotura de stock:

$$\text{Nivel de servicio} = \text{Pedidos servidos} / \text{pedidos demandados} \times 100$$

Segundo: se centra en el índice de productos que han resultado defectuoso, también expresado en tanto por ciento y comparado con el total de productos demandados:

$$\text{Índice de desperfectos} = \text{Pedidos con desperfectos} / \text{Pedidos totales} \times 100$$

Tercero: viene dado por los plazos de entrega, fijándose no tanto en los productos entregados en su momento correcto, sino los que han sido entregados con retraso:

$$\text{Índice de pedidos fuera de plazo} = \text{Pedidos fuera de plazo} / \text{Pedidos totales} \times 100$$

Estas mediciones de calidad no van dirigidas a examinar un punto concreto en el tiempo, se extienden los exámenes en un periodo largo de tiempo desde un mes a un año o más. Se debe tener en cuenta que es muy común centrarse en periodos trimestrales o anuales. De esta manera le permite a la empresa fijar como objetivo para cada año un porcentaje en cada uno de los indicadores, para luego obtener el resultado final y comparar con el objetivo planteado permitiendo tomar decisiones frente a los resultados.

2.2.2. Antecedente Histórico de la Calidad

Según, citado por (18): Como antecedente histórico, la Calidad como concepto y su evolución en la historia tiene como referencia más cercana los planteamientos que comenzaron a principios del siglo XX innumerables maestros y escuelas del mundo de la administración. El padre de la administración científica Frederick Winslow Taylor, origina un nuevo concepto en la producción, al descomponer el trabajo en tareas individuales, separando las tareas de inspección de las de producción, y el trabajo de planificación del de ejecución. De ello se deriva en los años 20, la Western Electric Company crea un departamento de inspección independiente para respaldar a las compañías operativas de la Bell Telephone. De este departamento nacen los pioneros del aseguramiento de la calidad; Walter Andrew Shewart, Harold French Dodge, y George Edward.

De los tres, Walter A. Shewart es sin duda el más sobresaliente, se le considera el padre de los sistemas de Gestión de la Calidad actual. Crea en 1924 las Gráficas o fichas de Control, las cuales se hacen conocidos a mediados de la Segunda Guerra Mundial, con la creación y utilización de la producción en serie. Shewart también es el creador del Ciclo PHVA, que más tarde los japoneses rebautizaron como Ciclo Deming.

Durante la Segunda Guerra Mundial, los militares estadounidenses comienzan a utilizar procedimientos estadísticos de muestreo, y establecer requisitos o normas estrictas a sus proveedores. Para la cual se crean las tablas de muestreo "MILSTD" (Military Standard, norma militar). Para 1944 se publica la primera revista sobre Control de Calidad, la Industrial Quality Control y en 1946 se funda en Estados Unidos, la American Society for Quality Control, la ASQC. En la década de los años cincuenta, los japoneses hacen suyo las ideas del Control de Calidad para mejorar la tan golpeada economía japonesa de postguerra. De ello Nace el JUSE, Unión de científicos e Ingenieros japoneses (1946), entidad independiente del gobierno la cual no es lucrativa, que asocia a un grupo de empresarios, como gente del gobierno y académicos. De forma vertiginosa, se da a la tarea de desarrollar y difundir las ideas del Control de Calidad en todo el país. En 1950, invitan al Japón al Dr. Walter Shewart, quien no se

encontraba disponible, por lo que hacen extensivo la invitación al Dr. William Edward Deming, profesor de la Universidad de Columbia, quien dicta una serie de seminarios y conferencias por espacio de 2 meses. Deming introduce en el Japón mucho de los conceptos actuales del Control de Calidad moderno; el Control de Calidad Estadístico y el PHVA de Shewart. Como resultado de esta visita en 1951, los japoneses crean el Premio Deming de la calidad para motivar a las empresas al mejoramiento continuo (kaizen). (<http://www.geocities.ws/maag111063/calidad1.html>)

El JUSE invita en 1954 al Dr. Joseph Moses Juran, quien dicto un seminario a ejecutivos y directores de departamento y sección. Juran consigue resolver muchos problemas y es así que se inicia en Japón una transición gradual desde el Control de Calidad Estadístico al Control de Calidad Total.

Mientras que en occidente los niveles de calidad permanecieron estacionarios hasta los años 80, en Japón la calidad se convirtió en una política de estado. En 1951, Armand Feigenbaum publica "Total Quality Control", TQC. En 1957, Kaoru Ishikawa publica un libro que resalta la importancia de la Administración y las Políticas Operacionales, base de lo que hoy en día se conoce como "Control de Calidad en Toda la Compañía". Al mismo tiempo Kaoru Ishikawa difunde en Japón de los Círculos de Calidad. Durante los años sesenta Shigueo Shingo desarrolla Poka Yoke y los sistemas de inspección en la fuente y para 1977 plantean formalmente el Cero Control de Calidad como una estrategia para conseguir el "Cero Defecto", ZD, forma en que el Control Estadístico de la Calidad enfocaba el problema. Para 1972, Yoji Akao y colaboradores desarrollan el DFC, Despliegue de la función de calidad, en el astillero de la Mitsubishi en Kobe, profundizando y centrando los conceptos del Hoshin Kanri.

Se empiezan a utilizar las matrices de la casa de la calidad. En 1970 Estados Unidos sufre la importación masiva de productos japoneses de mejor calidad y mucho más baratos. Para los años 80 Japón se convierte en la primera potencia económica del planeta. En esos años, Genichi Taguchi plantea la Función Taguchi de pérdida. Motorola crea sigma 6, una técnica para mejorar la calidad. En Estados Unidos, los consumidores se

organizan y forman la "Comisión para la Seguridad de Productos al Consumidor", y en 1987 se crea el Premio Nacional Malcolm Baldrige. Justo en los años ochenta, que el mundo occidental comienza a tomar conciencia de la Gestión de la Calidad, y comienza a adoptar gran parte de las ideas y prácticas del Control de Calidad japonés para producir los cambios que se requerían en sus respectivos países, así pues, se comienza hablar de TQM (Gestión de la Calidad Total).

A consecuencia de la creciente demanda de calidad por parte del público y la mayoría de las empresas que estaban involucrándose con estas técnicas, las empresas norteamericanas se unen y optan por la creación del comité de alto nivel y establecen políticas, objetivos y planes para actuar con respecto a la seguridad de los productos. Así, poder garantizar la calidad a los clientes, de ello surge asociaciones como la ISO (sus siglas en Ingles: International Organization for Standarization). En 1985 a algunos países miembros del ISO, se les encarga a través del Comité Técnico TC-176 la publicación de una serie de normas a nivel internacional sobre aseguramiento de la calidad. Para ello, se toman como modelo las normas británicas BS 5750 nacidas en 1977. En 1987 sale publicado la primera edición de la familia de la serie ISO 9000, y en 1994 su primera revisión.

2.2.2.1. Definición de calidad

La definición de la calidad adoptada por la Sociedad Estadounidense para la calidad: *"La totalidad de rasgos y características de un producto o servicio que respaldan su habilidad para satisfacer necesidades establecidos o implícitas"* (sitio web de la sociedad estadounidense para la calidad en www.asq.org).

(19) Sin embargo existen otras definiciones de calidad que comprenden varias categorías:

- Definiciones basadas en el usuario proponen que la calidad *"está en los ojos del observador"*

- La gente de marketing se inclina por este enfoque lo mismo que los clientes, una mejor calidad significa mejor desempeño, características más atractivas y otras mejoras (algunas veces costosas).
- Para los gerentes de producción, la calidad se basa en la manufactura. Ellos creen que la calidad significa cumplir con los estándares y *“hacer bien a la primera vez”*.
- El tercer enfoque se basa *en el producto* y ve a la calidad como una variable precisa y que se puede medir.

En este contexto se desarrollan diversos enfoques y técnicas para las tres categorías de calidad:

1. Se deben definir primero mediante la investigación (un enfoque de la calidad basado en el usuario).
2. Segundo estas características pueden traducirse en atributos específicos del producto (un enfoque de calidad basado en el producto).
3. Tercero la importancia de organizar el proceso de manufactura para asegurar que los productos se elaboren con especificaciones precisas (un enfoque de la calidad basado en la manufactura). O referente al proceso de servicio que se elaboren con especificaciones precisas.

Un proceso que ignore cualquiera de estos pasos no dará resultado un producto o servicio de calidad.

2.2.2.2. Calidad en el servicio

No es posible que el servicio pueda estandarizar las expectativas del cliente, cada cliente es diferente por lo tanto tiene necesidades diferentes, por ello no se pueden dictar procedimientos inflexibles para mantener satisfechos a los clientes. Según (20) la calidad del servicio percibirá de forma diferente según el cliente, pero ya usuario del servicio.

El cliente exige una calidad de servicio cada vez mejor y asocia su acto de compra con lo que recibe, el cliente suele comparar la calidad del servicio con lo que puede conseguir por sí mismo.

2.2.2.3. Definición del servicio

Según (21), definen un servicio de la siguiente manera: *"Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo"*. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico. Asimismo, complementando ésta definición, cabe mencionar que, según los mencionados autores, los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión a la visita a un psiquiatra, hasta cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado. Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas, etc.

(22), definen: *"un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente"*.

2.2.2.4. Características del servicio

Según (23), menciona que una forma de entender la diferencia entre un producto y servicio es conociendo las características de los servicios: Las características fundamentales que diferencian a los servicios de los bienes son cuatro: 1) Intangibilidad, 2) inseparabilidad, 3) heterogeneidad y 4) carácter perecedero.

1. Intangibilidad: Tales servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, no pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador (como sucede con los bienes). Por lo tanto, esta característica de los servicios es la que genera mayor incertidumbre en los compradores, no es posible determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio. Por ello según Philip Kotler, a fin de reducir su incertidumbre, los compradores buscan incidir en la

calidad del servicio. Hacen inferencias acerca de la calidad, con base en el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los símbolos y el servicio que ven. Por tanto, se retorna importante, la tarea del proveedor de servicios es "administrar los indicios", "hacer tangible lo intangible".

2. **Inseparabilidad:** en esta característica los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables. Por ejemplo, si una persona requiere un servicio de corte de cabello, debe estar ante un peluquero o estilista para que lo realice. Por tanto, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios: Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado.
3. **Heterogeneidad:** No se produce en línea, sino se realiza en el momento en que el cliente adquiere el servicio, también es conocido como variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Sucede cuando cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega. Ejemplo, cada servicio que presta un peluquero puede variar incluso en un mismo día porque su desempeño depende de ciertos factores, como su salud física, estado de ánimo, el grado de simpatía que tenga hacia el cliente o el grado de cansancio que sienta a determinadas horas del día. Por estos motivos, para el comprador, ésta condición significa que es difícil pronosticar la calidad antes del consumo. Para superar ésta situación, los proveedores de servicios pueden estandarizar los procesos de sus servicios y capacitarse o capacitar continuamente a su personal en todo aquello que les permita producir servicios estandarizados de tal manera, que puedan brindar mayor uniformidad, y en consecuencia, generar mayor confiabilidad.
4. **Carácter Perecederos:** O imperdurabilidad. Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. Por ejemplo, los minutos u horas en las que un dentista no tiene pacientes, no se puede almacenar para emplearlos en otro momento, sencillamente se pierden para siempre. Por tanto, la imperdurabilidad

no es un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es fluctuante puede causar problemas. Por tal motivo, el carácter perecedero de los servicios y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantea retos de promoción, planeación de productos, programación y asignación de precios a los ejecutivos de servicios. (<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>)

2.2.2.5. Dimensiones de la calidad del servicio

Según (24) las dimensiones del negocio y que es importante para el cliente al evaluar la calidad en el servicio son:

1. El monto del tiempo que tiene que esperar para ser atendido,
2. Tener el servicio al cliente disponible en horarios convenientes,
3. El tiempo que toma resolver completamente un asunto o problema,
4. Tener acceso al servicio mediante múltiples canales,
5. El tiempo que toma en leer y atender la información que la empresa le envía, y
6. La disponibilidad para responder preguntas o asuntos por sí mismo o sin necesidad de acudir a un empleado.

(Grönroos, 1994) existen tres dimensiones en la calidad del servicio:

1. Calidad Técnica, se refiere a lo que el cliente está recibiendo del proveedor. Esto es medido por parte del cliente en una forma objetiva.
2. Calidad funcional, Involucra la manera en que el servicio es entregado. Ello se refiere a la integración psicológica entre el comprador y el proveedor. Es percibida de una manera bastante subjetiva y puede incluir elementos como: actitud y comportamiento de los empleados, acercamiento del personal de servicios, accesibilidad del servicio, apariencia del personal, relación entre los empleados y relación entre los empleados y el cliente.
3. Imagen corporativa, es la dimensión de la calidad que resulta como los clientes perciben a la empresa y se espera ser construida por la dimensión técnica de la calidad esta afecta la percepción del servicio por parte del cliente.

2.2.2.6. Modelos de calidad de servicio

Existen varios modelos de diferentes autores, pero uno de ellos es de Richard Norman en las páginas 84 al 94, como componente principal señala la estructura de los “sistema de gestión de servicios”:

1. El segmento de mercado,
2. El concepto de servicio,
3. El sistema de prestación de servicio,
4. La imagen, y
5. La filosofía.

2.2.2.6 MODELO SERVQUAL – Instrumento para medir la calidad de servicio

El estudio surge de varios estudios uno de los primeros en desarrollar la teoría acerca de la calidad en marketing de servicios fue (25), quien realizó una aproximación denominada “calidad de servicio percibida” ello ha constituido el fundamento de la mayor parte de las investigaciones en el campo de los servicios. A partir de estos estudios, el Modelo SERVQUAL (26 págs. 39-34). El modelo surge del estudio realizado por los autores (26) y (27), crearon una metodología que definieron como “un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio”, identificando el Termino Escala con una clasificación de preguntas. Por tanto, consistía en un cuestionario con preguntas estandarizadas desarrollado en los Estados Unidos con el apoyo del Marketing Science Institute, llamado SERVQUAL.

SERVQUAL utiliza el instrumento identifica primero los elementos que generan valor para el cliente y a partir de esta información revisar los procesos con el objeto de introducir áreas de mejora. Para lograr ello se realiza una búsqueda orientada al análisis de las expectativas, obtenidas

en base a cuatro fuentes que son: la comunicación diaria, las necesidades personales, las experiencias personales y la comunicación externa.

Este modelo se identifican diez dimensiones de la calidad en el servicio que no necesariamente son independientes unas de las otras como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2: Dimensiones de la Calidad del Servicio

CRITERIO	DEFINICIÓN
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
Fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio promedio de forma fiable y cuidadosa
Capacidad de respuesta	Capacidad de ayudar a los clientes y proveedores de un servicio rápido.
Profesionalidad	Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio.
Cortesía	Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.
Credibilidad	Veracidad, creencia, honestidad en el servicio que se provee.
Seguridad	Inexistencia de peligros, riesgo o dudas.
Accesibilidad	Accesibilidad y fácil de contactar.
Comunicación	Mantener a los clientes informados en un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos.
Comprensión del cliente	Hacer el esfuerzo por conocer a los clientes y sus necesidades.

Fuente: SERVQUAL

2.3. Descripción general de la empresa

2.3.1. Datos generales de la empresa

Nombre: Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC

Gerente General: Alfredo Artica Fierro

Rubro: Servicio de transporte de mercancías y servicio Courier.

RUC No. 20486792851

Dirección: Av Mariscal Castilla Nro 2964 El Tambo – Huancayo / Unidad Vecinal Mirones Block 06 Int A – Lima.

2.3.2. Reseña histórica de la empresa

El grupo Balazo inicia sus operaciones el 27 de noviembre de 1998, logrando un rápido y sólido crecimiento basada en la calidad de su servicio.

Desde un principio, logró estar a la vanguardia en la aplicación de los avances tecnológicos para satisfacer las necesidades de sus clientes. El grupo Balazo fue el primero en crear un software integral de control operativo en Huancayo y con el uso del código de barras en los cargos, alcanzó un control óptimo del servicio. Consiente de los requerimientos de sus clientes y de los potenciales usuarios, en el 2005, el grupo Balazo amplió el ámbito de sus operaciones a todo el territorio de la región y el Perú, con la misma efectividad del servicio prestado a nivel local. En enero del 2006 el grupo Balazo. Como parte de un plan de mejora y modernización de su infraestructura, trasladó sus oficinas a un nuevo local ubicado en la calle real N° 1033 – Huancayo desde donde opera hasta la actualidad. En abril del 2008 se inauguró una flota de carros (camionetas, camiones y motos) para su distribución estratégicamente logrando una mayor eficiencia en el reparto de la correspondencia en esta zona de la ciudad.

2.3.3. Direccionamiento estratégico de la Empresa.

Según el Portal Institucional de la empresa Serbalazo y su Plan Estratégico se señala a continuación la misión, visión y valores.

MISIÓN

La empresa Serbalazo SAC tiene como misión de Transportar bienes y mercancías, con seriedad y excelencia para nuestros clientes, obteniendo la más alta participación de mercado mediante el uso de diversas modalidades de servicios de traslados, contando con un equipo humano altamente motivado y guiado por la satisfacción de los clientes y la eficiencia de su gestión. (28)

VISIÓN

La Empresa Serbalazo SAC será reconocida como una empresa de calidad que trabaja con seguridad, que se preocupa por el control ambiental y que sus trabajadores hacen de esta declaración parte de su cultura personal. (28)

VALORES

- Responsabilidad
- Honestidad
- Garantía
- Respeto

2.3.4. Filosofía de calidad

La empresa Serbalazo SAC asegura la calidad de sus operaciones, la satisfacción de sus clientes a través de procesos de mejora continua, brindando a todos sus trabajadores una protección integral, permanente a través de una agresiva política de prevención de riesgos, que nos debe llevar a tener “Cero Accidentes”. Asimismo, tiene una clara conciencia de la necesidad de protección del medio ambiente, para lo cual dispone de necesidad de programas de control ambiental de acuerdo a estándares internacionales. (28)

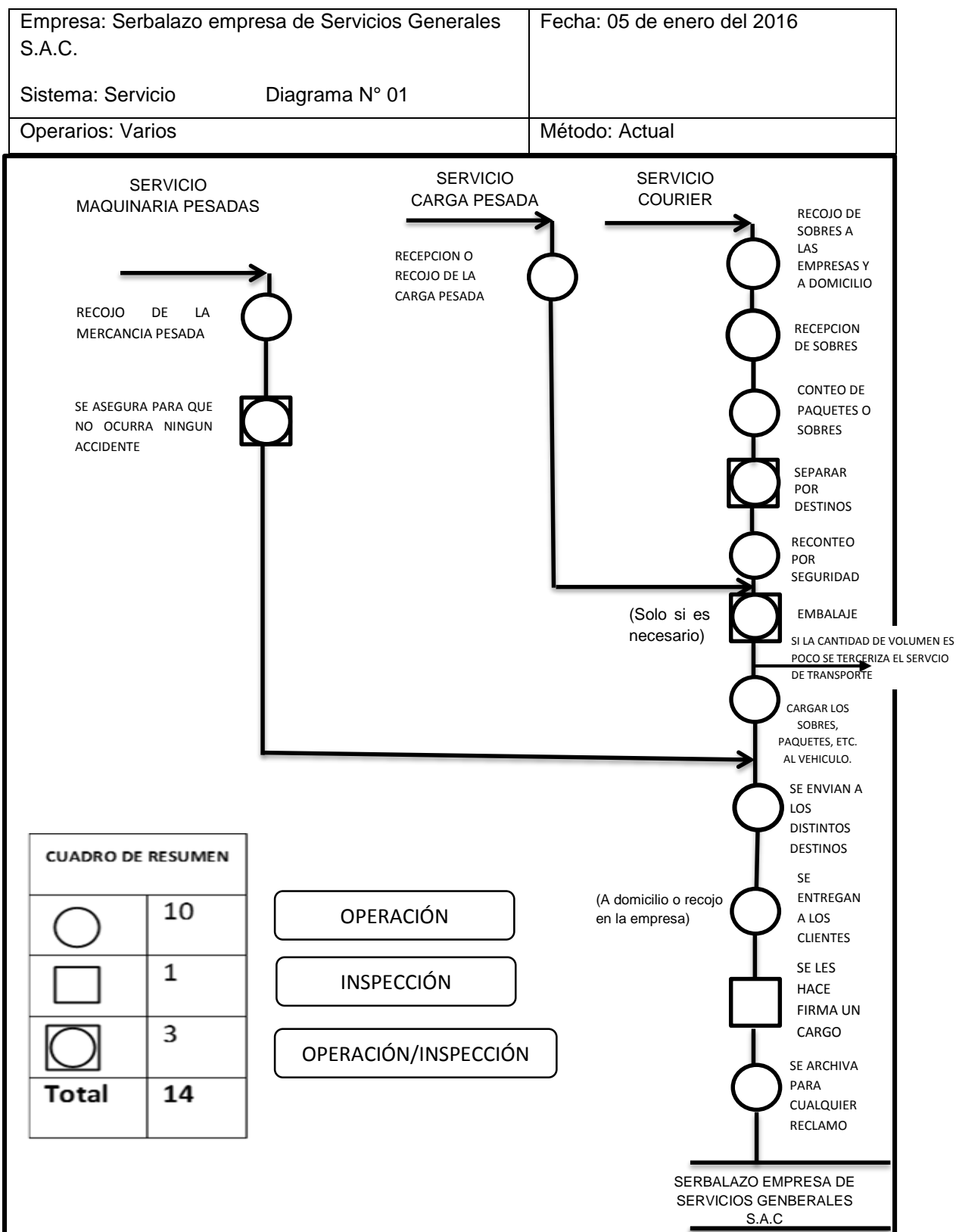
2.3.5. Servicios que ofrece la Empresa.

- ❖ Servicio Courier: Envíos y recepción de sobre en general y paquetes livianos (con documentos, facturas, efectivo medicinas etc.)
- ❖ Cargas pesadas: Envíos y recepción baldes con aceite de motor, cilindros de aceite de motor, cajas con repuestos motores, brazos hidráulicos etc.
- ❖ Transportes y mercancías pesadas: Transporte de maquinaria pesada como los tractores, retroexcavadoras cargador frontal, grúas vehículos livianos y pesados etc.

2.3.6. Diagrama de operación de procesos

A continuación, se muestra el diagrama de operación de procesos actual, en la cual se detalla los tres tipos de servicio: maquinaria pesada, mercancía pesada y servicio Courier; el proceso consta de un total de 14 operaciones: 10 operaciones, 1 inspección, y 3 operaciones combinadas.

Figura 4: Diagrama de operación de Procesos Serbalazo empresa de Servicios Generales S.A.C.



Fuente: Serbalazo empresa de servicios generales S.A.C. Setiembre 2016

Elaboración Propia.

2.4. Definición de términos básicos.

- 1) **Logística de Distribución:** Es la función que permite la gestión de los flujos (transporte de distribución para la prestación servicio al cliente en el traslado de mercancías pesadas, máquinas pesadas y documentos) físicos desde un lugar determinado (almacén) con los recursos y equipos necesarios, en un tiempo establecido y cantidades específicas hasta el lugar del destinatario.
- 2) **Calidad de servicio:** Es la percepción del cliente que da valor al servicio de acuerdo al grado de expectativa que esta espera de la excelencia o superioridad del servicio.
- 3) **Transporte:** Son los vehículos (medios) para trasladar maquinaria pesada, mercancías pesadas y documentos del lugar de recepción hasta su destino final (entrega al cliente o usuario final) por vía terrestre.
- 4) **Almacenamiento:** Área donde se almacenan, sobres y mercancías para realizar un control y preparación de envío (se realiza un seguimiento informático de movimientos) como embalaje, etiquetado, elaboración de guías y documentaciones para ser transportados y entregado hasta su destino final.
- 5) **Gestión de tiempo:** Es la medición del tiempo en la ejecución en el proceso de traslado (vía terrestre) desde que se entrega el documento, mercancías pesadas y maquinarias pesadas hasta que se entregue el envío en la oficina de la empresa o lugar del destinatario.
- 6) **Calidad:** Es la capacidad de la totalidad de rasgos y características de un producto o servicio, que tiene como objetivo fundamental satisfacer las necesidades del cliente.
- 7) **Servicio:** Son las soluciones inmediatas y accesibles a problemas de transporte inmediatos o temporales que tienen los clientes para trasladar sus maquinarias, mercancías, documentos y otros a diferentes lugares o ciudades.
- 8) **Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- 9) **Capacidad de respuesta:** Capacidad de ayudar a los clientes y proveedores de un servicio rápido.
- 10) **Profesionalidad:** Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio.
- 11) **Cortesía:** Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.
- 12) **Credibilidad:** Veracidad, creencia, honestidad en el servicio que se provee.
- 13) **Seguridad:** Inexistencia de peligros, riesgo o dudas.

- 14) Comprensión al cliente:** Hacer el esfuerzo por conocer a los clientes y sus necesidades.
- 15) Mercancía:** Cualquier tipo de producto, bien, servicio, que es plausible de ser comprado y vendido.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Método y alcance de la investigación

3.1.1. Método de la investigación

Para el desarrollo general de la investigación, se utilizará el Método científico, como método general.

Según (29) afirma: “el método de investigación científico, como procedimiento general de actuación seguido en el conocimiento científico, se concreta, pues, en un conjunto tramites, fases o etapas” (p.30).

3.1.2. Alcances de la investigación

Nivel de investigación:

De acuerdo a (30) el alcance de la investigación es: “resultan de la revisión de la literatura y de la perspectiva del estudio” (pág. 89)

En ese sentido la presente investigación será correlacional.

Para Salkind citado por (31) al respecto afirma:

La investigación correlacional tiene el propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. De acuerdo con este autor, uno de los puntos importantes respecto de la investigación correlacional es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que una sea la causa de la otra. En otras palabras, la correlación examina asociaciones, pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro” (p.114).

Según (30) afirma: “Este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p.93).

Tipo de investigación:

Es una investigación Aplicada, según Best (1998) citado por (32): “Es también llamada práctica, empírica, activa o dinámica, y se encuentra íntimamente ligada a la investigación básica, ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos para poder generar beneficios y bienestar a la sociedad. Se sustenta en la investigación teórica; su finalidad específica es aplicar las teorías existentes a la producción de normas y procedimientos tecnológicos, para controlar situaciones o procesos de la realidad”. (p.39).

