



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS TURÍSTICOS Y HOTELEROS**

TESIS

**COSTOS LOGÍSTICOS Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN
EL HOTEL SAN BLAS MIRAFLORES – LIMA 2019**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS
Y HOTELEROS**

AUTOR:

Bach. SANABRIA SEGOVIA, PATRICIA

LIMA-PERÚ

2019

ASESOR DE TESIS

Dr. JUSTINIANO AYBAR HUAMANI

JURADO EXAMINADOR

Dr. ALFREDO GUILLERMO RIVERO GUILLÉN
Presidente

Dr. FERNANDO ALONSO PINO APABLAZA
Secretario

Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA
Vocal

DEDICATORIA

Con mucho cariño y amor a aquellas personas más importantes de mi vida, mi mamá Loyda Noemy Segovia Mateo y mi hermana Nora Katherine Armas Segovia con su apoyo incondicional logre cumplir una de mis metas; ser profesional. A mis amigos por sus buenos deseos.

AGRADECIMIENTO

A Dios que es símbolo de paz y amor, quien nos guía en todo momento.

A mi mamá por enseñarme su fortaleza de seguir adelante cada día, a mi hermana por sus buenos deseos.

Agradecer también al Dr. Justiniano Aybar Huamani asesor de tesis, quien me acompañó en el desarrollo del trabajo de investigación.

Un agradecimiento especial a los dueños del hotel San Blas Miraflores – Lima y a todo el personal del hotel gracias a ellos se logró culminar con la presente investigación.

RESUMEN

El entorno actual es cada vez más competitivo y con menores márgenes de error, las empresas hoy en día buscan estrategias de mejora continua que las haga más competitivas. En los últimos años se ha tomado mayor interés en los costos logísticos y la satisfacción de los clientes.

La empresa hotelera San Blas en últimos años tuvo más demanda se ha dedicado a elaborar orgullosamente un servicio de alta calidad en satisfacer a los clientes en el servicio, pero los costos logísticos de la empresa tienen como dificultad la falta de stock debido a la deficiente proyección de servicio y falta de comunicación con los proveedores, ocasionando incomodidad en sus clientes.

Para tal efecto; la presente investigación es de tipo descriptiva-correlacionar, y se busca obtener la relación entre sus variables costos logísticos y satisfacción de los clientes a través del coeficiente de Pearson y la prueba de rho Spearman, la empresa tiene un promedio 50 empleados para lo cual se aplicó la fórmula de muestreo para una población finita obteniendo como resultado 30 clientes, los resultados de la encuesta fueron procesados en el programa IBM SPSS 25 – IBM Analytics.

La relación que existe entre los costos logísticos y la satisfacción del cliente es directa, es decir, a mayor sea lo costos logísticos es mayor la satisfacción del cliente.

ABSTRACT

The present-day surroundings are more and more competitive and with younger márgenes of error, the companies nowadays look for strategies of continuous improvement that you do them more competitive. Of late years you have taken bigger interest in the logistic costs and the customers's satisfaction.

The hotel company San Blas in last years had more request it has been dedicated oneself to elaborating a service of loud quality in satisfying the customers in the service proudly, but you have the company's logistic costs like short difficulty of stock due to the deficient projection of service and you are absent of communication with the suppliers, causing discomfort in his customers.

For such effect; Present it investigation is of type descriptive correlating, and the acquaintance between his variable logistic costs and satisfaction of the customers through the coefficient of Pearson and rho's proof attempts to obtain herself Sperman, the company has an average 50 employees for which the formula of sampling was applicable for a finite population obtaining as a result 30 customers, the results of the opinion poll were processed in the program IBM SPSS 25 – IBM Analytics.