3.2. Diseño de la investigación

Asimismo, (30) citado por (33) señala: “El diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio, contestar las interrogantes que se ha planteado y analizar la certeza de la hipótesis formulada en un contexto en particular” (p.58).

La presente investigación será No Experimental – de Corte Transversal.

Al respecto sobre el diseño no experimental, (33) señala: “Son aquellas cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupo de control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia” (p.71).

Y de Corte Transversal según (33) menciona: “Este diseño se utiliza para realizar estudios de investigación de hechos y fenómenos de la realidad, en un momento determinado de tiempo” (p.72).

3.3. Población y muestra

Población:

La población en estudio estará conformada por los clientes y trabajadores de la empresa SERBALAZO SAC.

Muestra:

La muestra estará conformada por 13 clientes y 9 trabajadores de la empresa Serbalazo SAC, que en total suma 22 individuos.

- Cliente potencial
 - Ferreyros
 - Banco de Crédito
- Clientes
 - Inkafarma
 - Mi Banco
 - Ricardo Besada
 - Caja Huancayo
 - Scotiabank
 - Mifarma
 - Unimaq
 - Motored
 - Mega representaciones
 - San José (La Volvo)
 - Indecopi

La cantidad de clientes corporativos fueron 13 según consta en la base de datos de la empresa, y 9 trabajadores permanentes que laboran en la organización.

Se determinó trabajar con los clientes corporativos porque es una unidad de análisis confiable y el cual solicita constantemente el servicio de transporte a la empresa Serbalazo; por ende pueden evaluar con mayor criterio la calidad del servicio que ofrece la empresa en estudio, mientras los clientes que eventualmente solicitan el servicio son difíciles de ubicar para la aplicación del instrumento de recolección de datos y no se obtendría resultados tan confiables.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Según (33) afirma que las técnicas de investigación: “constituyen el conjunto de reglas y pautas que guían las actividades que realizan los investigadores en cada

una de las etapas de la investigación científica. Las técnicas como herramienta procedimentales y estratégicas suponen un previo conocimiento en cuanto a su utilidad y aplicación, de tal manera que seleccionarlas y elegir las resulte una tarea fácil para el investigador” (p.274).

Para la realización de la presente investigación, la técnica utilizada fue:

- Encuesta aplicada a los trabajadores y clientes de la Empresa Serbalazo, para identificar las características de la Logística de Distribución y Calidad del Servicio.

Al respecto (33) afirma: “La encuesta es una técnica para la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene” (p.314).

3.4.2. Instrumentos

Los instrumentos de investigación cumplen roles muy importantes en la obtención de datos, y se aplican según la naturaleza y característica del problema y la intencionalidad del objeto de investigación.

Según (33) define a los instrumentos de evaluación: “...como reactivos, estímulos, conjunto de preguntas o ítems debidamente organizados e impresos, módulos o cualquier forma organizada o prevista que permita obtener y registrar respuestas, opiniones, actitudes manifestadas, características diversas de las personas o elementos que son materia del estudio de investigación, en situaciones de control y planificadas por el investigador”. (p.334).

Ander – Egg citado por (33) dice lo siguiente: “En ciencias sociales no se cuenta con instrumentos de observación tan precisos como los utilizados en ciencias naturales. Sin embargo, la necesidad de registrar, organizar y controlar las observaciones se plantea como exigencia científica en todas las ciencias sociales” (p.334).

El instrumento utilizado es el cuestionario, medidos por la escala de Likert.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados del tratamiento y análisis de la información

4.1.1. Sección n° 01: cuestionario sobre calidad de servicio

Frecuencias

DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES

Ítem 01. Cómo evalúa las instalaciones físicas (Oficinas, almacenes, otros) utilizadas por la empresa SERBALAZO. (Se refiere a que si es visualmente atractivo)

Tabla 3: Estadísticos del Ítem 01 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,64
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,581
Varianza		,338

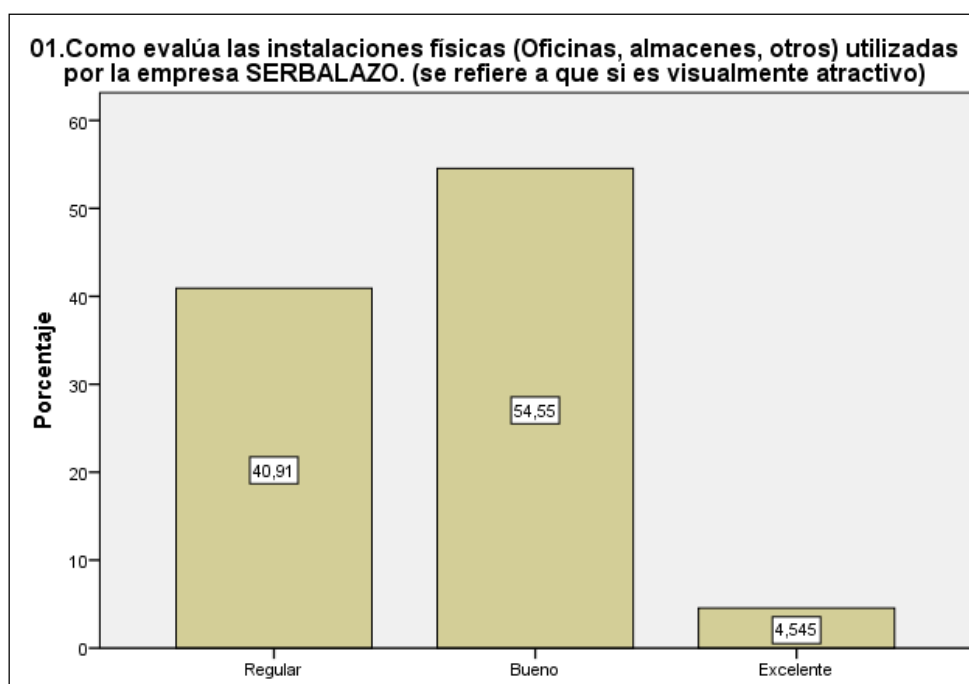
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 4: Frecuencia del Ítem 01- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	9	40,9	40,9	40,9
Bueno	12	54,5	54,5	95,5
Excelente	1	4,5	4,5	100,0
Válidos	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 5: Frecuencia del Ítem 01 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Elaboración: Propia

Según la Tabla 04 y la Figura 05 el 54.55% y el 4.54% considera buena y excelente respectivamente las instalaciones físicas (Oficinas, almacenes, otros) utilizadas por la empresa SERBALAZO, haciendo un acumulado de un 59.09% y un 40.91% lo considera regular; resultado que es verificado según Tabla 03, con una media de 3.64.

Ítem 02. Como califica la apariencia (se refiere a pulcritud) de los empleados de la empresa SERBALAZO.

Tabla 5: Estadísticos del Ítem 02 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,45
Mediana		3,50
Moda		3 ^a
Desv. típ.		,912
Varianza		,831

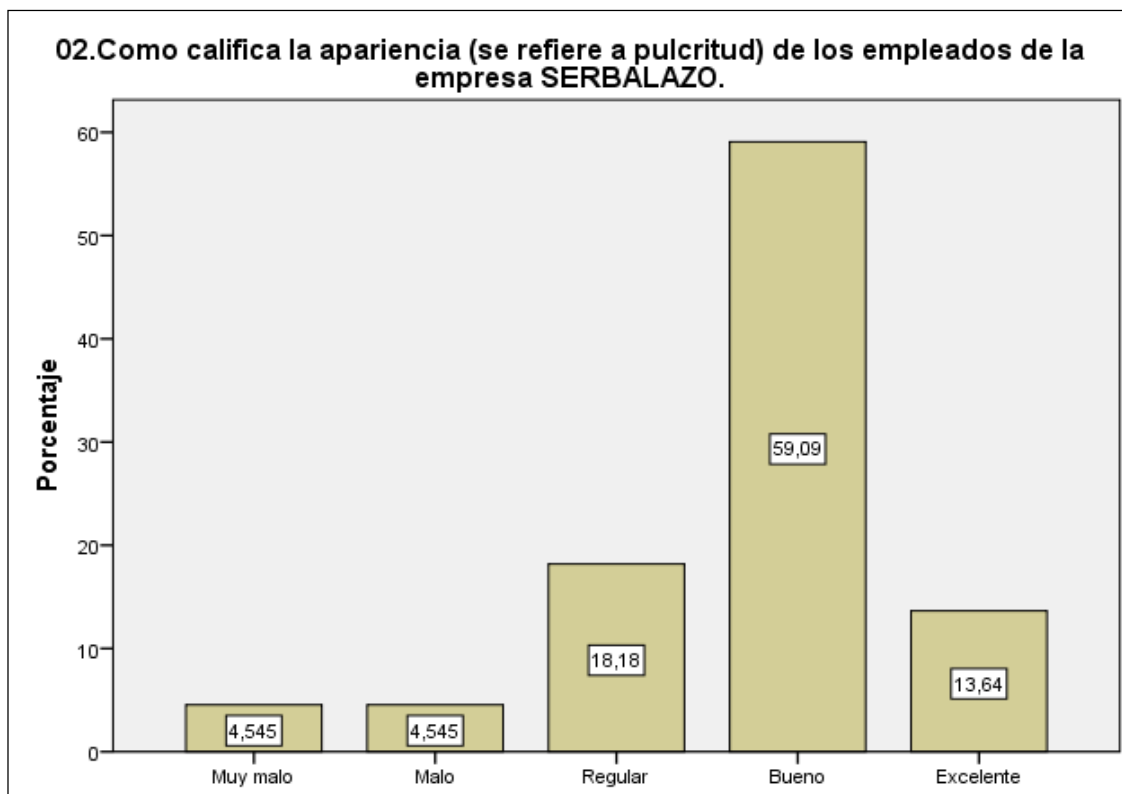
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 6: Frecuencia del Ítem 02- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	1	4,5	4,5	4,5
Malo	1	4,5	4,5	9,1
Regular	9	40,9	40,9	50,0
Bueno	9	40,9	40,9	90,9
Excelente	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 6: Frecuencia del Ítem 02 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 06 y la Figura 06 el 59.09% y el 13.64% consideran buena y excelente la apariencia (se refiere a pulcritud) de los empleados de la empresa SERBALAZO., haciendo un acumulado de 72.73% y un 18.18% lo considera regular; resultado que es verificado según Tabla 05, con una media de 3.45.

Ítem 03. Como califica los materiales, mobiliario y equipos de la empresa SERBALAZO. (Se refiere al estado de conservación y modernidad).

Tabla 7: Estadísticos del Ítem 03 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,73
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,935
Varianza		,874

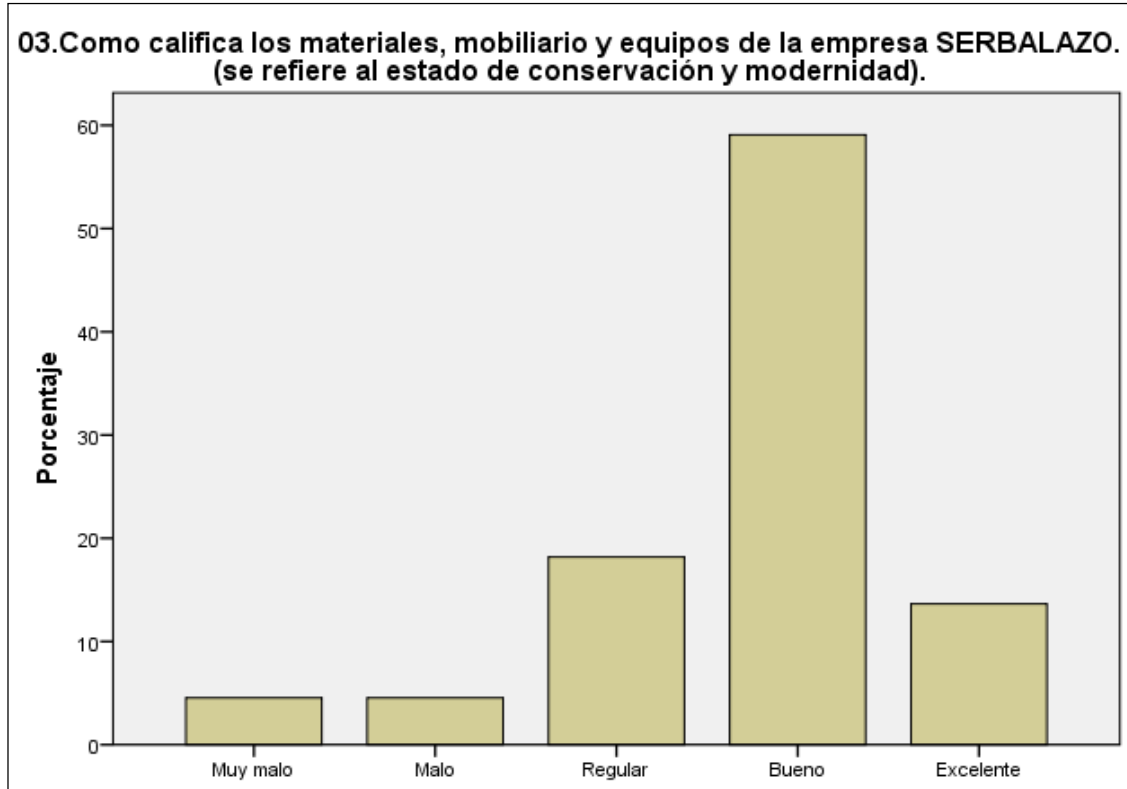
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 8: Frecuencia del Ítem 03 - Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	1	4,5	4,5
	Malo	1	4,5	9,1
	Regular	4	18,2	18,2
	Bueno	13	59,1	86,4
	Excelente	3	13,6	100,0
	Total	22	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 7: Frecuencia del Ítem 03 – C.S.



**Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia**

Según la Tabla 08 y la Figura 07 el 59.1% y el 13.6% consideran buena y excelente los materiales, mobiliario y equipos de la empresa SERBALAZO (se refiere al estado de conservación y modernidad), haciendo un acumulado de 72.73% y un 18.2% lo considera regular; resultado que es verificado según Tabla 07, con una media de 3.73.

DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Ítem 04. Cuenta la empresa con el área suficiente de almacén para ofrecer su servicio.

Tabla 9: Estadísticos del Ítem 04 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,55
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,739
Varianza		,545

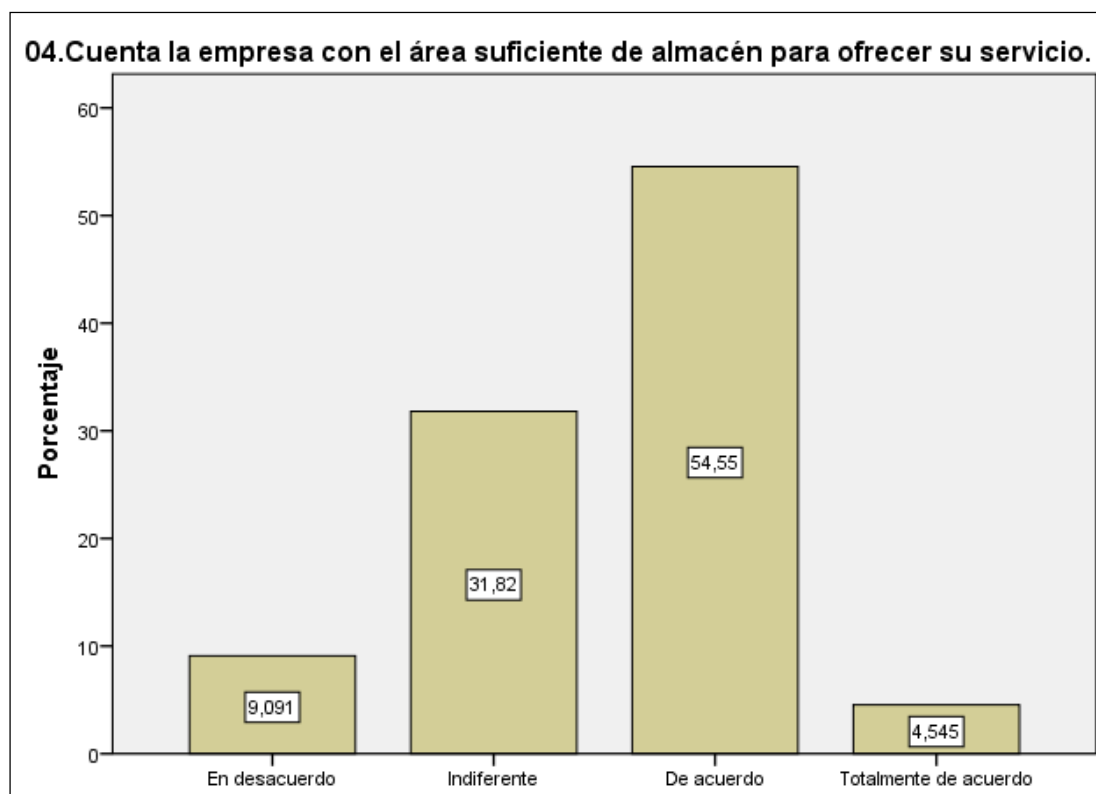
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 10: Frecuencia del Ítem 04- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	9,1	9,1	9,1
Indiferente	7	31,8	31,8	40,9
Válidos De acuerdo	12	54,5	54,5	95,5
Totalmente de acuerdo	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 8: Frecuencia del Ítem 04 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 10 y la Figura 08 el 54.55% y el 4.54% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que la empresa con el área suficiente de almacén para ofrecer su servicio, haciendo un acumulado de 59.09% y un 31.82% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 09, con una media de 3.55.

Ítem 05. Poseen la cantidad suficiente de materiales, mobiliario y equipos para prestar el servicio con calidad.

Tabla 11: Estadísticos del Ítem 05 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,50
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,859
Varianza		,738

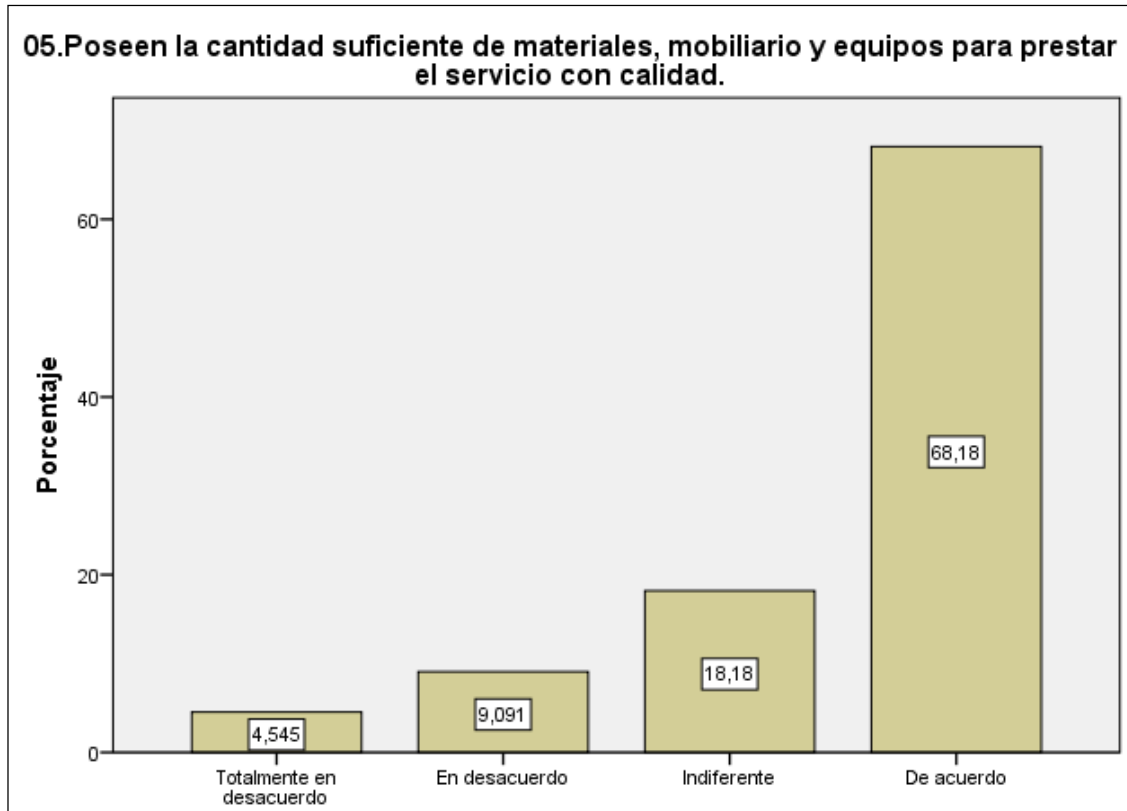
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 12: Frecuencia del Ítem 05- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	4,5	4,5
	En desacuerdo	2	9,1	13,6
	Indiferente	4	18,2	31,8
	De acuerdo	15	68,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 9: Frecuencia del Ítem 05 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 12 y la Figura 09 el 68.18% están de acuerdo en lo referente a que la empresa posee la cantidad suficiente de materiales, mobiliario y equipos para prestar el servicio con calidad y un 18,18% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 11, con una media de 3.50.

Ítem 06. Cuenta la empresa con la cantidad de personal para brindar un servicio de calidad.

Tabla 13: Estadísticos del Ítem 06 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,36
Mediana		3,50
Moda		4
Desv. típ.		,953
Varianza		,909

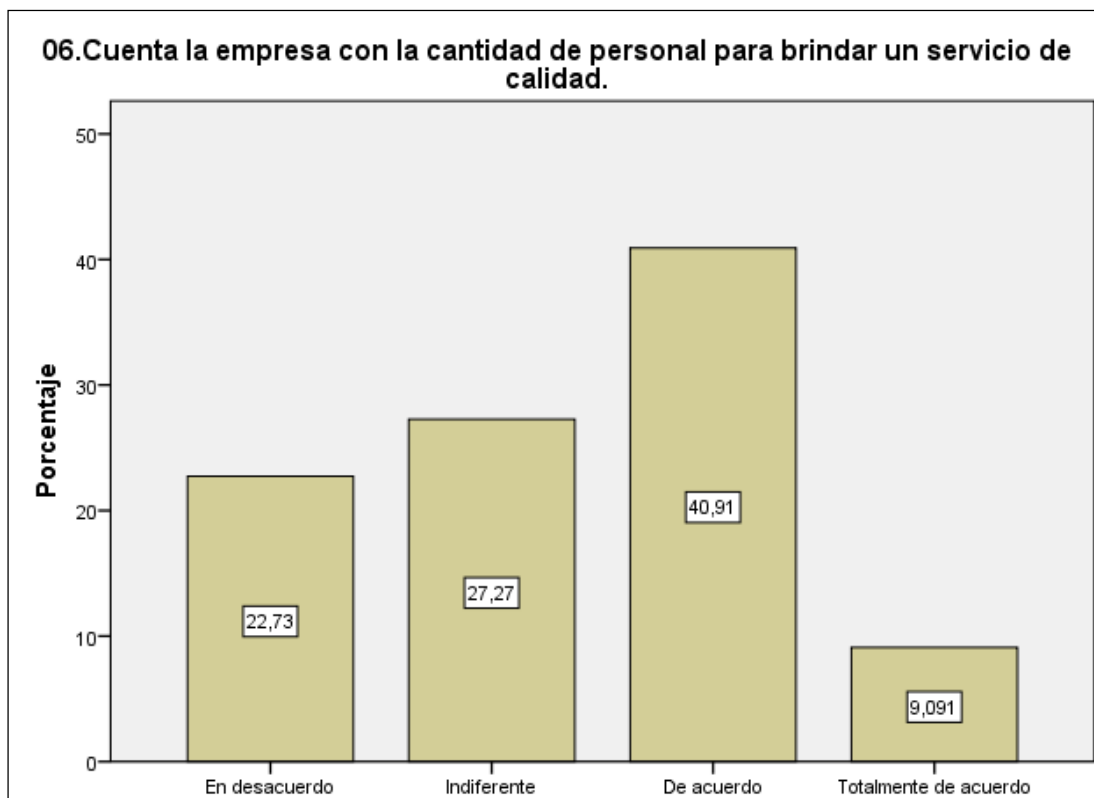
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 14: Frecuencia del Ítem 06- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	5	22,7	22,7	22,7
Indiferente	6	27,3	27,3	50,0
Válidos De acuerdo	9	40,9	40,9	90,9
Totalmente de acuerdo	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 10: Frecuencia del Ítem 06 – C.S.



**Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia**

Según la Tabla 14 y la Figura 10 el 40.91% y el 9.09% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que la empresa cuenta con la cantidad de personal para brindar un servicio de calidad, haciendo un acumulado de 50% y un 27.27% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 13, con una media de 3.36.

Ítem 07. La capacidad de respuesta frente a algún incidente en el transporte es la adecuada.

Tabla 15: Estadísticos del Ítem 07 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,23
Mediana		3,00
Moda		4
Desv. típ.		1,020
Varianza		1,041

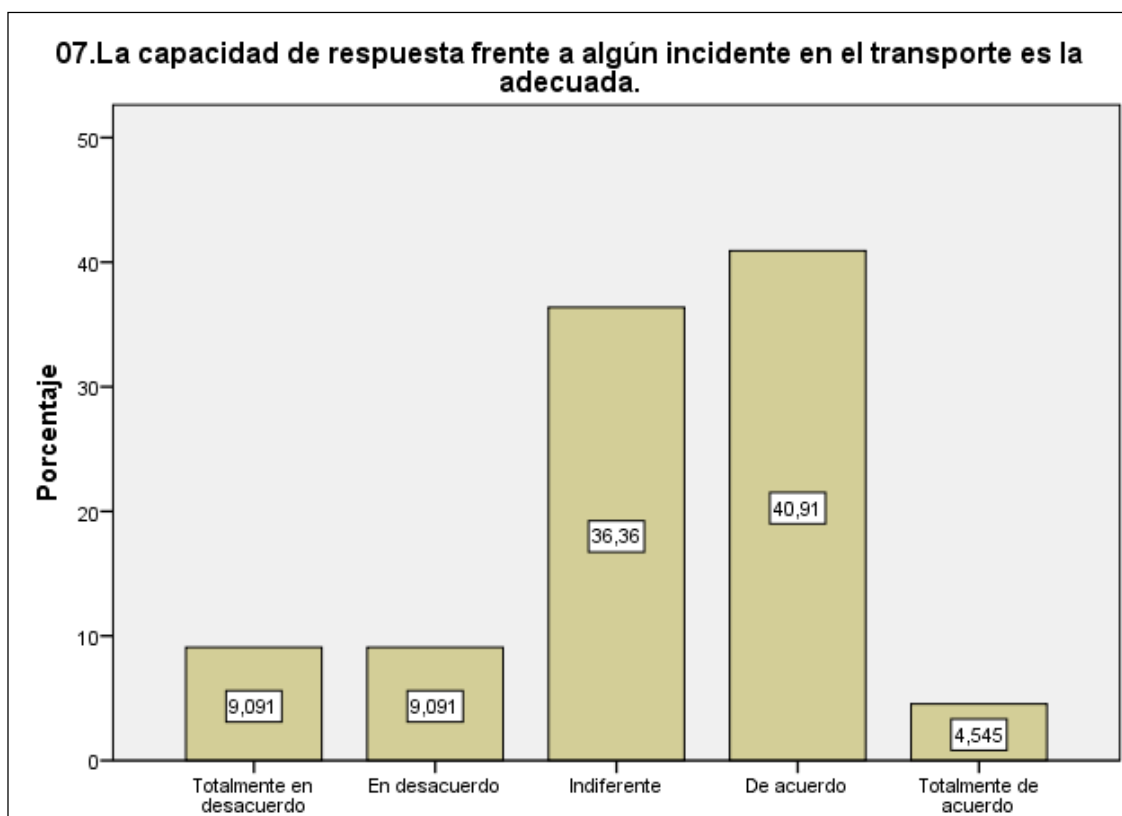
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 16: Frecuencia del Ítem 07- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	9,1	9,1	9,1
En desacuerdo	2	9,1	9,1	18,2
Válidos Indiferente	8	36,4	36,4	54,5
De acuerdo	9	40,9	40,9	95,5
Totalmente de acuerdo	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 11: Frecuencia del Ítem 07 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 16 y la Figura 11 el 40.91% y el 4.54% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que la capacidad de respuesta frente a algún incidente en el transporte es la adecuada, haciendo un acumulado de 45.45% y un 36.36% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 15, con una media de 3.23.

Ítem 08. El personal ofrece respuestas adecuadas y rápidas a las dudas o consultas de los clientes.

Tabla 17: Estadísticos del Ítem 08 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		2,91
Mediana		3,00
Moda		2 ^a
Desv. típ.		,921
Varianza		,848

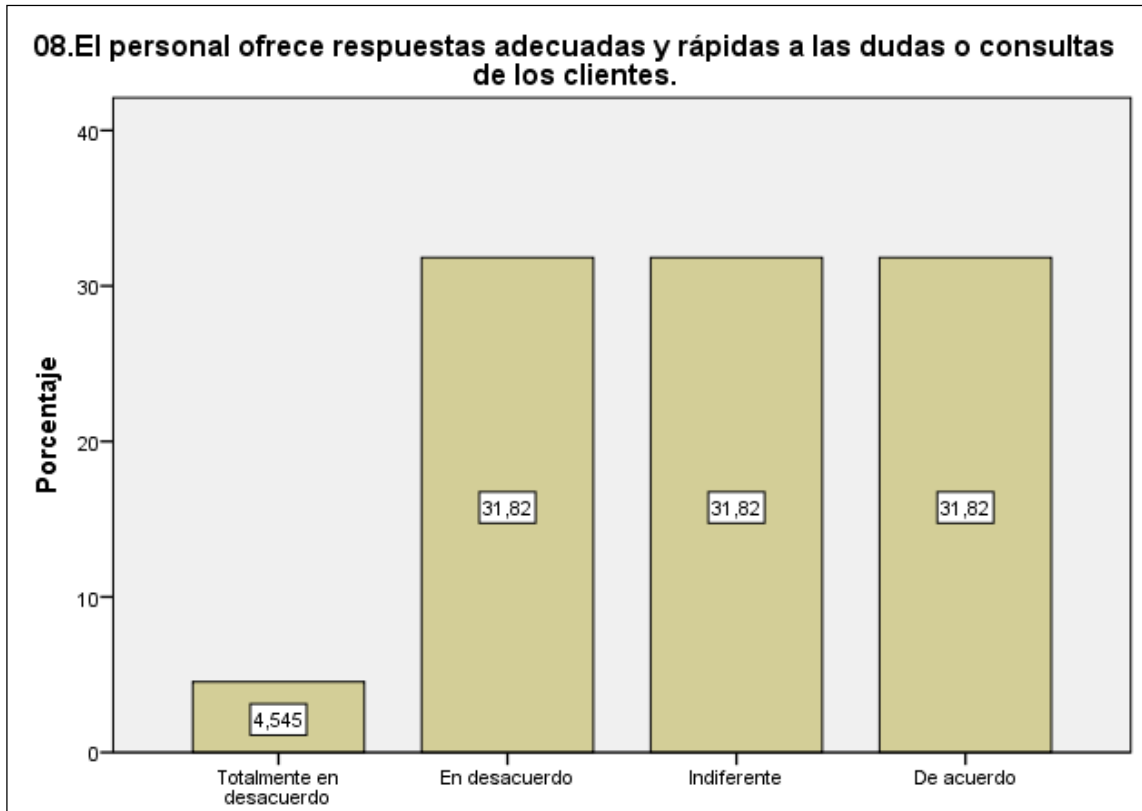
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 18: Frecuencia del Ítem 08- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	4,5	4,5	4,5
En desacuerdo	7	31,8	31,8	36,4
Válidos Indiferente	7	31,8	31,8	68,2
De acuerdo	7	31,8	31,8	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 12: Frecuencia del Ítem 08 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 18 y la Figura 12 el 31.82% están de acuerdo en lo referente a que el personal ofrece respuestas adecuadas y rápidas a las dudas o consultas de los clientes, y un 31.82% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 17, con una media de 2.91.

DIMENSIÓN: PROFESIONALIDAD

Ítem 09. El personal cuenta con habilidades y destrezas para la ejecución del servicio.

Tabla 19: Estadísticos del Ítem 09 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,36
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,790
Varianza		,623

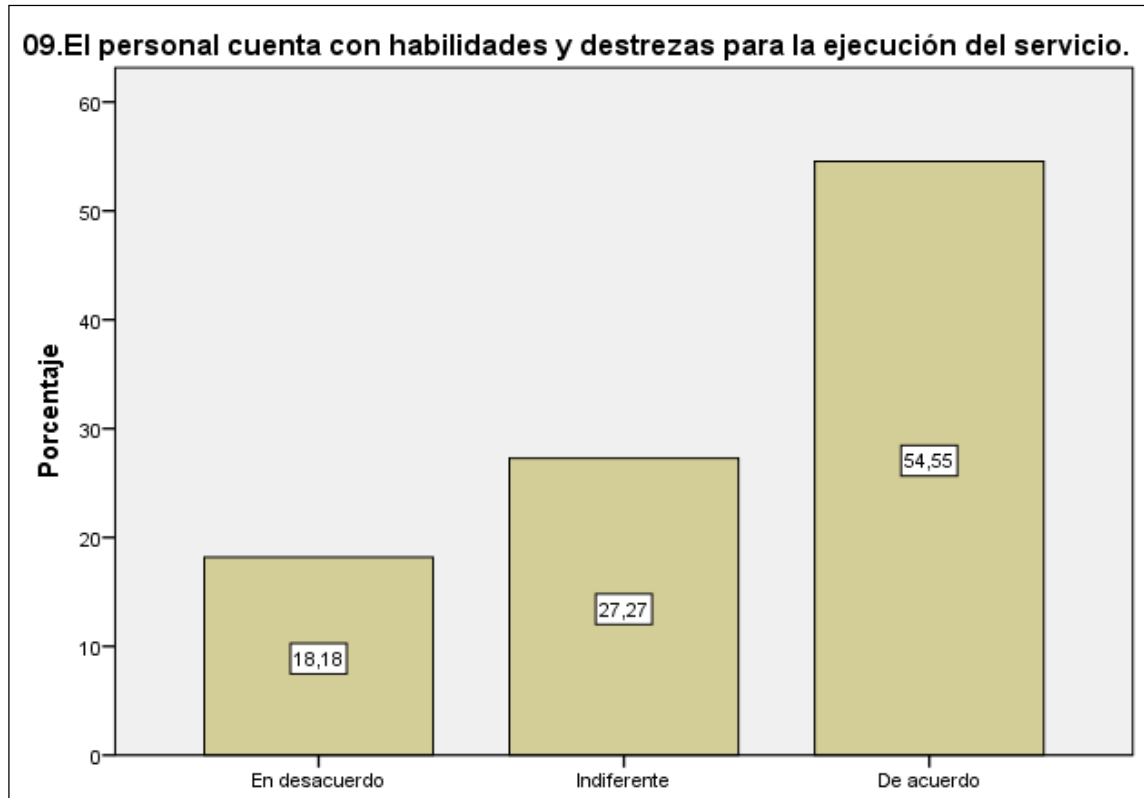
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 20: Frecuencia del Ítem 09- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	4	18,2	18,2
	Indiferente	6	27,3	45,5
	De acuerdo	12	54,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 13: Frecuencia del Ítem 09 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 20 y la Figura 13 el 54.55% están de acuerdo en lo referente a que el personal cuenta con habilidades y destrezas para la ejecución del servicio, y un 27.27% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 19, con una media de 3.36.

Ítem 10. El personal ha sido capacitado.

Tabla 21: Estadísticos del Ítem 10 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,18
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,588
Varianza		,346

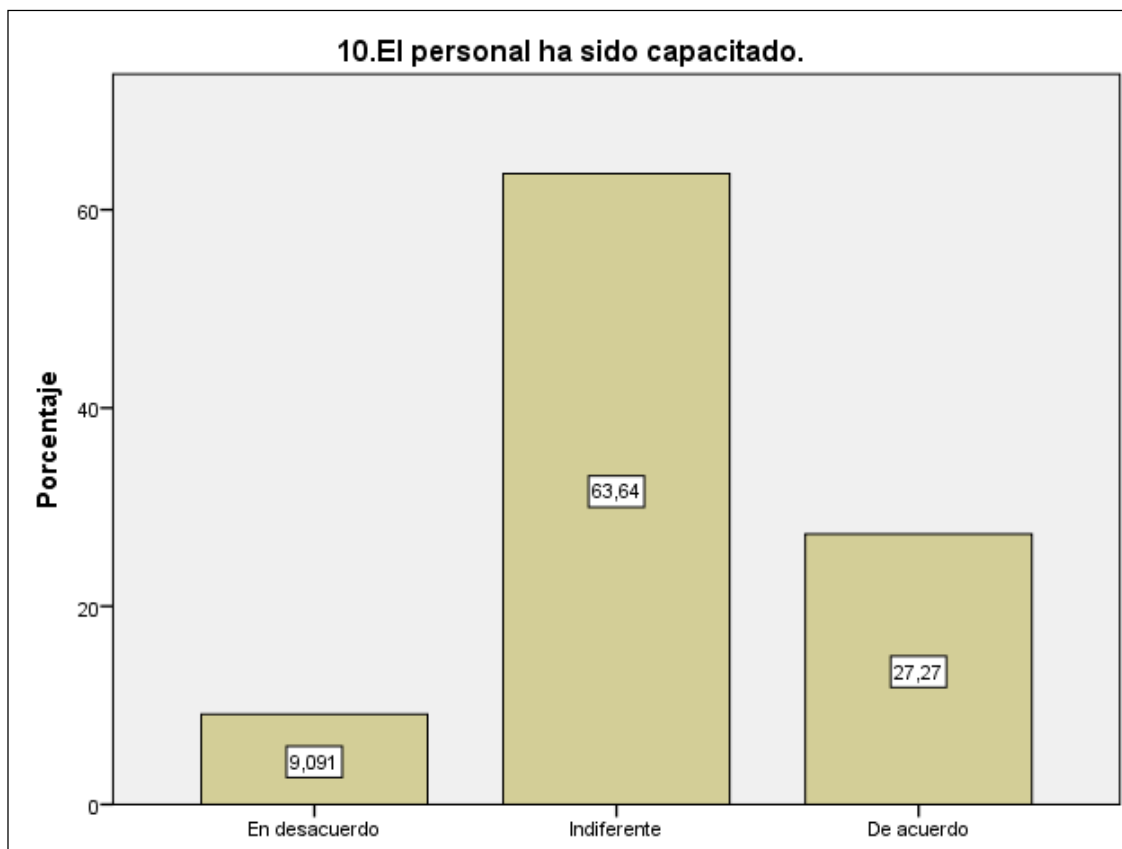
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 22: Frecuencia del Ítem 10- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	9,1	9,1	9,1
Indiferente	14	63,6	63,6	72,7
De acuerdo	6	27,3	27,3	100,0
Válidos				
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 14: Frecuencia del Ítem 10 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 22 y la Figura 14 el 27.27% están de acuerdo en lo referente a que el personal ha sido capacitado, y un 63.64% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 22, con una media de 3.18.

Ítem 11. El personal cuenta con conocimiento para la ejecución de sus labores.

Tabla 23: Estadísticos del Ítem 11 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,55
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,510
Varianza		,260

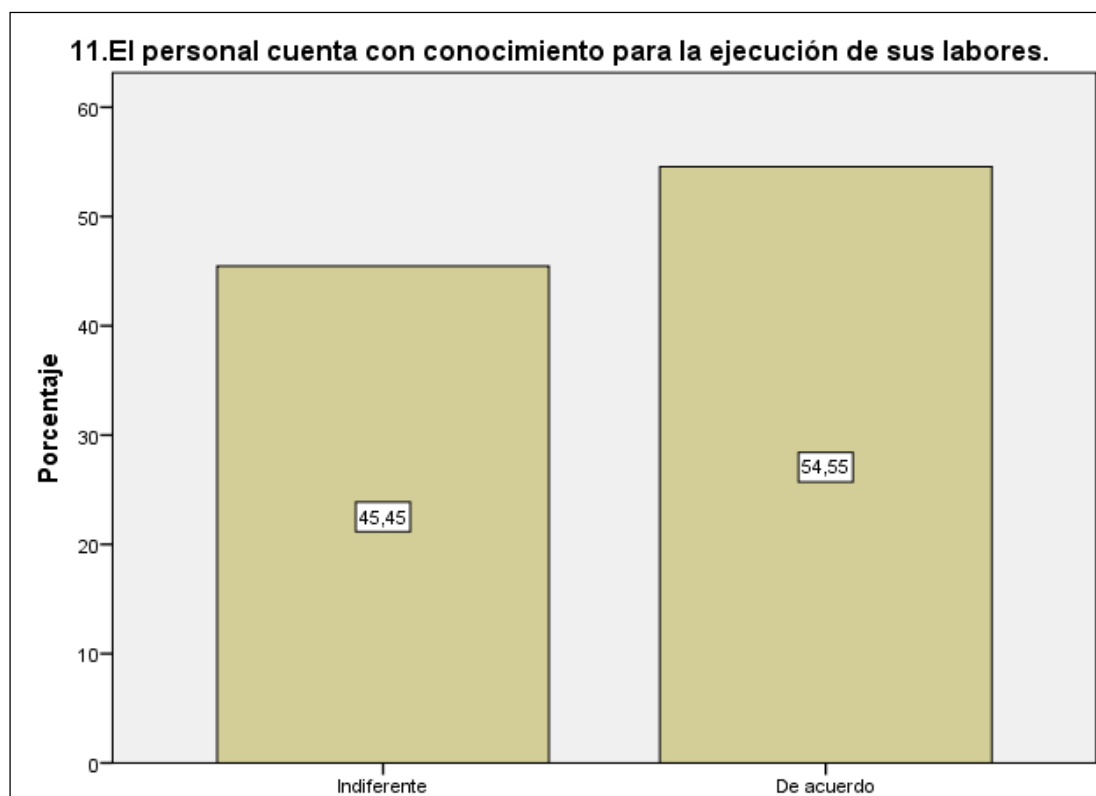
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 24: Frecuencia del Ítem 11- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	10	45,5	45,5	45,5
Válidos De acuerdo	12	54,5	54,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 15: Frecuencia del Ítem 11 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 24 y la Figura 15 el 54.55% están de acuerdo en lo referente a que el personal cuenta con conocimiento para la ejecución de sus labores, y un 45.45% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 23, con una media de 3.55.

DIMENSIÓN: CORTESIA

Ítem 12. El personal es respetuoso y amable en la atención al cliente.

Tabla 25: Estadísticos del Ítem 12 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,68
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,945
Varianza		,894

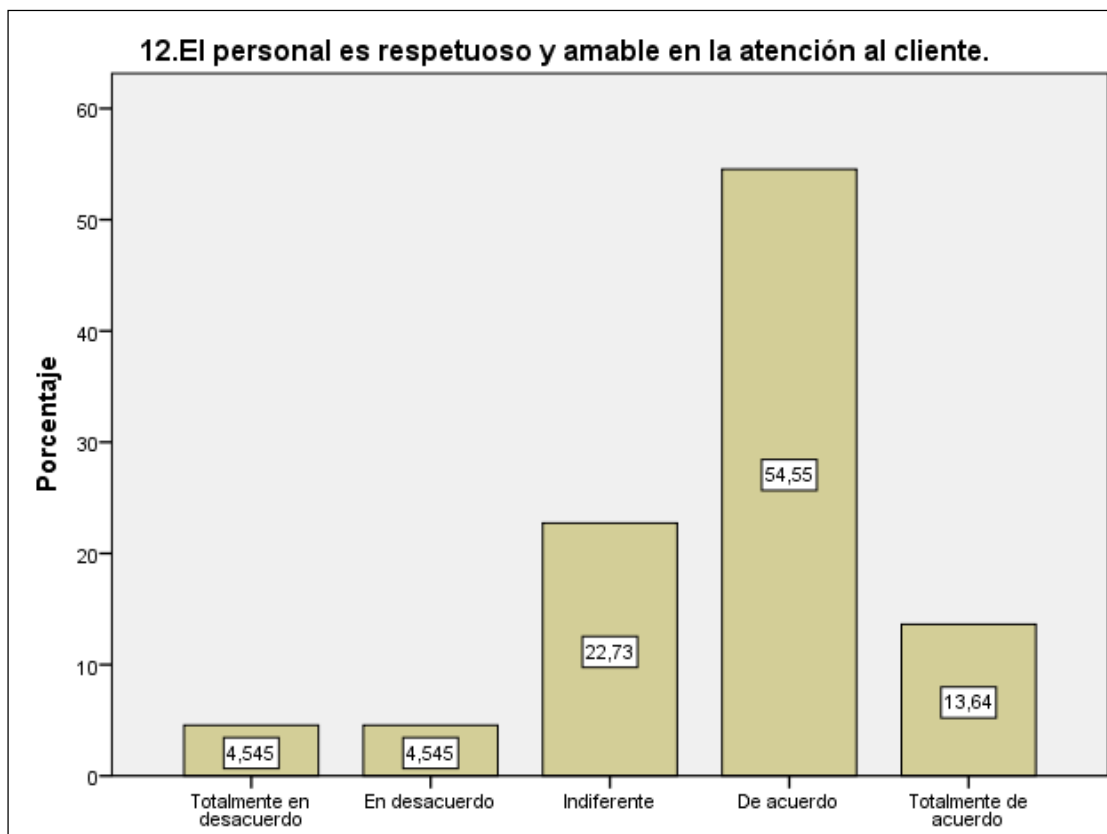
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 26: Frecuencia del Ítem 12- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	4,5	4,5
	En desacuerdo	1	4,5	9,1
	Indiferente	5	22,7	22,7
	De acuerdo	12	54,5	86,4
	Totalmente de acuerdo	3	13,6	100,0
	Total	22	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 16: Frecuencia del Ítem 12 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 26 y la Figura 16 el 54,55% y el 13,64% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que el personal es respetuoso y amable en la atención al cliente, haciendo un acumulado de 68,19% y un 22,73% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 25, con una media de 3,68.

Ítem 13. El personal es atento con las necesidades del cliente.

Tabla 27: Estadísticos del Ítem 13 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,14
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		1,037
Varianza		1,076

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 28: Frecuencia del Ítem 13- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	4,5	4,5	4,5
En desacuerdo	5	22,7	22,7	27,3
Válidos Indiferente	8	36,4	36,4	63,6
De acuerdo	6	27,3	27,3	90,9
Totalmente de acuerdo	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 17: Frecuencia del Ítem 13 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 28 y la Figura 17 el 27.27% y el 9.09% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que el personal es respetuoso y amable en la atención al cliente, haciendo un acumulado de 36.36% y un 36.36% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 27, con una media de 3.14.

DIMENSIÓN: CREDIBILIDAD

Ítem 14. El servicio que ofrece la empresa es serio y veraz.

Tabla 29: Estadísticos del Ítem 14 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,41
Mediana		3,50
Moda		4
Desv. típ.		,854
Varianza		,729

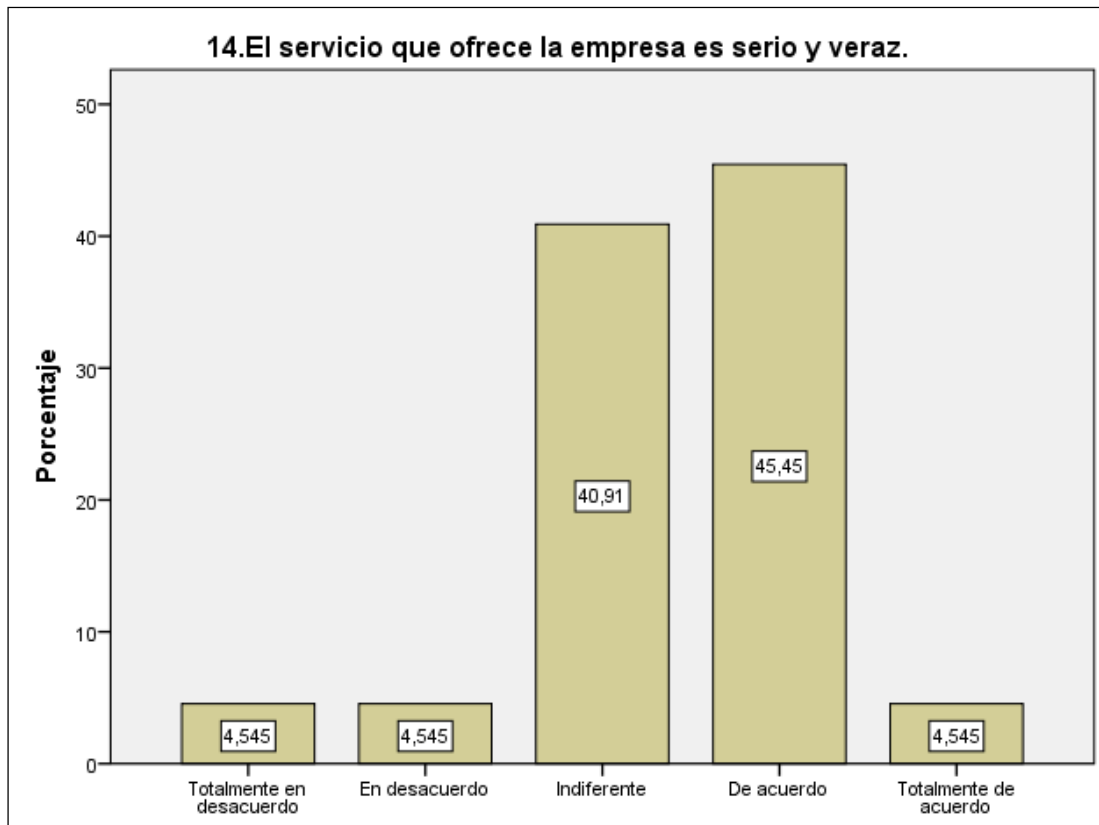
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 30: Frecuencia del Ítem 14- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	4,5	4,5	4,5
En desacuerdo	1	4,5	4,5	9,1
Válidos Indiferente	9	40,9	40,9	50,0
De acuerdo	10	45,5	45,5	95,5
Totalmente de acuerdo	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 18: Frecuencia del Ítem 14 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 30 y la Figura 18 el 45.45% y el 4.54% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que el servicio que ofrece la empresa es serio y veraz, haciendo un acumulado de 50% y un 40.91% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 29, con una media de 3.41.

Ítem 15. El comportamiento del personal de la empresa inspira confianza.

Tabla 31: Estadísticos del Ítem 15 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,41
Mediana		3,50
Moda		3 ^a
Desv. típ.		1,098
Varianza		1,206

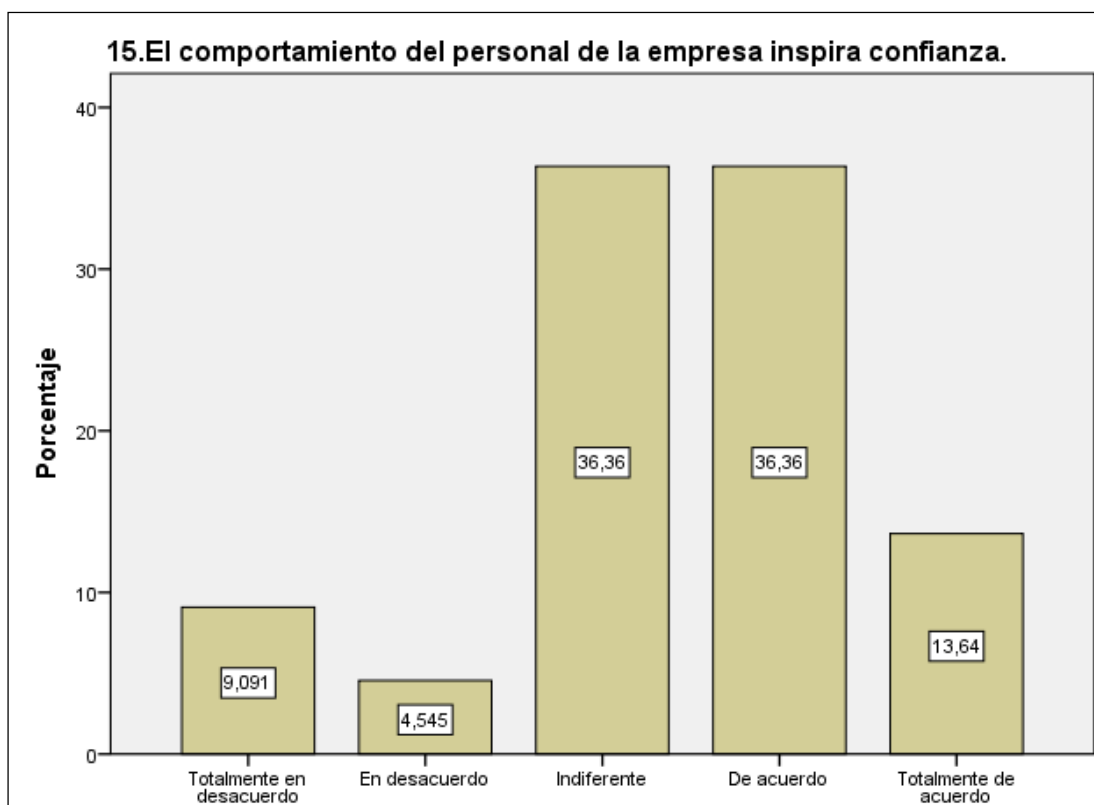
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 32: Frecuencia del Ítem 15- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	9,1	9,1	9,1
En desacuerdo	1	4,5	4,5	13,6
Válidos Indiferente	8	36,4	36,4	50,0
De acuerdo	8	36,4	36,4	86,4
Totalmente de acuerdo	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 19: Frecuencia del Ítem 15 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 32 y la Figura 19 el 36.36% y el 13.64% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que el comportamiento del personal de la empresa inspira confianza, haciendo un acumulado de 50% y un 36.36% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 31, con una media de 3.41.