The relation that exists between the logistic costs and the customer's satisfaction is direct, that is, be to principal it the customer's satisfaction is logistic costs bigger

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARATULA	i
ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLA.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. Planteamiento del problema	14
1.2. Formulación del problema	16
1.2.1. Problema general	16
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. Justificación del estudio	16
1.3.1. Justificación Teórica	17
1.3.2. Justificación Practica	17
1.3.3. Justificación Metodológica.....	17
1.3.4. Justificación Social	18
1.4. Objetivos de la investigación	18
1.4.1. Objetivo general.....	18
1.4.2. Objetivos específicos.....	18
II. MARCO TEÓRICO	19
2.1. Antecedentes de la investigación	19
2.1.1. Antecedentes nacionales	19
2.1.2. Antecedentes internacionales	20
2.2. Bases teóricas de las variables	22
2.2.1. Costos logísticos.....	22
2.2.2. Satisfacción al cliente	26

2.3. Definición de términos básicos	32
III. MÉTODOS Y MATERIALES	36
3.1. Hipótesis de la investigación.....	36
3.1.1. Hipótesis general	36
3.1.2. Hipótesis específicas	36
3.2. Variables de estudio.....	36
3.2.1. Definición conceptual.....	36
3.2.2. Definición operacional	38
3.3. Tipo y nivel de la investigación	40
3.3.1. Tipo de la investigación	40
3.3.2. Nivel de la investigación	40
3.4. Diseño de la investigación	40
3.5. Población y muestra de estudio.....	41
3.5.1. Población	41
3.5.2. Muestra	42
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
3.6.1. Técnicas de recolección de datos	42
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos.....	43
3.7. Métodos de análisis de datos	43
3.8. Aspectos éticos	43
IV. RESULTADOS	44
4.1. Resultados de Confiabilidad de las Variables	44
4.2. Resultados de Confiabilidad de las Dimensiones.....	44
4.3. Resultados Descriptivo de las Variables	45
4.4. Resultados de Descriptivo de las Dimensiones.....	47
4.5. Resultados de Constatación de Prueba de Hipótesis	53
V. DISCUSIÓN.....	58
VI. CONCLUSIONES	61
VII. RECOMENDACIONES.....	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
ANEXOS 68	
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	69
Anexo 2: Matriz operacionalización.....	70

Anexo 3: Instrumentos.....	72
Anexo 4: Validación de instrumentos	76
Anexo 5: Matriz de datos	81
Anexo 4: Propuesta de valor	82

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1.	Costos logísticos.....	45
Tabla 2.	Satisfacción al cliente.....	46
Tabla 3.	Pedido	47
Tabla 4.	Almacén.....	48
Tabla 5.	Inventario.....	49
Tabla 6.	Tiempo de entrega	50
Tabla 7.	Calidad de servicio	51
Tabla 8.	Disponibilidad del producto	52
Tabla 9.	Valores de correlación.....	53
Tabla 10.	Correlación de costos logísticos y satisfacción al cliente	54
Tabla 11.	Correlación de pedido y tiempo de entrega	55
Tabla 12.	Correlación de almacén y calidad de servicio.....	56
Tabla 13.	Correlación de inventario y disponibilidad del producto	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Costos logísticos	45
Gráfico 2. Satisfacción al cliente	46
Gráfico 3. Pedido	47
Gráfico 4. Almacén.....	48
Gráfico 5. Inventario	49
Gráfico 6. Tiempo de entrega	50
Gráfico 7. Calidad de servicio	51
Gráfico 8. Disponibilidad del producto	52

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está estructurada en siete capítulos, de acuerdo al siguiente detalle:

El primer capítulo abarca el planteamiento del problema de la investigación, la formulación del problema general y los problemas específicos, la justificación del estudio y los objetivos, tanto el general como los específicos.

El segundo capítulo aborda el marco teórico, los antecedentes nacionales e internacionales consultados para esta investigación, las bases teóricas relacionadas a las variables Costos Logísticos y Satisfacción al Cliente, de igual modo se definieron los términos básicos.