DIMENSIÓN: SEGURIDAD

Ítem 16. Las unidades de transporte de la empresa están asegurados con una prima de seguro.

Tabla 33: Estadísticos del Ítem 16 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,41
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,734
Varianza		,539

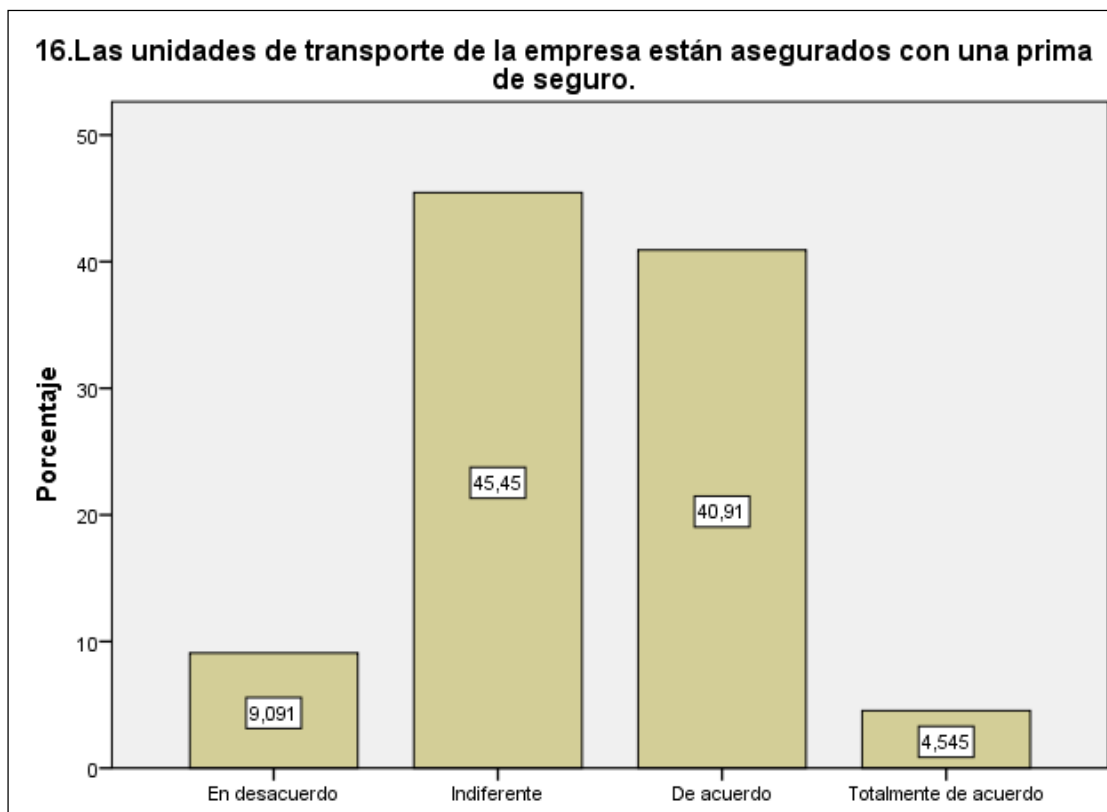
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 34: Frecuencia del Ítem 16- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	En desacuerdo	2	9,1	9,1
	Indiferente	10	45,5	54,5
Válidos	De acuerdo	9	40,9	95,5
	Totalmente de acuerdo	1	4,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 20: Frecuencia del Ítem 16 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Elaboración: Propia

Según la Tabla 34 y la Figura 20 el 40.91% y el 4.54% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que las unidades de transporte de la empresa están asegurados con una prima de seguro, haciendo un acumulado de 45.45% y un 45.45% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 33, con una media de 3.41.

Ítem 17. La empresa cuenta con programas de mantenimiento de sus vehículos y equipos.

Tabla 35: Estadísticos del Ítem 17 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,68
Mediana		4,00
Moda		3
Desv. típ.		,716
Varianza		,513

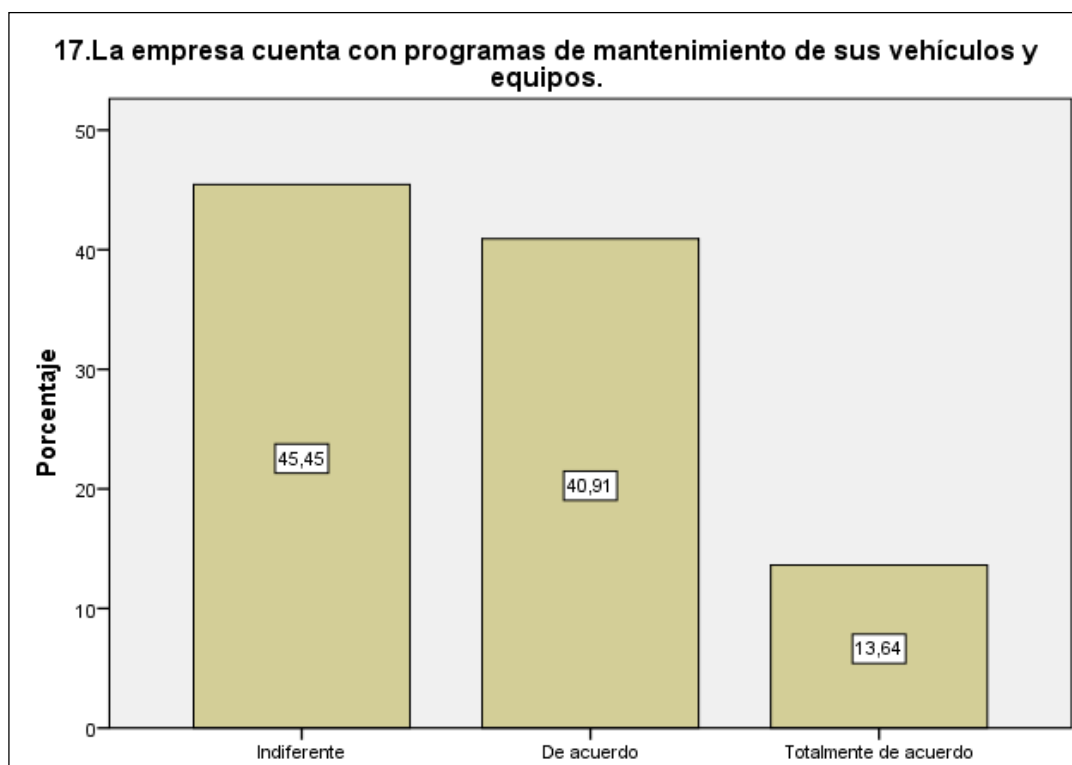
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 36: Frecuencia del Ítem 17- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	10	45,5	45,5	45,5
De acuerdo	9	40,9	40,9	86,4
Totalmente de acuerdo	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 21: Frecuencia del Ítem 17 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 36 y la Figura 21 el 40.91% y el 13.64% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que la empresa cuenta con programas de mantenimiento de sus vehículos y equipos, haciendo un acumulado de 54.55% y un 45.45% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 35, con una media de 3.68.

Ítem 18. Los vehículos cuentan con equipos de seguridad como extintores, botiquín, etc.

Tabla 37: Estadísticos del Ítem 18 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,41
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,734
Varianza		,539

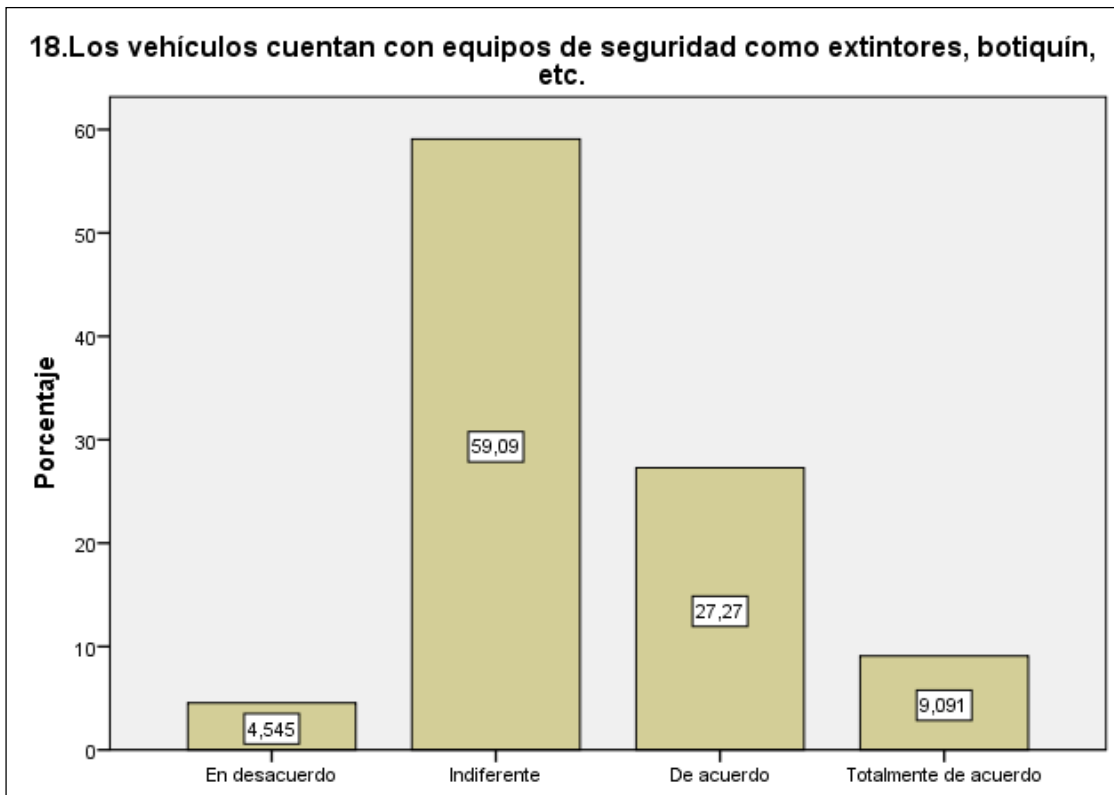
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 38: Frecuencia del Ítem 18- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	4,5	4,5	4,5
Indiferente	13	59,1	59,1	63,6
Válidos De acuerdo	6	27,3	27,3	90,9
Totalmente de acuerdo	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 22: Frecuencia del Ítem 18 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Elaboración: Propia

Según la Tabla 38 y la Figura 22 el 27.27% y el 9.09% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que los vehículos cuentan con equipos de seguridad como extintores, botiquín, etc., haciendo un acumulado de 36.36% y un 59.09% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 37, con una media de 3.41.

Ítem 19. Los vehículos de transporte de la empresa cuentan con instalación de GPS.

Tabla 39: Estadísticos del Ítem 19 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,73
Mediana		3,50
Moda		3
Desv. típ.		,827
Varianza		,684

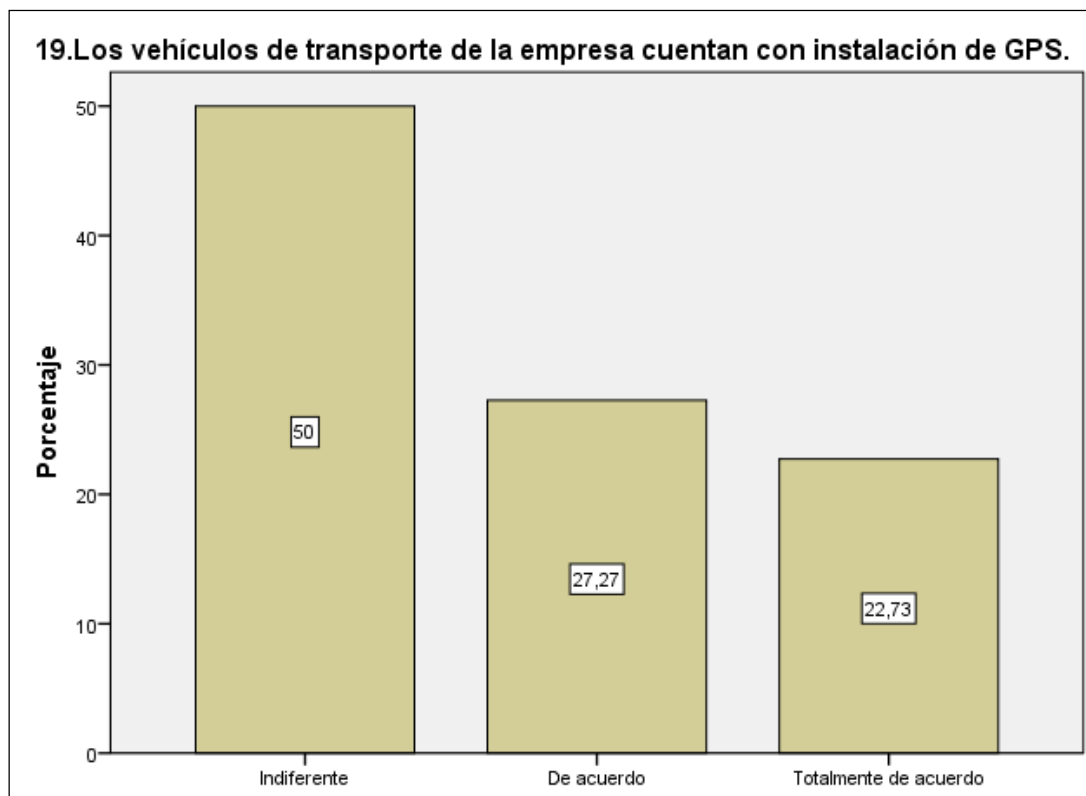
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 40: Frecuencia del Ítem 19- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	11	50,0	50,0	50,0
De acuerdo	6	27,3	27,3	77,3
Totalmente de acuerdo	5	22,7	22,7	100,0
Válidos				
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 23: Frecuencia del Ítem 19 – C.S.



**Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia**

Según la Tabla 40 y la Figura 23 el 27.27% y el 22.73% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que los vehículos de transporte de la empresa cuentan con instalación de GPS, haciendo un acumulado de 50% y un 50% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 39, con una media de 3.73.

Ítem 20. La empresa cuenta con vehículos suficientes para la reposición de unidades vehiculares inoperativos.

Tabla 41: Estadísticos del Ítem 20 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,55
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,800
Varianza		,641

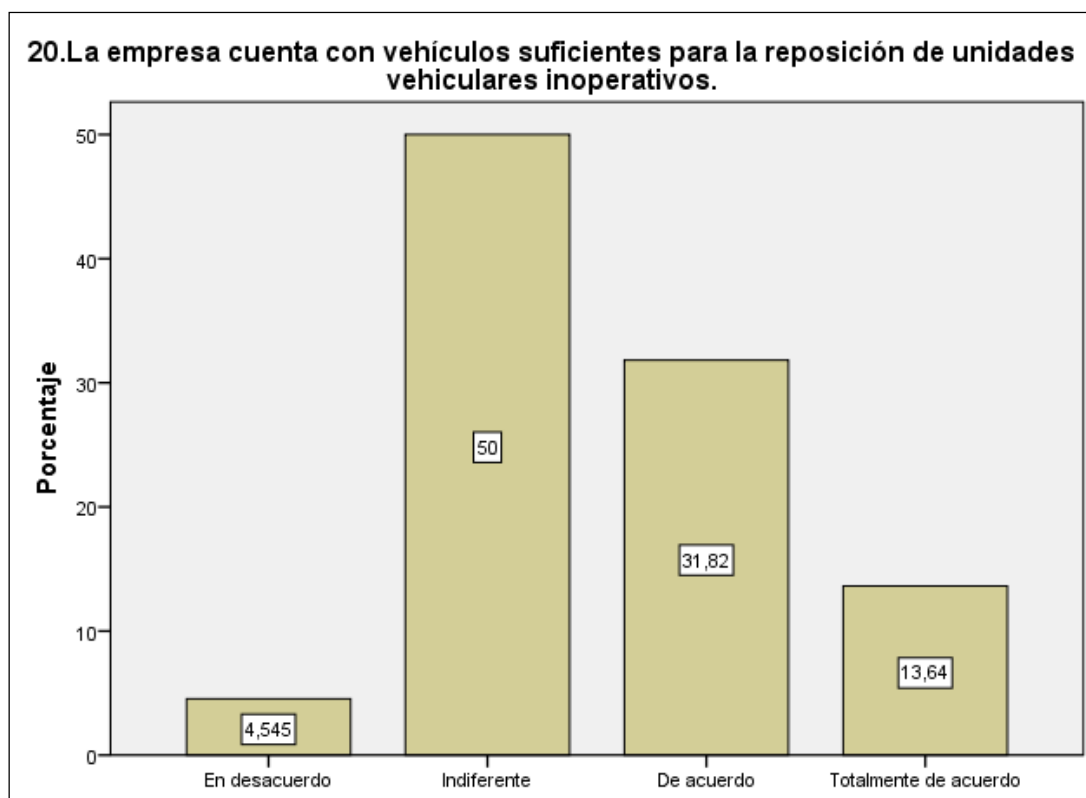
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 42: Frecuencia del Ítem 20- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	4,5	4,5	4,5
Indiferente	11	50,0	50,0	54,5
Válidos De acuerdo	7	31,8	31,8	86,4
Totalmente de acuerdo	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 24: Frecuencia del Ítem 20 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Elaboración: Propia

Según la Tabla 42 y la Figura 24 el 31.82% y el 13.64% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que la empresa cuenta con vehículos suficientes para la reposición de unidades vehiculares inoperativos, haciendo un acumulado de 45.46% y un 50% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 41, con una media de 3.55.

Ítem 21. La empresa asume la reposición de las mercancías, maquinarias o bienes en caso de robo, accidentes, fenómenos naturales, etc.

Tabla 43: Estadísticos del Ítem 21 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,00
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,926
Varianza		,857

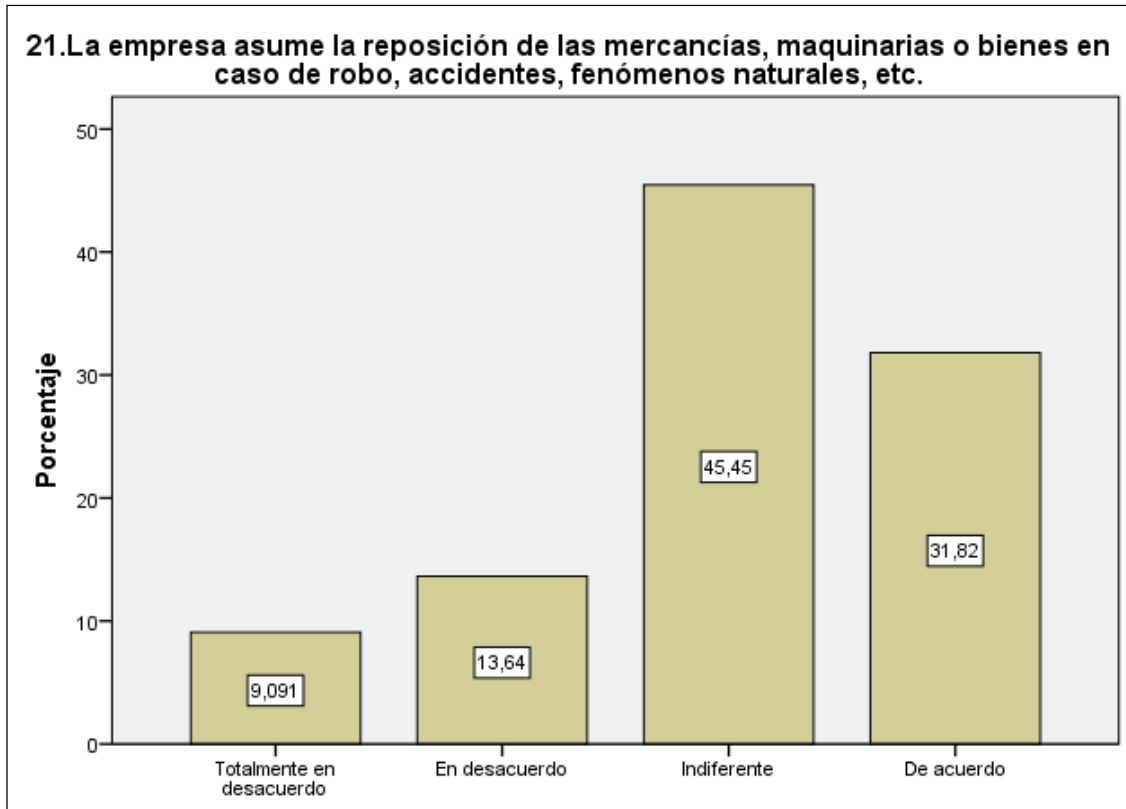
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 44: Frecuencia del Ítem 21- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	9,1	9,1	9,1
En desacuerdo	3	13,6	13,6	22,7
Válidos Indiferente	10	45,5	45,5	68,2
De acuerdo	7	31,8	31,8	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 25: Frecuencia del Ítem 21 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 44 y la Figura 25 el 31.82% están de acuerdo en lo referente a que la empresa asume la reposición de las mercancías, maquinarias o bienes en caso de robo, accidentes, fenómenos naturales, etc; y un 45.45% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 43, con una media de 3.00.

Ítem 22. Se sienten seguro con el servicio prestado por la empresa SERBALAZO.

Tabla 45: Estadísticos del Ítem 22 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,73
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,883
Varianza		,779

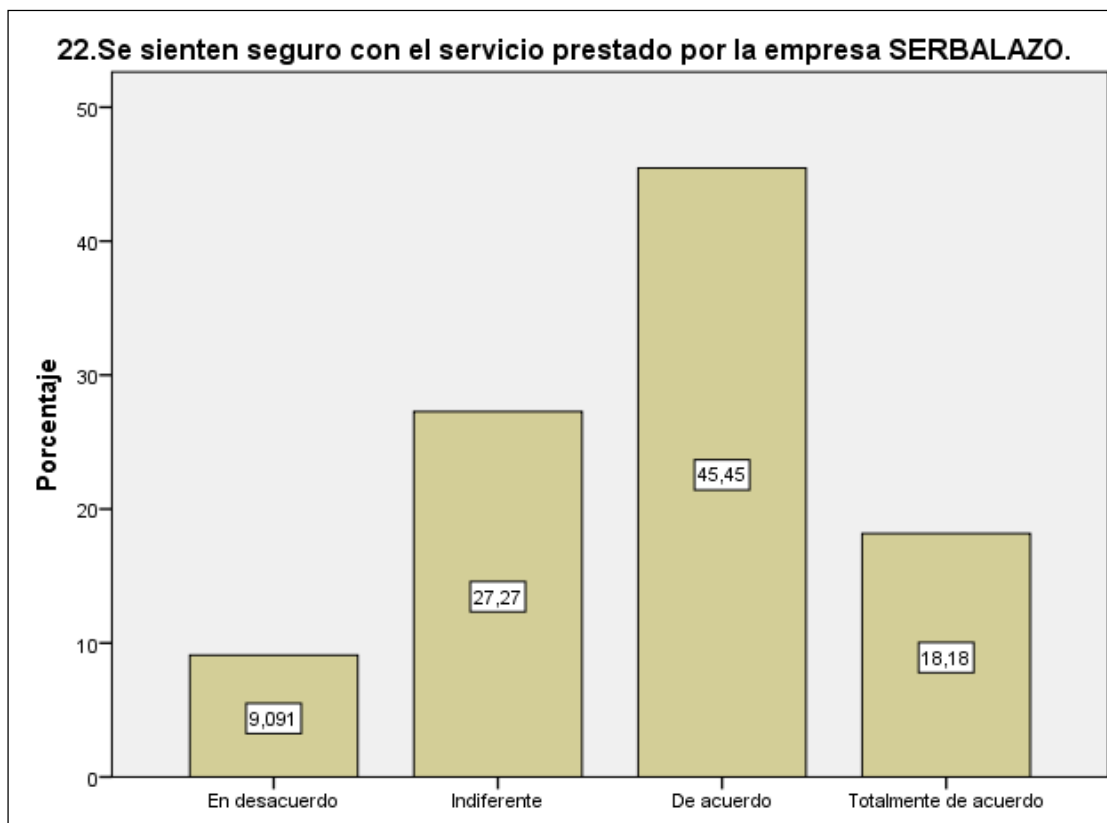
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 46: Frecuencia del Ítem 22- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	9,1	9,1	9,1
Indiferente	6	27,3	27,3	36,4
Válidos De acuerdo	10	45,5	45,5	81,8
Totalmente de acuerdo	4	18,2	18,2	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 26: Frecuencia del Ítem 22 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 46 y la Figura 26 el 45.45% y el 18.18% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que los clientes se sienten seguro con el servicio prestado por la empresa SERBALAZO, haciendo un acumulado de 63.63% y un 27.27% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 45, con una media de 3.73.

DIMENSIÓN: COMPRENSIÓN AL CLIENTE

Ítem 23. La empresa tiene conocimiento de las necesidades de los clientes.

Tabla 47: Estadísticos del Ítem 23 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,05
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		1,046
Varianza		1,093

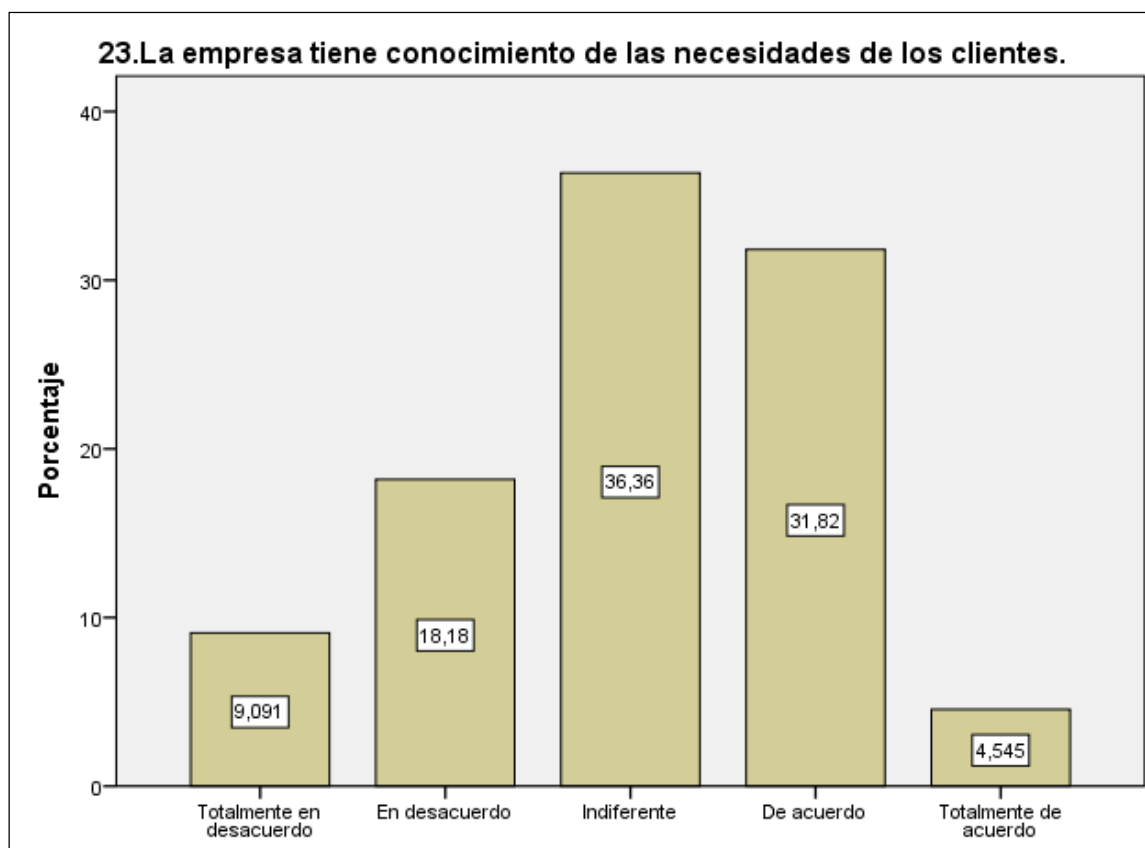
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 48: Frecuencia del Ítem 23- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	9,1	9,1	9,1
En desacuerdo	4	18,2	18,2	27,3
Válidos Indiferente	8	36,4	36,4	63,6
De acuerdo	7	31,8	31,8	95,5
Totalmente de acuerdo	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 27: Frecuencia del Ítem 23 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 48 y la Figura 27 el 31.82% y el 4.54% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que la empresa tiene conocimiento de las necesidades de los clientes, haciendo un acumulado de 36.36% y un 36.36% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 47, con una media de 3.05.

Ítem 24. La empresa cuenta con un buzón de sugerencias para un mejor servicio.

Tabla 49: Estadísticos del Ítem 24 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		2,73
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		1,202
Varianza		1,446

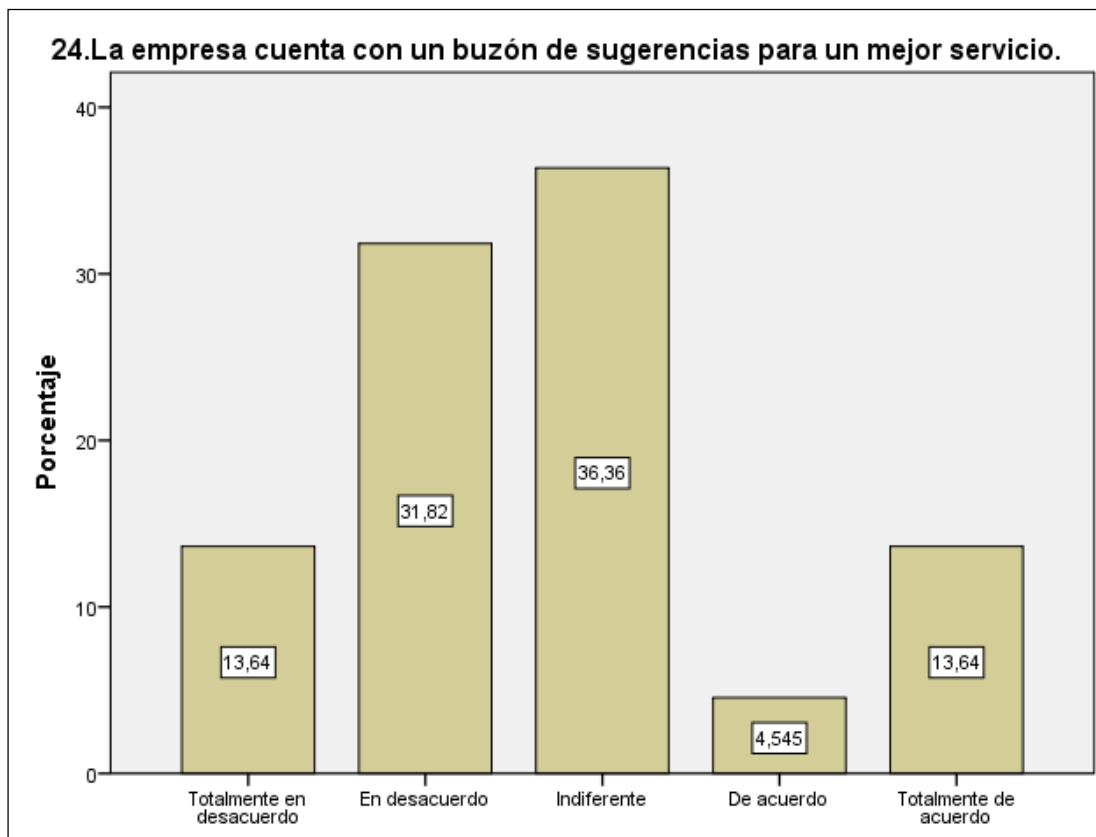
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 50: Frecuencia del Ítem 24- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	13,6	13,6	13,6
En desacuerdo	7	31,8	31,8	45,5
Indiferente	8	36,4	36,4	81,8
De acuerdo	1	4,5	4,5	86,4
Totalmente de acuerdo	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 28: Frecuencia del Ítem 24 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 50 y la Figura 28 el 4.54% y el 13.64% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que la empresa cuenta con un buzón de sugerencias para un mejor servicio, haciendo un acumulado de 18.18% y un 36.36% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 49, con una media de 2.73.

Ítem 25. La empresa ha implementado medios de comunicación como cartas, e-mail, redes sociales, vía celular y/o teléfono, otros; para una mejor comprensión con sus clientes.

Tabla 51: Estadísticos del Ítem 25 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,73
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,827
Varianza		,684

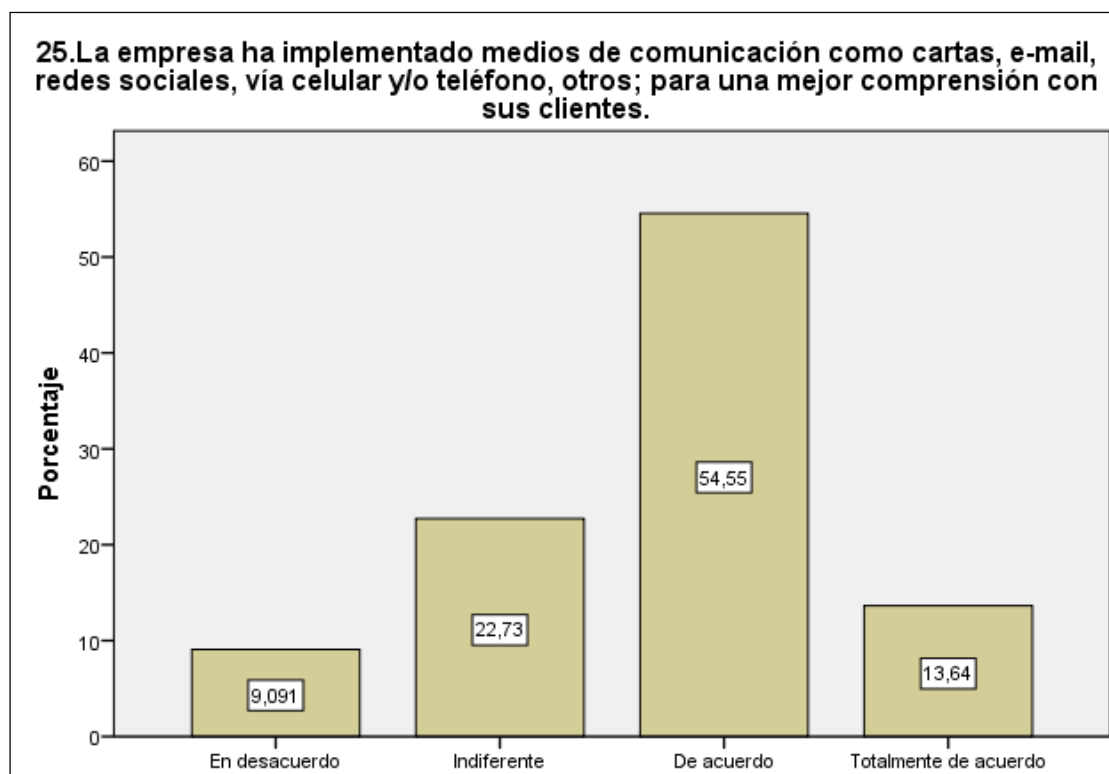
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 52: Frecuencia del Ítem 25- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	9,1	9,1	9,1
Indiferente	5	22,7	22,7	31,8
Válidos De acuerdo	12	54,5	54,5	86,4
Totalmente de acuerdo	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 29: Frecuencia del Ítem 25 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Elaboración: Propia

Según la Tabla 52 y la Figura 29 el 54.55% y el 13.64% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que la empresa ha implementado medios de comunicación como cartas, e-mail, redes sociales, vía celular y/o teléfono, otros; para una mejor comprensión con sus clientes, haciendo un acumulado de 68.19% y un 22.73% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 51, con una media de 3.73.

Ítem 26. La empresa de servicios SERBALAZO tiene horarios de trabajo convenientes para sus clientes.

Tabla 53: Estadísticos del Ítem 26 – Encuesta Calidad de Servicio.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,23
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,752
Varianza		,565
Suma		71

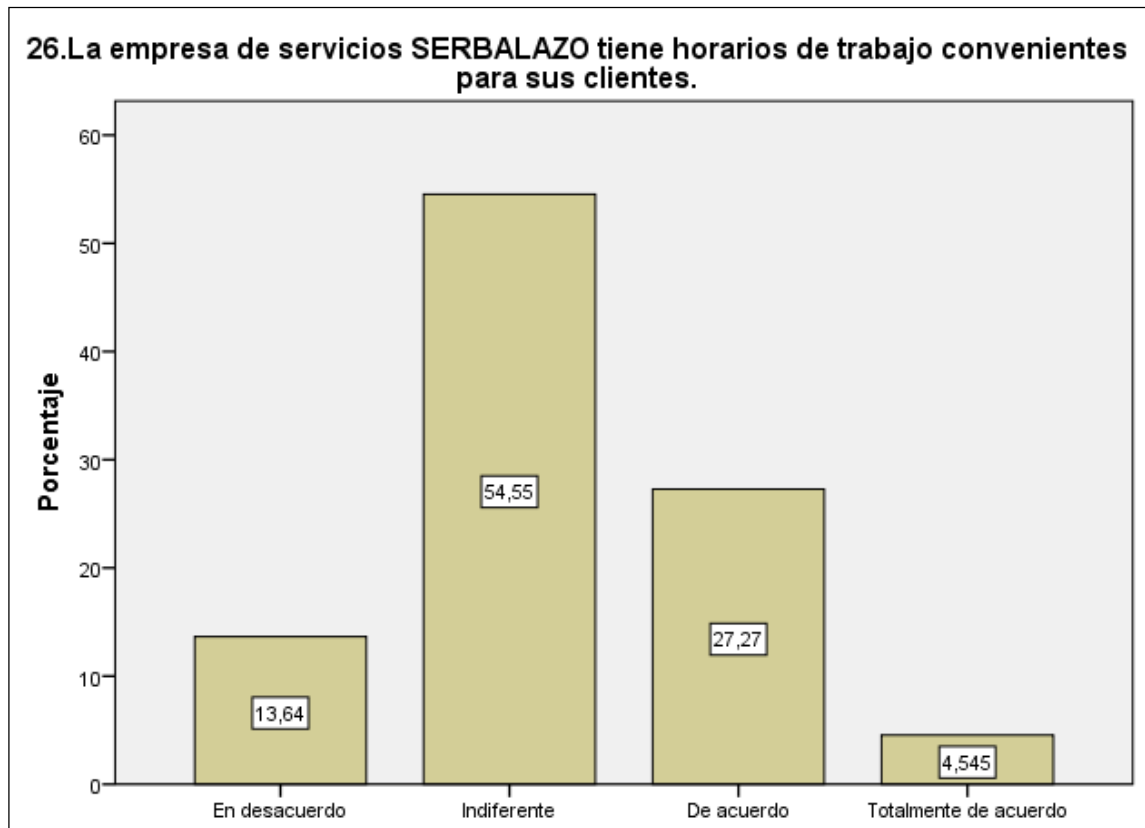
Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Tabla 54: Frecuencia del Ítem 26- Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	3	13,6	13,6	13,6
Indiferente	12	54,5	54,5	68,2
Válidos De acuerdo	6	27,3	27,3	95,5
Totalmente de acuerdo	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.

Figura 30: Frecuencia del Ítem 26 – C.S.



Fuente: Encuesta Calidad de Servicio.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 54 y la Figura 30 el 27.27% y el 4.54% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente a que la empresa de servicios SERBALAZO tiene horarios de trabajo convenientes para sus clientes, haciendo un acumulado de 31.81% y un 54.55% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 53, con una media de 3.23.

4.1.2. Sección N° 02: cuestionario sobre logística de distribución
Frecuencias

DIMENSIÓN: GESTIÓN DE TIEMPOS

Ítem 01. Como valoraría el tiempo de servicio de transporte prestado por el Servicio Courier.

Tabla 55: Estadísticos del Ítem 01 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,45
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,739
Varianza		,545

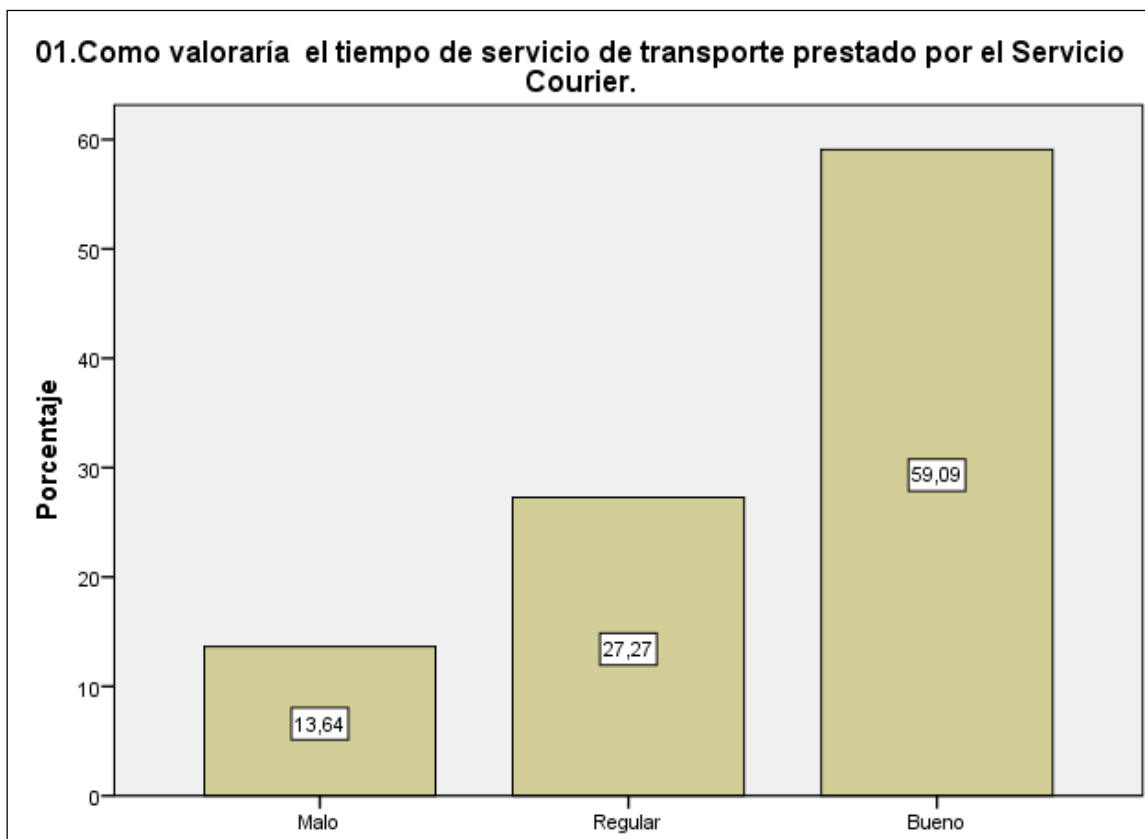
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 56: Frecuencia del Ítem 01- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	3	13,6	13,6	13,6
Regular	6	27,3	27,3	40,9
Bueno	13	59,1	59,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 31: Frecuencia del Ítem 01 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 56 y la Figura 31 el 59.09% califica como bueno el tiempo de servicio de transporte prestado por el Servicio Courier, y un 27.27% lo califica como regular; resultado que es verificado según Tabla 55, con una media de 3.45.

Ítem 02. Como valoraría el tiempo de servicio prestado por el Transporte de maquinaria pesada.

Tabla 57: Estadísticos del Ítem 02 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,36
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,492
Varianza		,242

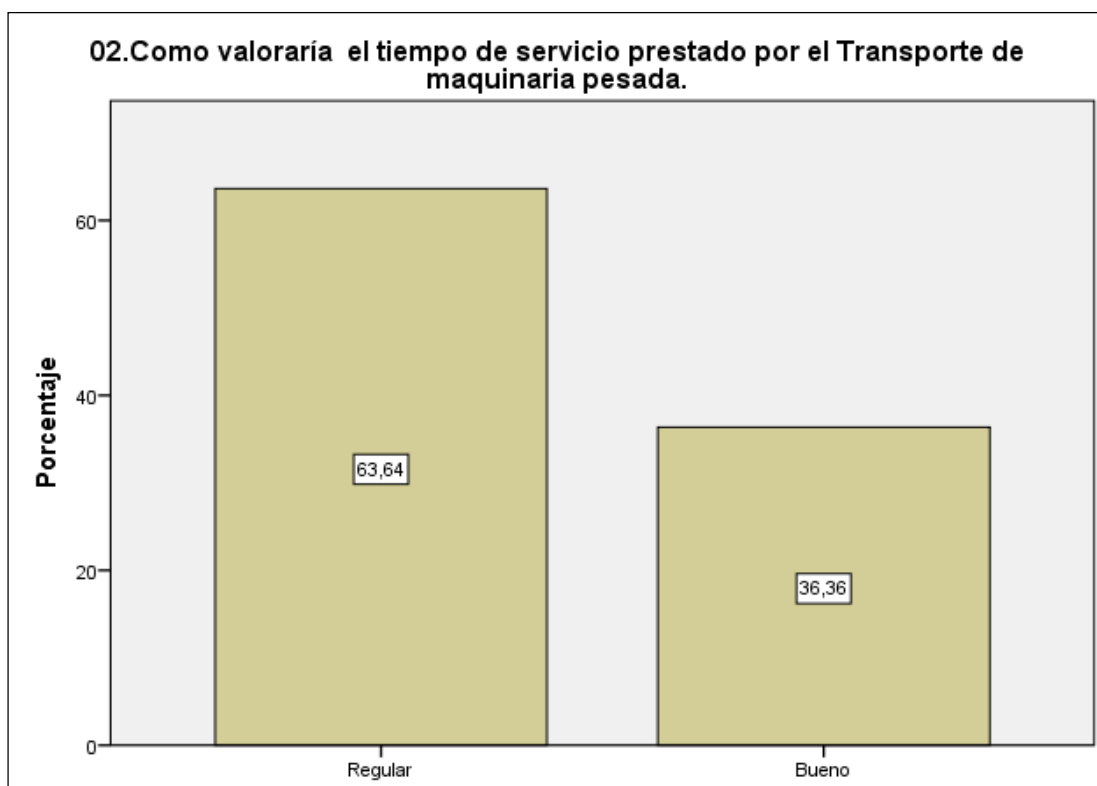
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 58: Frecuencia del Ítem 02- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	14	63,6	63,6	63,6
Válidos Bueno	8	36,4	36,4	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 32: Frecuencia del Ítem 02 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 58 y la Figura 32 el 36.36% califica como bueno el tiempo de servicio prestado por el Transporte de maquinaria pesada, y un 63.64% lo califica como regular; resultado que es verificado según Tabla 57, con una media de 3.36.

Ítem 03. Como valoraría el tiempo de servicio prestado por el Transporte de mercancías pesadas.

Tabla 59: Estadísticos del Ítem 03 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,27
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,767
Varianza		,589

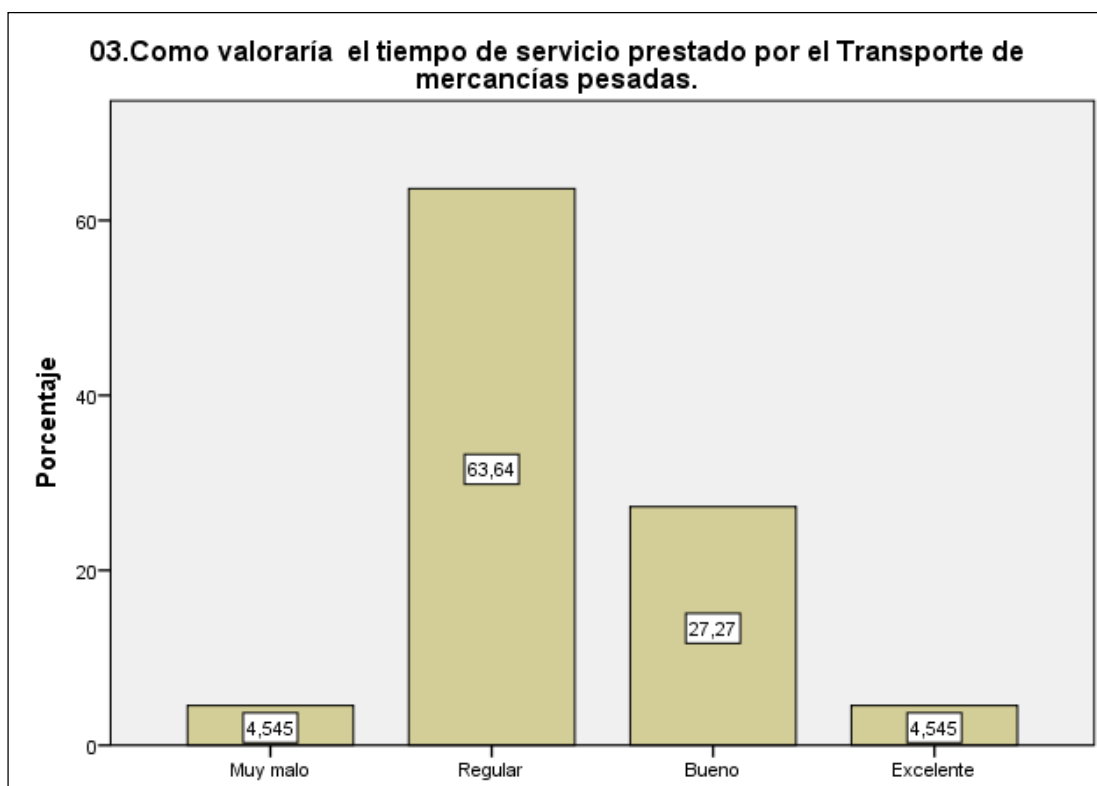
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 60: Frecuencia del Ítem 03- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	1	4,5	4,5	4,5
Regular	14	63,6	63,6	68,2
Válidos Bueno	6	27,3	27,3	95,5
Excelente	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 33: Frecuencia del Ítem 03 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 60 y la Figura 33 el 27.27% y el 4.54% califica como bueno y excelente respectivamente el tiempo de servicio prestado por el Transporte de mercancías pesadas., y un 63.64% lo califica como regular; resultado que es verificado según Tabla 59, con una media de 3.27.

Ítem 04. Cuenta la empresa con capacidad de transporte para el servicio de maquinaria pesada.

Tabla 61: Estadísticos del Ítem 04 – Encuesta Logística de Distribución.