El tercer capítulo define el marco metodológico, se definen las hipótesis de la investigación, que se dividen en hipótesis general e hipótesis específicas. También se exponen las variables de estudio, la definición conceptual y operacional de cada una de ellas, el tipo y nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, los métodos de análisis de datos y los aspectos éticos.

El cuarto capítulo presenta los resultados obtenidos con los procesos estadísticos aplicados, que permitió alcanzar los objetivos y contrastar las hipótesis planteadas en esta investigación.

El quinto capítulo expone la discusión por teorías, metodología y por los resultados.

El sexto capítulo expresa las conclusiones a las que se llegó con el estudio de investigación.

El séptimo capítulo expone las recomendaciones de la presente tesis. Por último, se manifiestan las referencias bibliográficas y los anexos.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Los costos logísticos a nivel mundial la importancia es el control y la reducción de los costos, evaluando los procesos de almacenamiento para verificar las oportunidades de mejora y así eliminando excesos, la competitividad entre los países ya que por empresas muestran diferentes resultados por las herramientas claves de gerencia que muestra ya que gestionan y controlan los flujos de materiales y sus flujos de información.

Haymarket hotel en Londres, reino unido: ubicación central; ambiente encantador y relajado; decoración extravagante, original y con estilo; excelente servicio y nada para criticar, maneja un buen plan logístico asegura que todas las actividades y servicios ofrecidos se lleven a cabo en el tiempo estimado dentro del presupuesto establecido por la gerencia la satisfacción interna y externa. Su mayor éxito, trabajo en conjunto como gerentes, trabajadores, proveedores, adecuada implementación.

Hoy en día los costos logísticos son importantes en la mayoría de las empresas hoteleras, en el cual se presentan las dificultades en los almacenes según los requerimientos de las distintas áreas, también esto tiene como efecto la dificultad de pedidos de productos de calidad a los clientes en un adecuado tiempo.

La logística hotelera es una herramienta importante para completar un servicio de calidad a reducir sus costos y poder ofrecer una gama más amplia de servicios en sus instalaciones.

Actualmente casi en todas las empresas hoteleras sienten la crisis de competitividad en donde les obliga a cambiar los costos logísticos para así generar un margen de demanda de los clientes, de esta manera podemos tener un nivel alto de satisfacción a los clientes.

El nivel de atención también se da forma personalizado a los clientes potenciales, de esta manera se tendrá que planificar adecuadamente con la

supervisión de compras (todas las áreas), cartera de proveedores, administrar llegadas y salidas, administrar el personal de trabajo del logística y almacén.

Hotel Ruinas, centro del cusco: en el área logística y la administración ayuda asegurar que su proyecto se realice dentro del presupuesto en el tiempo previsto y que se dé su total satisfacción, para asegurar el éxito todos los equipos que trabajan en colaboración constante. El área de logística muestra como misión mostrar servicios en reducción de costos operativos maximizando la calidad del servicio. Y como objetivos reducir costos, entregar conforme a las expectativas del cliente, reducir el uso del capital al máximo.

El hotel San Blas ubicado en Miraflores – lima, carece de un control de costos logísticos, en ese sentido es necesario contar con un buen manejo del almacén, entradas, salidas, inventarios y compras, para obtener una demostración confiable del mismo, además de reducir costos en los insumos de compras, también tener un stock de mercadería y así brindar un buen servicio a los clientes.

Por ello es importante la necesidad de mejorar un planteamiento de gestión de costos logísticos en el Hotel San Blas, por ello se pretende reducir gastos imprevistos ante cualquier evento dentro del establecimiento del hotel de tal forma no incremente las dificultades de coordinación entre jefes de áreas, por lo tanto no se genere ningún problema entre estas áreas involucradas de logística y almacén, teniendo el tiempo mínimo de prevenir y solucionar problemas internos dentro del establecimiento.

Actualmente el Hotel San Blas, tiene como visión ser una organización que logre la preferencia y reconocimiento por brindar una excepcional atención y satisfacción al cliente gracias a nuestros colaboradores, con miras de llegar a consolidarnos como una importante cadena hotelera netamente peruana con una misma cultura de enfoque al cliente.