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,55
Mediana		3,50
Moda		3
Desv. típ.		,739
Varianza		,545

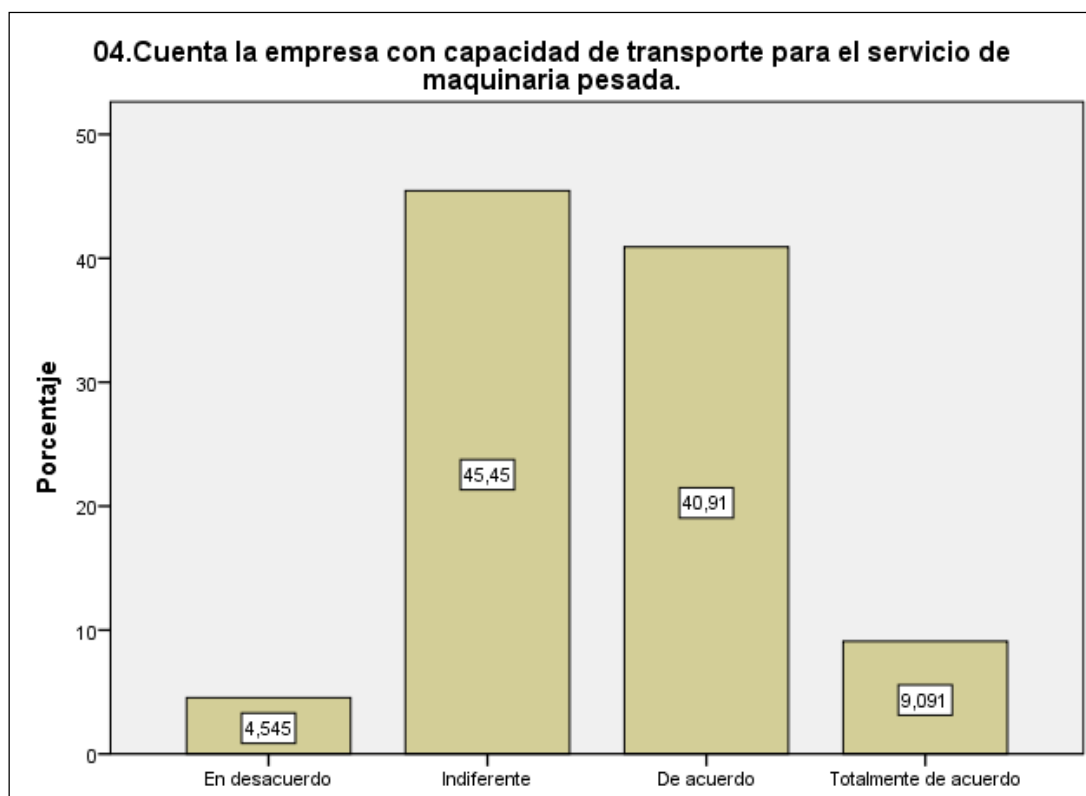
Fuente: Encuesta Logística de

Tabla 62: Frecuencia del Ítem 04- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	4,5	4,5	4,5
Indiferente	10	45,5	45,5	50,0
Válidos De acuerdo	9	40,9	40,9	90,9
Totalmente de acuerdo	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 34: Frecuencia del Ítem 04 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 62 y la Figura 34 el 40.91% y el 9.09% están de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente con que la empresa cuenta con capacidad de transporte para el servicio de maquinaria pesada y un 45.45% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 61, con una media de 3.55.

Ítem 05. Cuenta la empresa con capacidad de transporte para el servicio de mercancía pesada.

Tabla 63: Estadísticos del Ítem 05 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,50
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,740
Varianza		,548

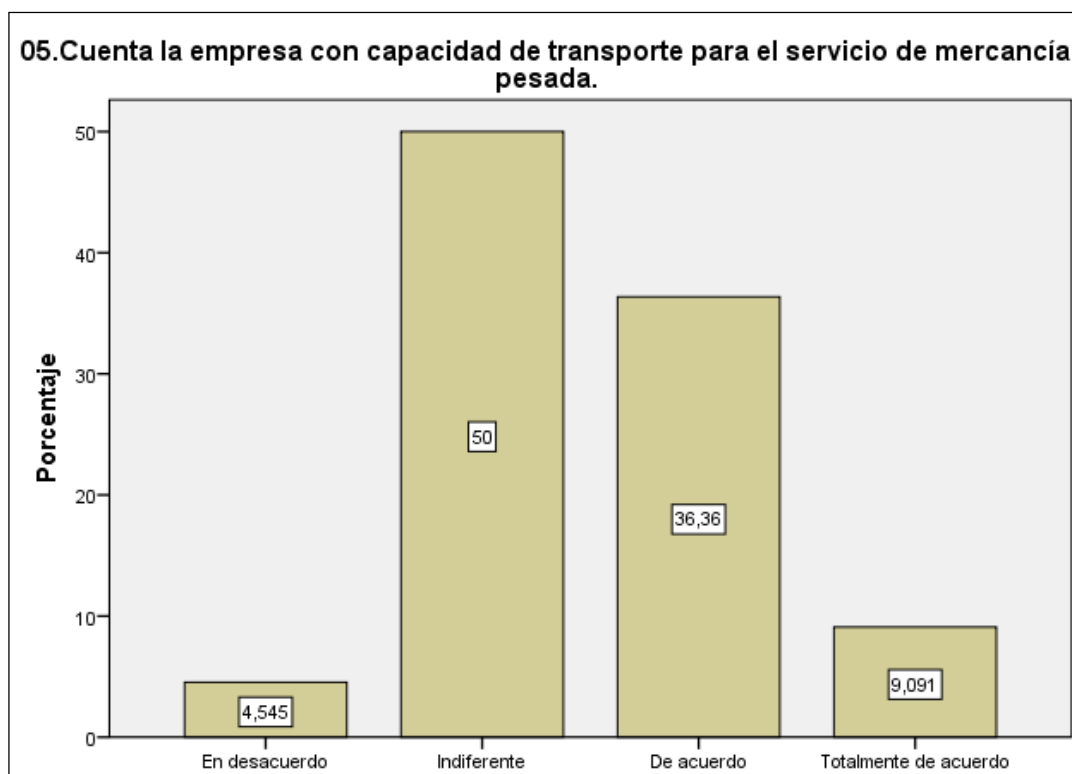
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 64: Frecuencia del Ítem 05 - Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	4,5	4,5	4,5
Indiferente	11	50,0	50,0	54,5
Válidos De acuerdo	8	36,4	36,4	90,9
Totalmente de acuerdo	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 35: Frecuencia del Ítem 05 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Elaboración: Propia

Según la Tabla 64 y la Figura 35 el 36.36% y el 9.09% están de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente con que la empresa cuenta con capacidad de transporte para el servicio de maquinaria pesada; haciendo un acumulado de 45.45% y un 50% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 63, con una media de 3.50.

Ítem 06. Cuenta la empresa con capacidad de transporte para el servicio Courier.

Tabla 65: Estadísticos del Ítem 06 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,91
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,294
Varianza		,087

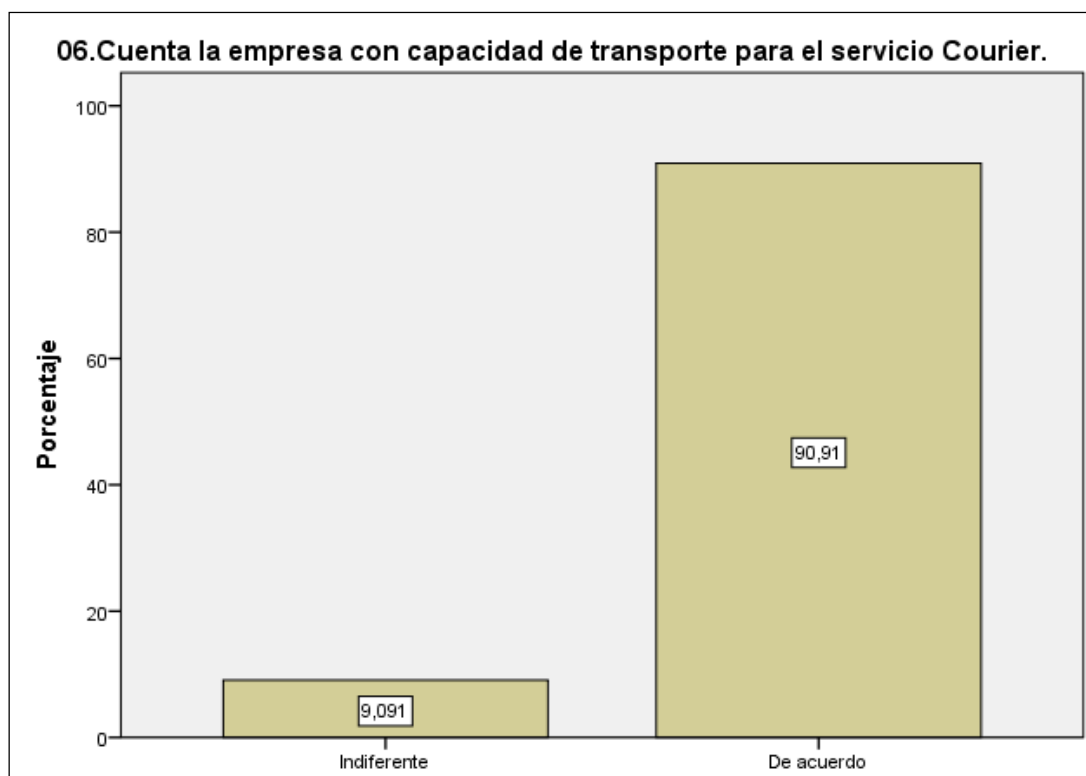
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 66: Frecuencia del Ítem 06- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	2	9,1	9,1	9,1
Válidos De acuerdo	20	90,9	90,9	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 36: Frecuencia del Ítem 06 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 66 y la Figura 36 el 90.91% están de acuerdo con que la empresa cuenta con capacidad de transporte para el servicio Courier, y un 9.09% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 65, con una media de 3.91.

Ítem 07. Con qué frecuencia usa el servicio de transporte de Servicio Courier.

Tabla 67: Estadísticos del Ítem 07 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		2,95
Mediana		3,00
Moda		2
Desv. típ.		,950
Varianza		,903

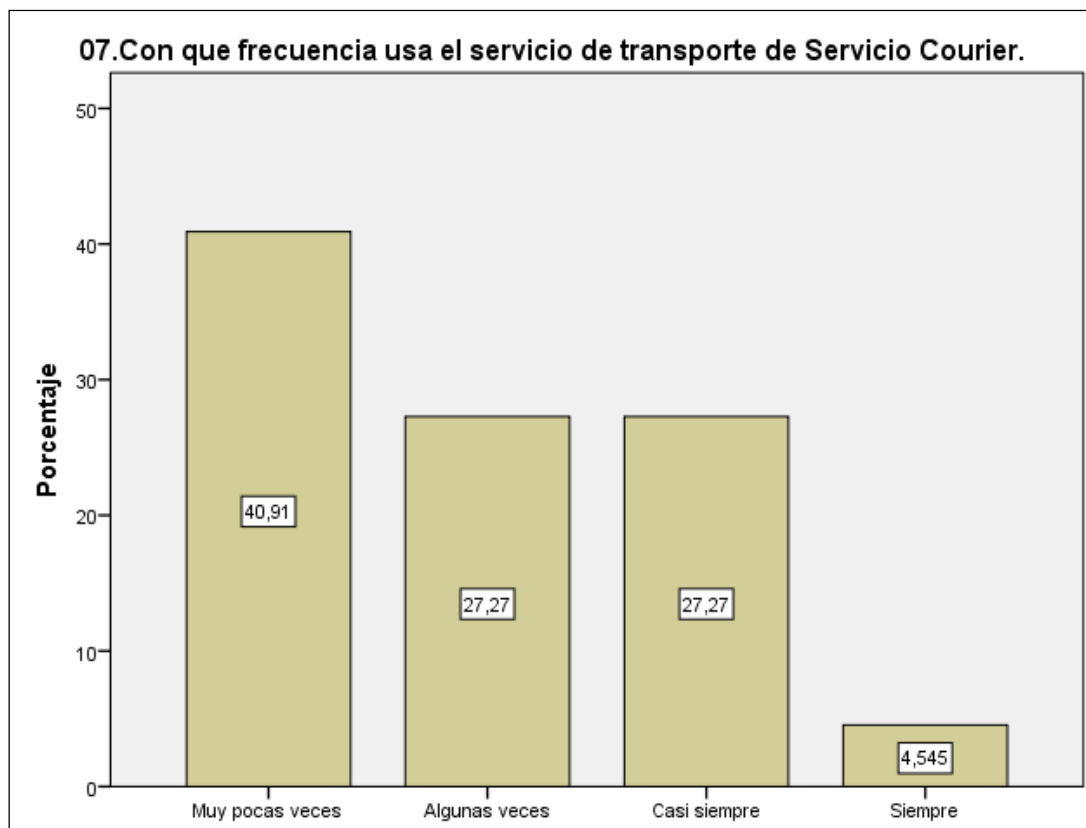
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 68: Frecuencia del Ítem 07- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	9	40,9	40,9	40,9
Algunas veces	6	27,3	27,3	68,2
Válidos Casi siempre	6	27,3	27,3	95,5
Siempre	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 37: Frecuencia del Ítem 07 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 68 y la Figura 37 el 27.27% y el 4.54% consideran como casi siempre y siempre respectivamente en lo referente a la frecuencia que se usa el servicio de transporte de Servicio Courier, haciendo un acumulado de 31.81%, un 27.27% lo considera algunas veces y un 40.91% lo considera como muy pocas veces; resultado que es verificado según Tabla 67, con una media de 2.95.

Ítem 08. Con qué frecuencia usa el servicio de transporte de maquinaria pesada.

Tabla 69: Estadísticos del Ítem 08 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		2,68
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,995
Varianza		,989

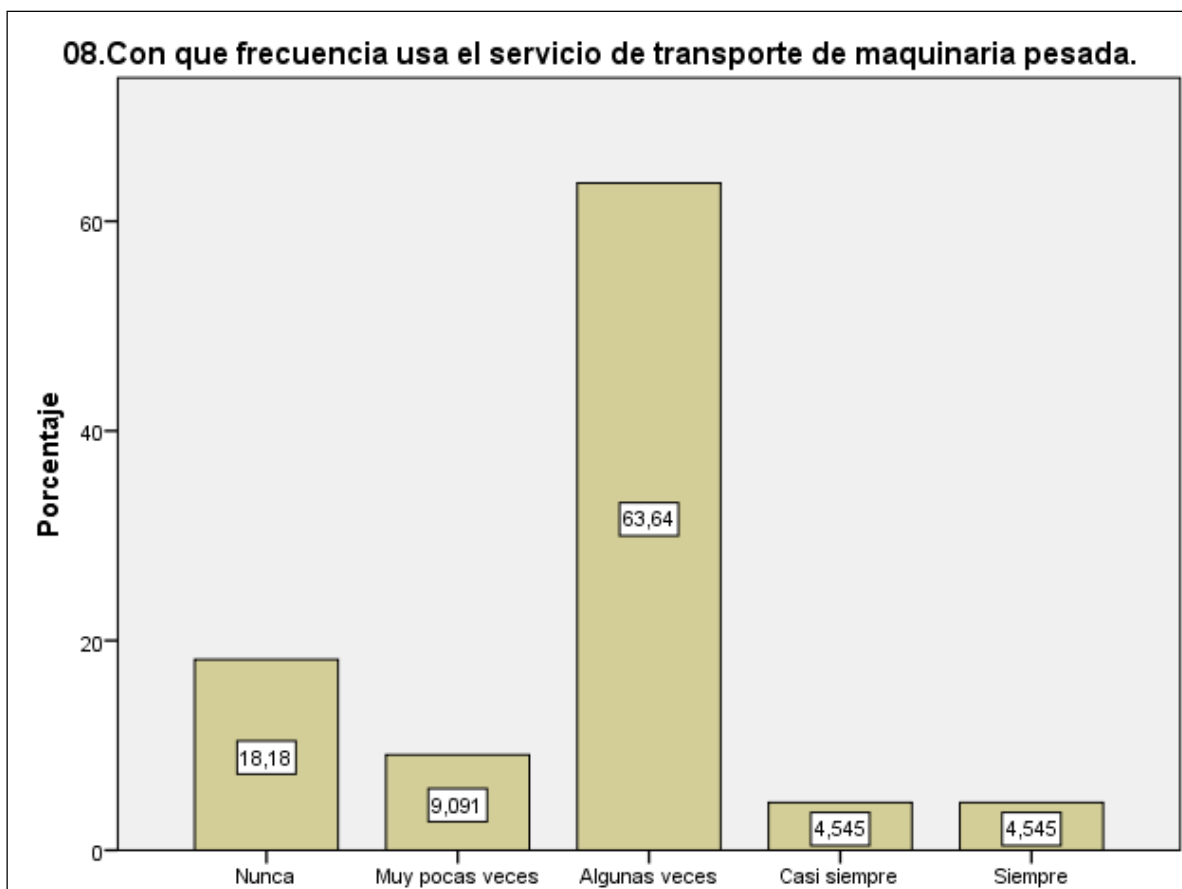
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 70: Frecuencia del Ítem 08- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	18,2	18,2
	Muy pocas veces	2	9,1	27,3
	Algunas veces	14	63,6	63,6
	Casi siempre	1	4,5	95,5
	Siempre	1	4,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 38: Frecuencia del Ítem 08 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 70 y la Figura 38 el 4.54% y el 4.54% consideran como casi siempre y siempre respectivamente en lo referente a la frecuencia que se usa el servicio de transporte de maquinaria pesada, haciendo un acumulado de 9.08%, un 63.64% lo considera algunas veces y un 18.18% lo considera como nunca; resultado que es verificado según Tabla 69, con una media de 2.68.

Ítem 09. Con qué frecuencia usa el servicio de transporte de mercancía pesada.

Tabla 71: Estadísticos del Ítem 09 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		2,82
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		1,181
Varianza		1,394

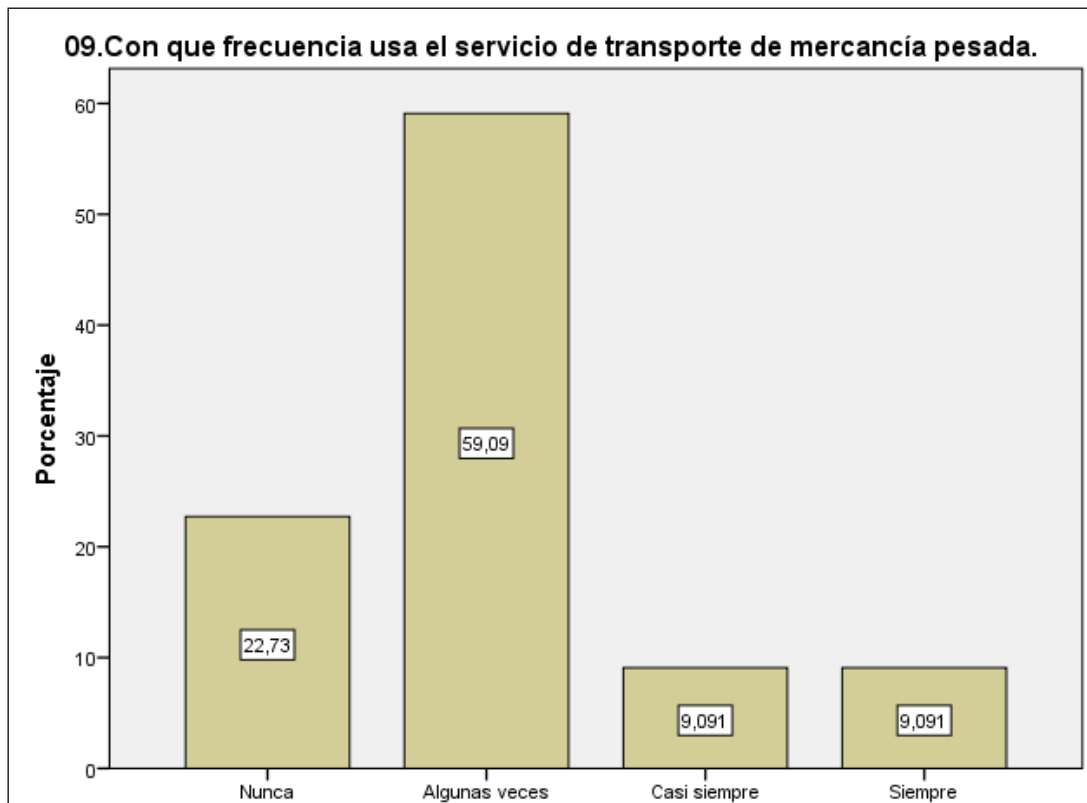
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 72: Frecuencia del Ítem 09- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	22,7	22,7	22,7
Algunas veces	13	59,1	59,1	81,8
Válidos Casi siempre	2	9,1	9,1	90,9
Siempre	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 39: Frecuencia del Ítem 09 – L.D.



**Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia**

Según la Tabla 72 y la Figura 39 el 9.09% y el 9.09% consideran como casi siempre y siempre respectivamente en lo referente a la frecuencia que se usa el servicio de transporte de mercancía pesada, haciendo un acumulado de 18.18%, un 59.09% lo considera algunas veces y un 22.73% lo considera como nunca; resultado que es verificado según Tabla 71, con una media de 2.82.

Ítem 10. Cuenta la empresa con capacidad de almacenamiento para maquinaria pesada.

Tabla 73: Estadísticos del Ítem 10 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,05
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,653
Varianza		,426

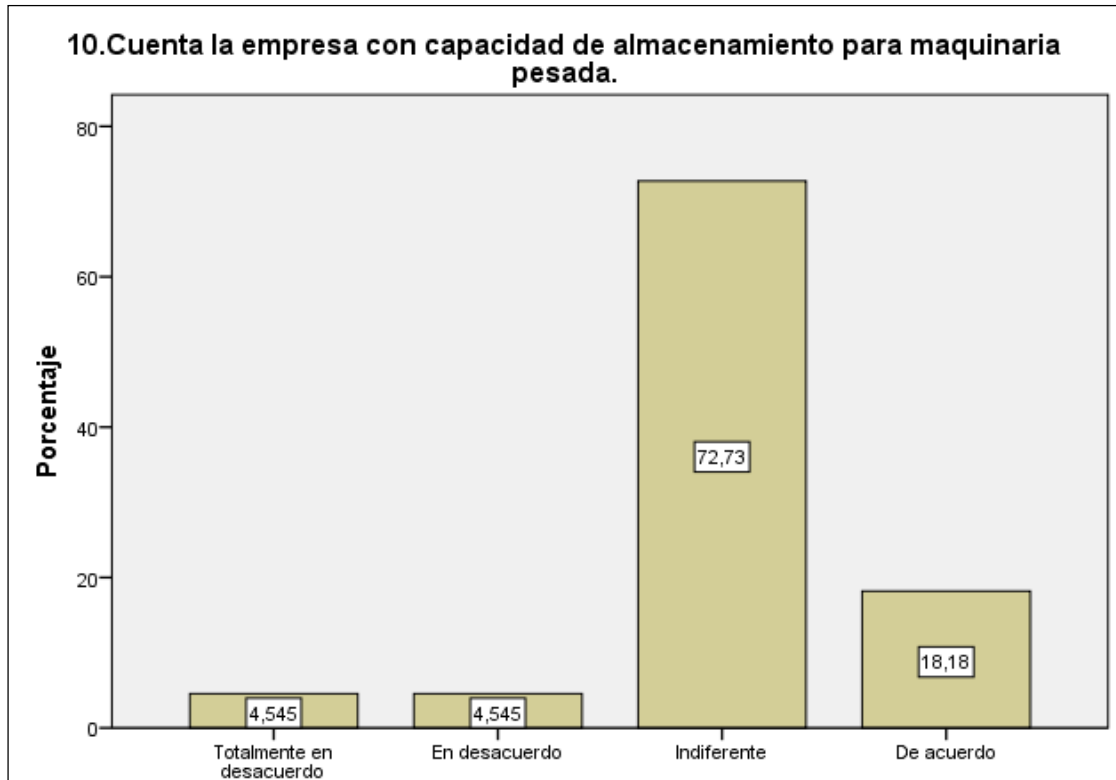
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 74: Frecuencia del Ítem 10- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	4,5	4,5
	En desacuerdo	1	4,5	9,1
	Indiferente	16	72,7	81,8
	De acuerdo	4	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 40: Frecuencia del Ítem 10 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Elaboración: Propia

Según la Tabla 74 y la Figura 40 el 18.18% están de acuerdo en lo referente si la empresa cuenta con capacidad de almacenamiento para maquinaria pesada, un 72.73% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 73, con una media de 3.05.

Ítem 11. Cuenta la empresa con capacidad de almacenamiento para mercancía pesada.

Tabla 75: Estadísticos del Ítem 11 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		3,18
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. típ.		,733
Varianza		,537

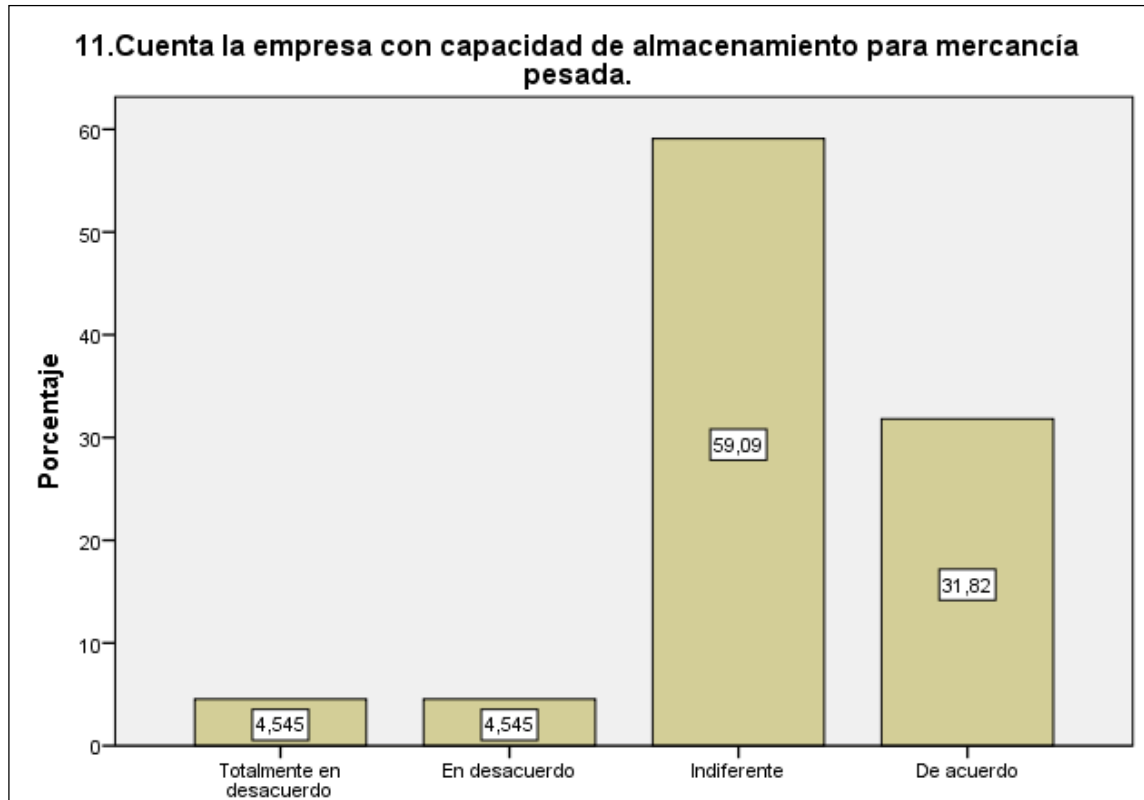
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 76: Frecuencia del Ítem 11- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	4,5	4,5
	En desacuerdo	1	4,5	9,1
	Indiferente	13	59,1	59,1
	De acuerdo	7	31,8	100,0
	Total	22	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 41: Frecuencia del Ítem 11 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 76 y la Figura 41 el 31.82% están de acuerdo en lo referente si la empresa cuenta con capacidad de almacenamiento para mercancía pesada, un 59.09% se considera indiferente; resultado que es verificado según Tabla 75, con una media de 3.18.

Ítem 12. Cuenta la empresa con capacidad de almacenamiento para el servicio courier (sobres, cartas y otros).

Tabla 77: Estadísticos del Ítem 12 – Encuesta Logística de Distribución

N	Válidos	22
	Perdidos	0
Media		4,23
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. típ.		,429
Varianza		,184

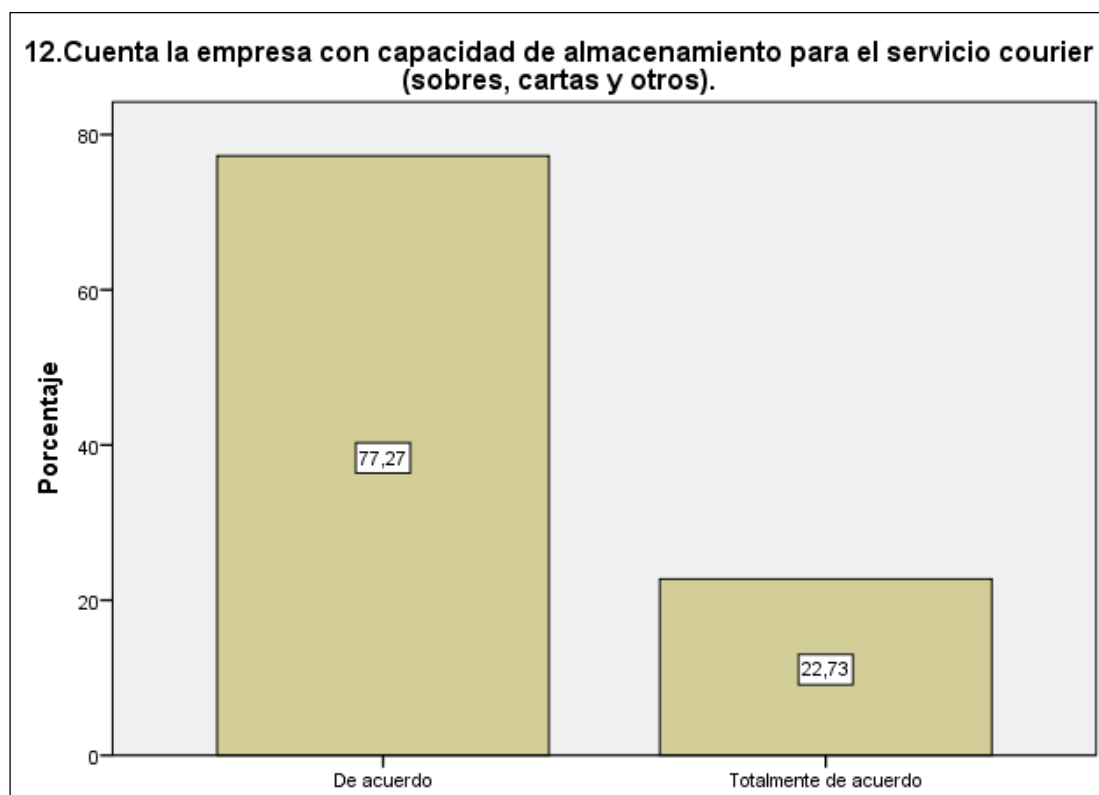
Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Tabla 78: Frecuencia del Ítem 12- Logística de Distribución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	17	77,3	77,3	77,3
Válidos Totalmente de acuerdo	5	22,7	22,7	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Logística de Distribución.

Figura 42: Frecuencia del Ítem 12 – L.D.



Fuente: Encuesta Logística de Distribución.
Elaboración: Propia

Según la Tabla 78 y la Figura 42 el 77.27% y un 22.73% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en lo referente si la empresa cuenta con capacidad de almacenamiento para el servicio Courier, resultado que es verificado según Tabla 77, con una media de 4.23.

4.1.3. INFORMACIÓN SOBRE LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN

4.1.3.1. GESTIÓN DE TIEMPOS

Según los datos de registro de la empresa Serbalazo, se muestra a continuación los tiempos de ejecución de los servicios que brinda dicha empresa de enero a diciembre.

Tabla 79: Consolidado de gestión de tiempos de los servicios ofrecidos por la empresa.

AÑO - 2016 POR DIA Y MENSUAL	GESTION DE TIEMPOS																	
	TIEMPO MEDIDO EN DIAS, HORAS EN LA EJECUCION DEL PROCESO DE TRASLADO																	
	SERVICIO DE COURIER						SERVICIO DE TRANSPORTE DE MERCANCIAS LIVIANAS Y PESADAS						SERVICIO DE TRANSPORTE DE MAQUINARIA PESADA					
	LOCAL		PROVINCIAL		DEPARTAMENTAL		LOCAL		PROVINCIAL		DEPARTAMENTAL		LOCAL		PROVINCIAL		DEPARTAMENTAL	
TIEMPO	HORAS	DIAS	HORAS	DIAS	HORAS	DIAS	HORAS	DIAS	HORAS	DIAS	HORAS	DIAS	HORAS	DIAS	HORAS	DIAS	HORAS	DIAS
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
ENERO	180 hrs.		240 hrs.			20 dias			240 hrs.			20 dias				4 dias		12 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
FEBRERO	200 hrs.		230 hrs.			20 dias			230 hrs.			20 dias				4 dias		12 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
MARZO	210 hrs.		240 hrs.			21 dias			240 hrs.			22 dias				5 dias		12 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
ABRIL	215 hrs.		264 hrs.			23 dias			252 hrs.			24 dias				4 dias		15 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
MAYO	220 hrs.		255 hrs.			23 dias			250 hrs.			23 dias				5 dias		15 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
JUNIO	212 hrs.		250 hrs.			24 dias			255 hrs.			24 dias				5 dias		12 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
JULIO	230 hrs.		270 hrs.			24 dias			270 hrs.			25 dias				4 dias		15 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
AGOSTO	218 hrs.		265 hrs.			23 dias			270 hrs.			26 dias				4 dias		18 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
SEPTIEMBRE	220 hrs.		280 hrs.			25 dias			290 hrs.			24 dias				4 dias		21 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
OCTUBRE	225 hrs.		280 hrs.			24 dias			290 hrs.			25 dias				4 dias		15 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
NOVIEMBRE	230 hrs.		285 hrs.			25 dias			300 hrs.			25 dias				5 dias		18 dias
POR DIA	3 hrs.		12 hrs.			2 dias			12 hrs.			2 dias				1 dia		3 dias
DICEMBRE	225 hrs.		275 hrs.			24 dias			290 hrs.			24 dias				4 dias		15 dias

Fuente: Empresa SERBALAZO, 2016

Como se muestra en la Tabla 79, la empresa tiene una distribución por horas y días sobre el tiempo que incurre en la ejecución de los servicios que brinda.

Tabla 80: Distritos, Provincias y Departamentos para su servicio de transporte.

LOCAL	PROVINCIAL	DEPARTAMENTAL
HUANCAYO	LA MERCED	LIMA
TAMBO	HUANUCO	AREQUIPA
CHILCA	AYACUCHO	TARAPOTO
CHUPACA	CERRO DE PASCO	CUSCO
CONCEPCION	TINGO MARIA	
JAUIJA		
LA OROYA		

Fuente: Empresa SERBALAZO, 2016

4.1.3.2. CAPACIDAD DE TRANSPORTE

Tabla 81: Consolidado de la Capacidad de Transporte de la empresa SERBALAZO.

CAPACIDAD DE TRANSPORTE			
AÑO - 2016	CANTIDADES POR MES		
MESES	NUMERO DE DOCUMENTOS TRASLADADOS	NUMERO DE MERCANCIAS TRASLADADOS	NUMERO DE MAQUINARIAS TRASLADADOS
ENERO	455	260	8
FEBRERO	450	260	8
MARZO	460	270	9
ABRIL	460	280	9
MAYO	470	300	10
JUNIO	475	280	9
JULIO	460	290	9
AGOSTO	490	300	10
SETIEMBRE	480	270	11
OCTUBRE	485	290	9
NOVIEMBRE	495	280	11
DICIEMBRE	465	280	9

Fuente: Empresa SERBALAZO, 2016

Se muestra en la Tabla 81, el número de documentos, mercancías y maquinarias trasladados en los diferentes meses del año 2016.

4.1.3.3. CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO

Tabla 82: Consolidado de la Capacidad de Almacenamiento de la empresa SERBALAZO.

CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO	Porcentaje
% de área para documentos	7.5%
% de área para mercancías	15%
% de área para maquinarias	70%
% de área administrativa	7.5%
TOTAL	100%

Fuente: Empresa SERBALAZO, 2016

Se muestra en la Tabla 82, la capacidad de almacenamiento de la empresa SERBALAZO, el área para documentos representa el 7.5% del espacio físico, de mercancías representa el 15%, y para maquinarias representa el 70%.

4.2. Prueba de hipótesis.

4.2.1. Comprobación de la Hipótesis General Hipótesis de Investigación

Hi: La logística de distribución se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

Paso 1. Formulación de la Hipótesis Nula (H_0) e Hipótesis Alternativa (H_1).

H_0 =La logística de distribución no se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

H_a =La logística de distribución si se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

Paso 2. Nivel de Significancia (Z)

Para esta investigación se utilizó un nivel de confianza del 95%, su $Z= 1.96$ y un margen de error igual a 5%.

Paso 3. Estadístico de Prueba

Para esta investigación se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, puesto que el nivel de investigación es correlacional y las variables en estudio son cuantitativas.

Paso 4. Determinación de los Parámetros.

En la Tabla 83 se observa la escala del coeficiente de correlación de Pearson, que para la presente investigación serán nuestros parámetros.

Tabla 83. Escala de Coeficientes de Correlación de Pearson

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta.
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta.
-0,7 a 0,89	Correlación negativa alta.
-0,4 a 0,69	Correlación negativa moderada.
-0,2 a 0,39	Correlación negativa baja.
-0,01 a 0,19	Correlación negativa muy baja.
0	Correlación nula.
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja.
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja.
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada.
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta.
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta.
1	Correlación positiva grande y perfecta.

Fuente: (Humberto Ñaupis Paitan, 2011)

Elaboración: (Humberto Ñaupis Paitan, 2011)

PASO 5. Cálculo del Estadístico de Prueba.

Los resultados de la encuesta fueron procesados mediante el paquete estadístico SPSS, donde se obtuvo el siguiente resultado según el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla 84: Resultado Estadístico de la Hipótesis General

		VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO	VARIABLE LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN
VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	1	,758**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	22	22
VARIABLE LOGISTICA DE DISTRIBUCION	Correlación de Pearson	,758**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	22	22

Fuente: Programa Estadístico SPSS 21
 Elaboración: Programa Estadístico SPSS 21

Según la Tabla 84 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es .758, entre las variables Logística de Distribución y Calidad del Servicio.

Paso 6. Comparación del coeficiente de correlación con el parámetro.

En la Tabla 84 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es 0.758, entre las variables Logística de Distribución y Calidad del Servicio y ello refleja una correlación directa, basando esta afirmación en la Tabla 83, puesto que este valor se encuentra en el siguiente rango:

$$r = 0.758$$

$$\text{Rango: } 0.01 \leq 0.758 \leq +1$$

Según este resultado estadístico, se afirma la Hipótesis Alternativa y se rechaza la Hipótesis Nula.

Paso 7. Adopción de decisiones

Basado en la afirmación del paso número 6, se acepta la **Hipótesis Alternativa** (H_a) “La logística de distribución si se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.” y se rechaza la **Hipótesis Nula** (H_0) “La logística de distribución no se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.”

Por lo tanto se afirma la Hipótesis General “La logística de distribución se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.”

4.2.2. Comprobación de la Hipótesis Especifica 01.

Hipótesis de investigación:

H_i : La gestión de tiempos se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

Paso 1. Formulación de la Hipótesis Nula (H_0) e Hipótesis Alternativa (H_1).

H_0 = La gestión de tiempos no se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

H_a = La gestión de tiempos si se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

Paso 2. Nivel de Significancia (Z)

Para esta investigación se utilizó un nivel de confianza del 95%, su $Z = 1.96$ y un margen de error igual a 5%.

Paso 3. Estadístico de Prueba

El estadístico de prueba utilizado para la contrastación de la Hipótesis Especifica N°01 fue el coeficiente de correlación de Pearson puesto que los datos son cuantitativos y el nivel de investigación fue correlacional.

Paso 4. Determinación de los Parámetros.

Basado en la Tabla 83 Escala del coeficiente de correlación de Pearson, se establecieron los parámetros para la contrastación de la hipótesis específica número 1:

De ahí que nuestra región de aceptación fue bajo el siguiente modelo matemático:

$$0.01 \leq r \leq +1 \quad (\text{correlación directa})$$

Y nuestra región de rechazo fue bajo el siguiente modelo:

$$-1 \leq r \leq 0$$

Paso 5. Cálculo del Estadístico de Prueba.

Los resultados de la encuesta fueron procesados mediante el paquete estadístico SPSS, donde se obtuvo el siguiente resultado según el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla 85: Resultado Estadístico de la Hipótesis Específica N° 01

		DIMENSIÓN GESTIÓN DE TIEMPOS	VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO
DIMENSIÓN GESTIÓN DE TIEMPOS	Correlación de Pearson	1	,831**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	22	22
VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	,831**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	22	22

Fuente: Programa Estadístico SPSS 21
Elaboración: Programa Estadístico SPSS 21

Según la Tabla 85 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es .831, entre la dimensión Gestión de Tiempos y la variable Calidad del Servicio.

Paso 6. Comparación del coeficiente de correlación con el parámetro.

En la Tabla 85 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es .831, entre la dimensión Gestión de Tiempos y la variable Calidad del Servicio; ello refleja una correlación positiva ($0.01 \leq 0.831 \leq +1$), basando esta afirmación en la Tabla 83, dado que este valor se encuentra en el siguiente rango:

$$r = 0.831$$

Rango: $+0.01 \leq 0.831 \leq +1$ (Correlación directa / Región de Aceptación)

El coeficiente de correlación de Pearson calculado se ubica en la región de aceptación, en consecuencia, se afirma la Hipótesis Alterna y se rechaza la Hipótesis Nula.

Paso 7. Adopción de decisiones

Basado en la afirmación del paso número 6, se acepta la **Hipótesis Alternativa** (H_a) “La gestión de tiempos si se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.” y se rechaza la **Hipótesis Nula** (H_0) “La gestión de tiempos no se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.”

Por lo tanto, se acepta la Hipótesis Especifica N° 01 “La gestión de tiempos se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.”

4.2.3. Comprobación de la Hipótesis Específica 02.

Hipótesis de investigación:

H_i : La capacidad de transporte se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

Paso 1. Formulación de la Hipótesis Nula (H_0) e Hipótesis Alternativa (H_1).

H_0 = La capacidad de transporte no se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

H_a = La capacidad de transporte si se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

Paso 2. Nivel de Significancia (Z)

Para esta investigación se utilizó un nivel de confianza del 95%, su $Z = 1.96$ y un margen de error igual a 5%.

Paso 3. Estadístico de Prueba

El estadístico de prueba utilizado para la contrastación de la Hipótesis Específica N°02 fue el coeficiente de correlación de Pearson puesto que los datos son cuantitativos y el nivel de investigación fue correlacional.

Paso 4. Determinación de los Parámetros.

Basado en la Tabla 83 Escala del coeficiente de correlación de Pearson, se establecieron los parámetros para la contratación de la hipótesis específica número 2:

De ahí que nuestra región de aceptación fue bajo el siguiente modelo matemático:

$$0.01 \leq r \leq +1 \quad (\text{correlación positiva})$$

Y nuestra región de rechazo fue bajo el siguiente modelo:

$$-1 \leq r \leq 0$$

Paso 5. Cálculo del Estadístico de Prueba.

Los resultados de la encuesta fueron procesados mediante el paquete estadístico SPSS, donde se obtuvo el siguiente resultado según el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla 86: Resultado Estadístico de la Hipótesis Especifica N° 02

		DIMENSIÓN CAPACIDAD DE TRANSPORTE	VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE TRANSPORTE	Correlación de Pearson	1	,372
	Sig. (bilateral)		,089
	N	22	22
VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	,372	1
	Sig. (bilateral)	,089	
	N	22	22

Fuente: Programa Estadístico SPSS 21
Elaboración: Programa Estadístico SPSS 21

Según la Tabla 86 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es .372, entre la dimensión Capacidad de transporte y la variable Calidad del Servicio.

Paso 6. Comparación del coeficiente de correlación con el parámetro.

En la Tabla 86 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es .372, entre la dimensión Capacidad de transporte y la variable Calidad del Servicio; ello refleja una correlación positiva ($0.01 \leq 0.372 \leq +1$), basando esta afirmación en la Tabla 83, dado que este valor se encuentra en el siguiente rango:

$$r = 0.372$$

Rango: $+0.01 \leq 0.372 \leq +1$ (Correlación positiva / Región de Aceptación)

El coeficiente de correlación de Pearson calculado se ubica en la región de aceptación, en consecuencia, se afirma la Hipótesis Alternativa y se rechaza la Hipótesis Nula.

Paso 7. Adopción de decisiones

Basado en la afirmación del paso número 6, se acepta la **Hipótesis Alternativa** (H_a) “La capacidad de transporte si se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.” y se rechaza la **Hipótesis Nula** (H_0) “La capacidad de transporte no se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.”

Por lo tanto, se acepta la Hipótesis Específica N° 02 “La capacidad de transporte se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.”

4.2.4. Comprobación de la Hipótesis Específica 03. Hipótesis de investigación:

H_i : La capacidad de almacenamiento se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

Paso 1. Formulación de la Hipótesis Nula (H_0) e Hipótesis Alternativa (H_1).

H_0 = La capacidad de almacenamiento no se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

H_a = La capacidad de almacenamiento si se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.

Paso 2. Nivel de Significancia (Z)

Para esta investigación se utilizó un nivel de confianza del 95%, su $Z= 1.96$ y un margen de error igual a 5%.

Paso 3. Estadístico de Prueba

El estadístico de prueba utilizado para la contrastación de la Hipótesis Específica N°03 fue el coeficiente de correlación de Pearson puesto que los datos son cuantitativos y el nivel de investigación fue correlacional.

Paso 4. Determinación de los Parámetros.

Basado en la Tabla 83 Escala del coeficiente de correlación de Pearson, se establecieron los parámetros para la contratación de la hipótesis específica número 3:

De ahí que nuestra región de aceptación fue bajo el siguiente modelo matemático:

$$0.01 \leq r \leq +1 \quad (\text{correlación directa})$$

Y nuestra región de rechazo fue bajo el siguiente modelo:

$$-1 \leq r \leq 0$$

Paso 5. Cálculo del Estadístico de Prueba.

Los resultados de la encuesta fueron procesados mediante el paquete estadístico SPSS, donde se obtuvo el siguiente resultado según el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla 87: Resultado Estadístico de la Hipótesis Específica N° 03

		DIMENSIÓN CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO	VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO	Correlación de Pearson	1	,632**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	22	22
VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO	Correlación de Pearson	,632**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	22	22

Fuente: Programa Estadístico SPSS 21

Elaboración: Programa Estadístico SPSS 21

Según la Tabla 87 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es .632, entre la dimensión Capacidad de almacenamiento y la variable Calidad del Servicio.

Paso 6. Comparación del coeficiente de correlación con el parámetro.

En la Tabla 87 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es .632, entre la dimensión Capacidad de almacenamiento y la variable Calidad del Servicio; ello refleja una correlación positiva ($0.01 \leq 0.632 \leq +1$), basando esta afirmación en la Tabla 83, dado que este valor se encuentra en el siguiente rango:

$$r = 0.632$$

Rango: $+0.01 \leq 0.632 \leq +1$ (Correlación directa / Región de Aceptación)

El coeficiente de correlación de Pearson calculado se ubica en la región de aceptación, en consecuencia, se afirma la Hipótesis Alternativa y se rechaza la Hipótesis Nula.

Paso 7. Adopción de decisiones

Basado en la afirmación del paso número 6, se acepta la **Hipótesis Alternativa** (H_a) “La capacidad de almacenamiento si se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.” y se rechaza la **Hipótesis Nula** (H_0) “La capacidad de almacenamiento no se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.”

Por lo tanto, se acepta la Hipótesis Especifica N° 03 “La capacidad de almacenamiento se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.”

4.3. Discusión de resultados

Dados los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis general el cual fue “La logística de distribución se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.” Con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.758, de esta manera se establece la correlación directa que existe entre ambas variables, es decir mientras la logística de distribución mejore y sea más eficiente correlativamente mejora la calidad del servicio por la empresa Serbalazo.

Se puede decir que la logística es el proceso de planificar y controlar las actividades de almacenamiento y distribución relativas al flujo material con eficiencia y eficacia acorde a los requerimientos de los clientes a la empresa (34).

Como lo señala (5) en su artículo científico, que tiene como título “Presentación: Transporte y Logística”, en el cual concluye “la importancia de llevar a cabo una buena gestión logística reside principalmente en los costes y el servicio al cliente; la calidad del servicio y los costes han pasado a ser los objetivos fundamentales de los procesos logísticos asociados al transporte.”, conclusión que alude a la relación directa existente entre la logística de distribución y la calidad del servicio.

La misión fundamental de la Logística empresarial es colocar los productos adecuados (bienes y servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a la rentabilidad de la empresa. La logística tiene como objetivo la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, costos y calidad. Se encarga de la gestión de los medios necesarios para alcanzar este objetivo (superficies, medios de transportes, informática...) y moviliza tanto los recursos humanos como los financieros que sean adecuados. (35)

Al realizar las actividades de logística de distribución con la calidad correspondiente los clientes quedaran satisfechos con el servicio que ofrece la Empresa,

Según (36) señala:

De esta manera, se hace obvio que la organización deberá satisfacer todas las necesidades y expectativas del cliente para que éste se forme una opinión positiva; eso es lo que se llama Calidad de Servicio.

Por lo tanto, para satisfacer dichas expectativas, que por otro lado son subjetivas, es necesario disponer de información adecuada sobre los clientes, que contenga aspectos relacionados con sus necesidades y los atributos que se fijan para evaluar la calidad de un servicio.

Es importante destacar cuando una organización se plantea la visión tomando en cuenta la calidad del servicio que ofrece, debe, antes que nada, entender que un servicio se considera de calidad cuando logra su fin: satisfacer las necesidades de los clientes, en el presente y en el futuro.

Cuando el cliente elige un servicio en el presente y lo encuentra satisfactorio, es decir, de calidad, la mayoría de las veces volverá a elegirlo tantas veces como lo precise en el transcurso de su vida, por lo que el tener una calidad en el presente influye en la visión que se forja de la organización en el futuro, sobre todo en el área de servicios, donde lo que se ofrece es un bien intangible, en consecuencia lo que influye es la idea que nuestros clientes y potenciales clientes tengan del servicio ofrecido.

En cuanto a la hipótesis específica 01: La gestión de tiempos se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios

Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, ya que el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.831, en tal sentido a medida en que mejora la gestión de tiempos mejora correlativamente la calidad de servicio. Como la empresa en estudio fue Serbalazo cuya actividad principal es el transporte de mercancías, maquinaria pesada y servicio Courier; los clientes necesitan cuanto antes que se les entregue sus bienes con la seguridad pertinente, en ese sentido surge la importancia de trabajar adecuadamente y en los establecidos; administrando eficientemente los tiempos en la entrega y reparto de los bienes de los clientes.

Sobre la hipótesis específica 02: La capacidad de transporte se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, ya que el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.372, en tal sentido a medida en que mejora la capacidad de transporte mejora correlativamente la calidad de servicio. La capacidad de transporte de esta empresa es aun moderada ya que en promedio al mes transporta 470 documentos, 280 mercancías y 9 maquinarias; pudiendo ampliarse el número de bienes trasladados con estrategias de promoción y publicidad.

Y finalmente sobre la hipótesis específica 03: La capacidad de almacenamiento se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, ya que el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.632, en tal sentido a medida en que mejora la capacidad de almacenamiento mejora correlativamente la calidad de servicio, como se visualiza en la Tabla 82, la capacidad de almacenamiento de la empresa SERBALAZO, el área para documentos representa el 7.5% del espacio físico, de mercancías representa el 15%, y para maquinarias representa el 70%, espacios que en la actualidad aún son apropiados, pero no se descartaría realizar algunas mejoras para su optimización.

CONCLUSIONES

1. La logística de distribución se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, ya que el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.758, en tal sentido a medida en que mejora la logística de distribución mejora correlativamente la calidad de servicio.
2. La gestión de tiempos se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, ya que el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.831, en tal sentido a medida en que mejora la gestión de tiempos mejora correlativamente la calidad de servicio.
3. La capacidad de transporte se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, ya que el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.372, en tal sentido a medida en que mejora la capacidad de transporte mejora correlativamente la calidad de servicio.
4. La capacidad de almacenamiento se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, ya que el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.632, en tal sentido a medida en que mejora la capacidad de almacenamiento mejora correlativamente la calidad de servicio.

RECOMENDACIONES

Para mejorar la logística de distribución y consecuentemente la calidad del servicio en la empresa Serbalazo S.A.C. se recomienda lo siguiente:

1. Se debe mejorar las instalaciones físicas del área de almacén, para optimizar los espacios y áreas correspondientes, para ello es necesario realizar un plan de distribución de planta de almacén.
2. En cuanto al personal se debe realizar un estudio detallado de sus funciones y distribuirlo adecuadamente en las áreas correspondientes; también es necesario su capacitación en temas como atención al cliente para que puedan solucionar los problemas que se presentan y las dudas e inquietudes por parte de los clientes (área de recepción) y también en la manipulación de los bienes como es el caso de embalado y transporte de las mercancías, etc.
3. Se debe mejorar la capacidad de respuesta frente a algún incidente en el transporte, para demostrar seriedad, profesionalismo y rapidez en la solución de los problemas
4. Desde un primer momento la empresa debe inspirar confianza en sus clientes para ello es importante que se establezcan ciertos protocolos de comportamiento de los trabajadores hacia los clientes.
5. Es necesario que la empresa de a conocer a sus clientes los beneficios y características de su servicio; tal es el caso de las medidas de seguridad empleadas durante el transporte, monitoreo de las unidades a través de GPS; entre otros.
6. Se debe mejorar en alguna medida la gestión de tiempos en la logística de distribución, realizando en estudio de su capacidad instalada y la optimización de sus recursos.
7. Finalmente, para atender mejor las necesidades del cliente se debe de mejorar el horario de atención al cliente, el cual sea más accesible y flexible hacia sus clientes.

Referencias Bibliográficas

1. **Logística Empresarial.** Logística Empresarial. *Logística Empresarial*. [En línea] 16 de Mayo de 2014. <http://logistikempresarial.blogspot.pe/2014/05/logistica-de-distribucion.html>.
2. **RETOS EN SUPPLY CHAIN.** [En línea] 10 de ENERO de 2015. [Citado el: 05 de ENERO de 2017.] <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/la-logistica-de-distribucion-de-productos-hoy/>.
3. **Ballesteros R, D., Pedro Ballesteros, S. P., Duarte T.,.** “Contribuciones de la Logística al desarrollo sostenible. Impacto de los operadores logísticos”. Pereira : Scientia et Technica, 2009. No 41, pp. 172–173.
4. **GS1 Perú.** “40% de las empresas tercerizan su logística”. Lima : s.n., 2009.
5. **González, C. N.** Presentación: transporte y logística. [En línea] 2016. [Citado el: 14 de 12 de 2016.] <file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/2425-5097-2-PB.pdf>.
6. **Zuluaga, M. A., Gómez, M. R., & Fernández, H. S.** Indicadores logísticos en la cadena de suministro como apoyo al modelo scor. Clío América. [En línea] 2014. [Citado el: 03 de 01 de 2017.] <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/832/881>.
7. **Garcés R., C.** *Modelo de entregas directas para la reducción de costos logísticos de distribución en empresas de consumo masivo: aplicación en una empresa piloto de Caldas*. Colombia : s.n., 2010.
8. **Arrieta, J.** *PROPUESTA DE MEJORA EN UN OPERADOR LOGÍSTICO*. Lima : s.n., 2012.
9. **Medina M., T.** *Descripción de procedimientos de un operador logístico para la distribución y reparto de una línea de productos de belleza en la provincia de Lima*. Lima : s.n., 2003.
10. **Londoño, I.** [En línea] 26 de marzo de 2014. [Citado el: 13 de enero de 2017.] <https://prezi.com/jn21zmakyvlw/la-logistica/>.
11. **Anaya, T., J.** *Logística Integral, La gestión operativa de la empresa*. Madrid : 3ra., 2007.
12. **De Navascués, R. y Pau Cos, J.** *Manual de logística integral*. . Madrid : EDITORIAL Díaz de Santos, 2007.
13. **Tornatore, A.** [En línea] s.f. [Citado el: 14 de ENERO de 2017.] <http://www.monografias.com/trabajos915/decisiones-distribucion-logica/decisiones-distribucion-logica.shtml>.
14. **Koontz, H. y Wehrich, H.** *Administración: una perspectiva global México*. México : (12ª ed.). McGraw-Hill Interamericana., 2004.
15. **Cravens, D. y Piercy, N.** (2006). *Strategic marketing*. New York : (international ed). New York: Mc Graw Hill.), 2006.

16. **Castellanos R, A.** *Manual de la gestión logística del transporte y la distribución de mercancías.* . Barranquilla : Ediciones Uninorte, 2009.
17. **Estévez, G. J. F., & Pérez, G. M. J.** *SISTEMA DE INDICADORES, para el diagnóstico y seguimiento de la educación superior en México.* Mexico D.F. : ANUIES, 2007.
18. **GEOCITIES.ws.** [En línea] S.F. [Citado el: 13 de ENERO de 2017.]
<http://www.geocities.ws/maag111063/calidad1.html>.
19. **Heizer, J. y Render, B.** *Principios de administración de operaciones.* s.l. : Séptima edición. PEARSON Educación. México, 2009.
20. **Horovitz, J. y PanaK, M. J.** *La calidad del servicio.* España : MacGraw-Hill., 1991.
21. **Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T. (2004):** *El marketing de servicios profesionales.* s.l. : Editor Grupo Plneta (GBS), 2004.
22. **Lamb, Hair, McDaniel.** *Marketing.* México : Sexta Edición. Editorial Thompson, 2002.
23. **PromonegociS.net.** [En línea] s.f. [Citado el: 13 de enero de 2017.]
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>.
24. **Trujillo, A., Carrete, L., Vera, J., y Garcia, L., S.** *Servir con calidad en México.* México : LID Editorial México, 2011.
25. **Grönroos, Christian.** *Marketing y Gestión de Servicios.* Madrid, España : Diaz de Santos, 1994.
26. **Parasuraman, A. y Zheithaml, V.A.** *Understading customer expectation or service.* s.l. : Aloan Management, 1991.
27. **Berry, L. L. Bennett, D. R. Brown, C. W.** *Calidad del servicio una venataja Estrategica para instituciones financieras.* Madrid : Diaz de Santos, 1989.
28. **Serbalazo SAC.** [En línea] S.f. <http://grupobalazo.com/nosotros.html>.
29. **Sierra, R.** *Tesis Docotorales y trabajos de Investigación Científica.* España : 5ta. ed. Editorial Thomson, 2002.
30. **Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M.** *Metodología de la Investigación.* México : 6ta. Edición. Mc Graw Hill, 2014.
31. **Bernal, C.** *Metodología de la investigación: Para Administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* Colombia : 3ra. Ed. Pearson Educación, 2010.
32. **Valderrama, S.** *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica.* Lima, Perú : 1ra. Ed. San Marcos, 2015.
33. **Carrasco, S.** *Metodología de la Investigación Científica.* Lima, Perú : 1ra. Ed. Sam Marcos, 2006.

34. **Pérez, D.C.M.P.** "*Tesis Doctoral. Modelo y procesamientos para el control de Gestión en elementos de la Cadena de Suministro*". Holguín, Cuba : s.n., 2006.
35. **Wikipedia.** Wikipedia. *Wikipedia*. [En línea] Fundacion Wikimedia.Inc, 10 de Abril de 2016. [Citado el: 12 de Febrero de 2017.] <https://es.wikipedia.org/wiki/Log%C3%ADstica>.
36. **Vera, F. D.** Escuela de Prueba Holy Mother. *Escuela de Prueba Holy Mother*. [En línea] Escuela de Prueba Holy Mother, 18 de Mayo de 2013. [Citado el: 15 de Febrero de 2017.] <http://maquetas.ciiet.cl/elgg/blog/view/6497/prestaciones-de-calidad-en-organizaciones-de-salud>.
37. **CHAIN, RETOS EN SUPPLY.** Retos en supply chain. *EAE BUSINESS SCHOOL*. [En línea] 2015. <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/la-logistica-de-distribucion-de-productos-hoy/>.

ANEXOS

Anexo N°01: Matriz de Consistencia

“LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DEL SERVICIO DE SERBALAZO EMPRESA DE SERVICIOS GENERALES SAC, EN EL AÑO 2016”

PROBLEMA	OBJETIVOS	MARCO TERÓICO	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>GENERAL</p> <p>¿De qué manera la logística de distribución se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC , ubicado en distrito de El Tambo, 2016?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>1. ¿De qué manera la gestión de tiempos se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016?</p> <p>2. ¿De qué manera la capacidad de transporte se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016?</p> <p>3. ¿De qué manera la capacidad de almacenamiento se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC , ubicado en distrito de El Tambo, 2016?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Determinar de qué manera la logística de distribución se relaciona con la calidad del servicio de la empresa SERBALAZO SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>1. Determinar de qué manera la gestión de tiempos se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC , ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p> <p>2. Determinar de qué manera la capacidad de transporte se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p> <p>3. Determinar de qué manera la capacidad de almacenamiento se relaciona con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p>	<p>ANTECEDENTES:</p> <p>Artículo científico: El artículo científico de (5) Presentación: transporte y logística Revista Transporte y Territorio [2016] Que tiene como título "Presentación: Transporte y Logística".</p> <p>El artículo científico de (6) (2014). Indicadores logísticos en la cadena de suministro como apoyo al modelo SCOR. Cito América,</p> <p>Tesis: (7) (2010) realizó la investigación: "Modelo de entregas directas para la reducción de costos logísticos de distribución en empresas de consumo masivo. Aplicación en una empresa piloto de caldas" en la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.</p> <p>BASES TEÓRICAS:</p> <p>1. Logística de Distribución; Hoy en día es mucho más amplio e integral e incluye todas aquellas funciones y actividades dentro de la organización que participan de la fase de entrega de los productos a los clientes, tales como administración de ventas, gestión de stocks, servicios, depósitos y transportes, entre otros.</p> <p>2. Calidad de servicio: Puede ser definida como la mejora cualitativa de nuestras relaciones con el cliente, de manera que éste quede gratamente satisfecho con el servicio ofrecido, es decir, lograr que en cada contacto, el cliente se lleve la mejor impresión acerca de nuestros servicios.</p>	<p>GENERAL</p> <p>Hi: La logística de distribución se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC , ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p> <p>H0: La logística de distribución no se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p> <p>Ha: La logística de distribución si se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p> <p>ESPECÍFICAS</p> <p>1. La gestión de tiempos se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p> <p>2. La capacidad de transporte se relaciona de manera positiva con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p> <p>3. La capacidad de almacenamiento se relaciona de manera directa con la calidad del servicio de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC, ubicado en distrito de El Tambo, 2016.</p>	<p>VARIABLE 1</p> <p>Logística de Distribución.</p> <p>DIMENSIONES</p> <p>Gestión de Tiempos.</p> <p>Capacidad de Transporte.</p> <p>Capacidad de almacenamiento.</p> <p>VARIABLE 2</p> <p>Calidad del Servicio.</p> <p>DIMENSIONES</p> <p>Elementos tangibles.</p> <p>Capacidad de respuesta.</p> <p>Profesionalidad.</p> <p>Cortesía.</p> <p>Credibilidad.</p> <p>Seguridad.</p> <p>Comprensión al cliente.</p>	<p>Tiempo medido en días, horas en la ejecución del proceso de traslado.</p> <p>Numero de documentos trasladados al mes. Numero de mercancías trasladados al mes. Números de maquinarias trasladados al mes.</p> <p>% de área para documentos. % de área para mercancías. % de área para maquinarias.</p> <p>Apariencia de las instalaciones físicas, equipos y personal.</p> <p>Capacidad de atención al cliente.</p> <p>Conocimiento en la ejecución del servicio. Destrezas del personal en la ejecución del servicio.</p> <p>Capacitación del personal.</p> <p>Respeto y amabilidad del personal.</p> <p>Honestidad en el servicio que se provee.</p> <p>Peligros y riesgos.</p> <p>Conocimiento de las necesidades del cliente.</p>	<p>MÉTODO GENERAL</p> <p>Método científico.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>No experimental – transversal correlacional.</p> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Investigación Aplicada.</p> <p>ALCANCE O NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Correlacional.</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>•Población (N): Todos los clientes y trabajadores de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC. •Muestra (n): 22 individuos entre clientes y trabajadores de Serbalazo Empresa de Servicios Generales SAC.</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS</p> <p>• Encuesta / Cuestionario.</p>

ANEXO 2.

UNIVERSIDAD CONTINENTAL

CUESTIONARIO SOBRE LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN

N°.....

INSTRUCCIONES:

Estimados clientes, la presente investigación necesita de su colaboración con respecto a la variable logística de distribución de la empresa SERBALAZO. Agradecemos anticipadamente tu participación respondiendo con un aspa (x) la respuesta que considere correcta de acuerdo a la siguiente escala de valor:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Datos generales:

Cliente:.....

Tipo de cliente: Persona natural Persona jurídica

N°	Indicadores/Items					
	DIMENSIÓN: GESTION DE TIEMPOS	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1	Como valoraría el tiempo de servicio de transporte prestado por el Servicio Courier.					
2	Como valoraría el tiempo de servicio prestado por el Transporte de maquinaria pesada.					
3	Como valoraría el tiempo de servicio prestado por el Transporte de mercancías pesadas.					
	DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE TRANSPORTE	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
4	Cuenta la empresa con capacidad de transporte para el servicio de maquinaria pesada.					
5	Cuenta la empresa con capacidad de transporte para el servicio de mercancía pesada.					
6	Cuenta la empresa con capacidad de transporte para el servicio Courier.					
		Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

7	Con que frecuencia usa el servicio de transporte de Servicio Courier.					
8	Con que frecuencia usa el servicio de transporte de maquinaria pesada.					
9	Con que frecuencia usa el servicio de transporte de mercancía pesada.					
	DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10	Cuenta la empresa con capacidad de almacenamiento para maquinaria pesada.					
11	Cuenta la empresa con capacidad de almacenamiento para mercancía pesada.					
12	Cuenta la empresa con capacidad de almacenamiento para el servicio courier (sobres, cartas y otros).					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

UNIVERSIDAD CONTINENTAL

CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE SERVICIO

N°.....

INSTRUCCIONES:

Estimados clientes, la presente investigación necesita de su colaboración con respecto a la variable Calidad de Servicio de la empresa SERBALAZO. Agradecemos anticipadamente tu participación respondiendo con un aspa (x) la respuesta que considere correcta de acuerdo a la siguiente escala de valor:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1	2	3	4	5

Datos generales:

Cliente:.....

Tipo de cliente: Persona natural Persona jurídica

N°	Indicadores/Ítems					
	DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1	Cómo evalúa las instalaciones físicas (Oficinas, almacenes, otros) utilizadas por la empresa SERBALAZO. (se refiere a que si es visualmente atractivo)					
2	Como califica la apariencia (se refiere a pulcritud) de los empleados de la empresa SERBALAZO.					
3	Como califica los materiales, mobiliario y equipos de la empresa SERBALAZO. (Se refiere al estado de conservación y modernidad).					
	DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
4	Cuenta la empresa con el área suficiente de almacén para ofrecer su servicio.					
5	Poseen la cantidad suficiente de materiales, mobiliario y equipos para prestar el servicio con calidad.					
6	Cuenta la empresa con la cantidad de personal para brindar un servicio de calidad.					

7	La capacidad de respuesta frente a algún incidente en el transporte es la adecuada.					
8	El personal ofrece respuestas adecuadas y rápidas a las dudas o consultas de los clientes.					
	DIMENSIÓN: PROFESIONALIDAD	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
9	El personal cuenta con habilidades y destrezas para la ejecución del servicio.					
10	El personal ha sido capacitado.					
11	El personal cuenta con conocimiento para la ejecución de sus labores.					
	DIMENSIÓN: CORTESIA	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
12	El personal es respetuoso y amable en la atención al cliente.					
13	El personal es atento con las necesidades del cliente.					
	DIMENSIÓN: CREDIBILIDAD	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
14	El servicio que ofrece la empresa es serio y veraz.					
15	El comportamiento del personal de la empresa inspira confianza.					
	DIMENSIÓN: SEGURIDAD	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
16	Las unidades de transporte de la empresa están asegurados con una prima de seguro.					
17	La empresa cuenta con programas de mantenimiento de sus vehículos y equipos.					
18	Los vehículos cuentan con equipos de seguridad como extintores, botiquín, etc.					
19	Los vehículos de transporte de la empresa cuentan con instalación de GPS.					
20	La empresa cuenta con vehículos suficientes para la reposición de unidades vehiculares inoperativos.					
21	La empresa asume la reposición de las mercancías, maquinarias o bienes en caso de robo, accidentes, fenómenos naturales, etc.					

22	Se sienten seguro con el servicio prestado por la empresa SERBALAZO.					
	DIMENSIÓN: COMPRENSIÓN AL CLIENTE	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
23	La empresa tiene conocimiento de las necesidades de los clientes.					
24	La empresa cuenta con un buzón de sugerencias para un mejor servicio.					
25	La empresa ha implementado medios de comunicación como cartas, e-mail, redes sociales, vía celular y/o teléfono, otros; para una mejor comprensión con sus clientes.					
26	La empresa de servicios SERBALAZO tiene horarios de trabajo convenientes para sus clientes.					

GRACIAS POR SU COLABORACION.

ANEXO 3.

Figura 43: Fachada principal de SERBALAZO empresa de Servicios Generales SAC.



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 44: Instalaciones de SERBALAZO empresa de Servicios Generales SAC.



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 45: Área Administrativa - Gerencia (2do nivel)



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 46: Área de operaciones logísticas (2do nivel)



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 47: Área de contabilidad



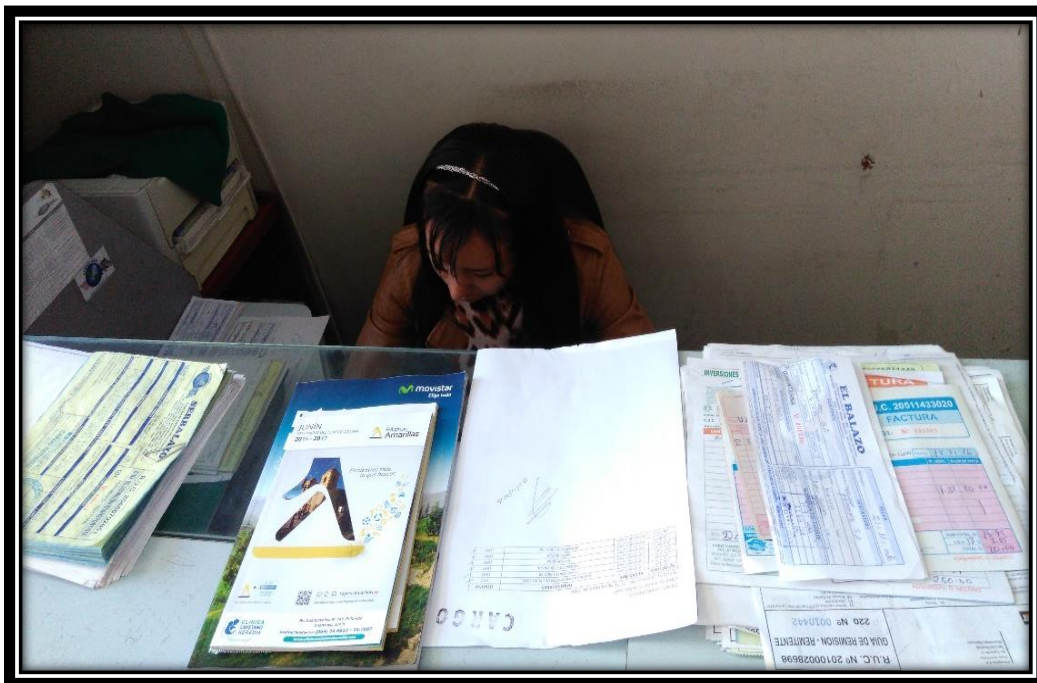
Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 48: Área de recepción de sobres y paquetes



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 49: Personal de recepción de sobres y paquetes



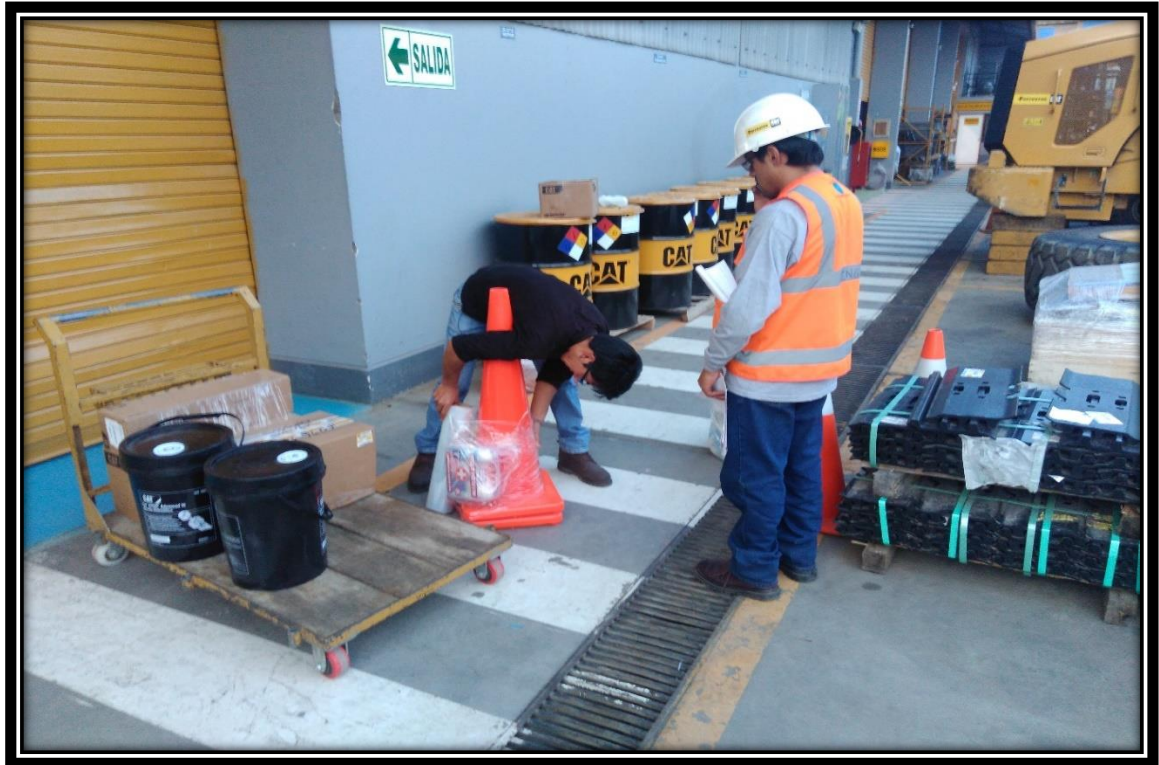
Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 50: Personal realizando el embalaje de los paquetes - I



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 51: Personal realizando el embalaje de los paquetes - II



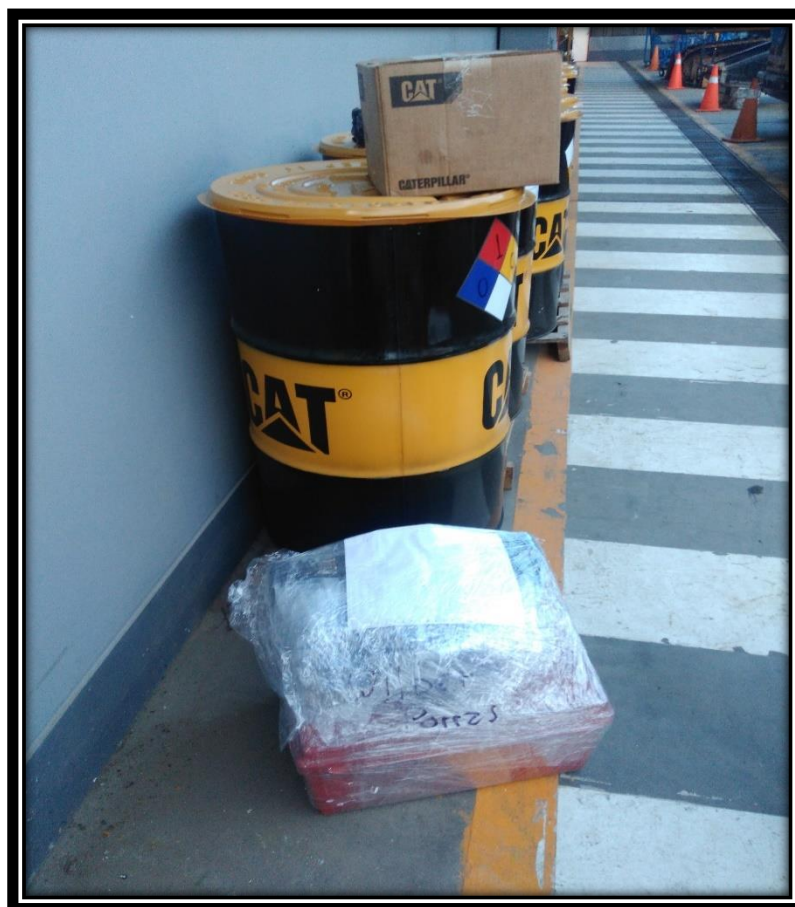
Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 52: Paquete embalado - I



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 53: Paquete embalado – II



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 54: Cargando la mercancía y documentos servicio Courier



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 55: Carga de maquinaria pesada I



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 56: Carga de la maquinaria pesada al transporte II



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 57: Transporte de maquinaria pesada I



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 58: Transporte de maquinaria pesada II



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 59: Transporte de la maquinaria pesada III



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 60: Transporte de servicio Courier



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 61: Entrega de maquinaria pesada en el domicilio de la empresa I



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 62: Entrega de maquinaria pesada en el domicilio de la empresa II



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C

Figura 63: Carga de mercancía pesada.



Fuente: Fotografías en SERBALAZO S.A.C