Es evidente que el tipo de gestión Logística requiere de actividades de suma importancia en el almacén para una buena organización que determine la calidad de los productos.

En el futuro se desea manejar presupuestos de productos mensuales con criterios de planificación de gestión, garantizando la calidad en los servicios brindados, ampliando la rentabilidad al máximo, analizando y entendiendo cada realidad del establecimiento.

Finalmente presenta deficiencias en el área de Logística y almacén en el cual se presenta un mal manejo en los sistemas de control de gestión de costos logísticos, el establecimiento está en el rubro de brindar un servicio al cliente, se analizara de forma amplia en el presente trabajo con la finalidad de evaluar su influencia en la gestión Logística y almacén.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

PG ¿Qué relación existe entre costos logísticos y la satisfacción del cliente en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1 ¿Cuál es la relación que existe entre pedido y tiempo de entrega en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019?

PE 2 ¿Cuál es la relación que existe entre almacén y calidad de servicio en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019?

PE 3 ¿Cuál es la relación que existe entre inventario y disponibilidad del producto en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019?

1.3. Justificación del estudio

En el presente trabajo de investigación vamos a conocer los costos logísticos, así como el pedido, almacén, inventario en busca del óptimo desempeño para los objetivos y metas del Hotel San Blas. Además, ayudará a tener una visión sobre las problemáticas en el área de logísticos, a fin de resolver estos posibles problemas que se presentan. Asimismo, se investigará la satisfacción al cliente, así como tiempo de entrega, calidad de servicio, disponibilidad del producto en busca de las expectativas del cliente. Con las conclusiones del presente estudio, las

empresas podrán evaluar su situación y poner en práctica las recomendaciones planteadas, desarrollando una mejor gestión sobre sus propios costos logísticos y satisfacción al cliente.

1.3.1. Justificación Teórica

En el punto de vista teórico en esta investigación se dieron a conocer Costos Logísticos y Satisfacción al Cliente, que encontramos en el libro de Andrade titulado...rubro costes e importante de la Logística del año (2016) y así finalmente lograr estrategias que nos acerquen al cliente y lograr su satisfacción.

1.3.2. Justificación Practica

La presente investigación resultó útil y beneficiosa para el Hotel San Blas Miraflores en el distrito de Miraflores. Para ello se identificó una problemática en el establecimiento, referente a costos logísticos y al nivel de satisfacción al cliente como buscar estrategias para mejorar la calidad de servicio. En la investigación se propuso la aplicación del modelo Likert que consta de 30 preguntas, la aplicación práctica del Modelo permitió medir los costos logísticos y al nivel de satisfacción del cliente; ayudó a identificar los aspectos positivos y negativos que atraviesa el hotel. Para seguir llevando a cabo la investigación se tomó como instrumentos de recolección de datos una ficha de entrevista conformada por 30 preguntas cerradas relacionadas con mis 6 dimensiones del Modelo likert. A través de los resultados que se obtenga se propondrá medidas de corrección a través de una propuesta, permitiendo desarrollar herramientas de gestión para el análisis y ejecución de las actividades, teniendo el objetivo principal como los costos logísticos de los procesos y/o servicios en el hotel.

1.3.3. Justificación Metodológica

Ésta investigación estudia la Costos Logísticos y Satisfacción al Cliente que presenta el hotel en las áreas de logística, Almacén, lavandería y entre otras. Para éste se verificarán los procesos de las actividades realizadas esto ayudarán a mejorar la calidad de servicio en el Hotel San Blas Miraflores. La investigación no experimental transversal, basada en obtener un resultado.

1.3.4. Justificación Social

La investigación permitirá proponer una gestión de mejora respecto a los costos logísticos y Satisfacción al cliente del hotel, mejorando las condiciones de servicio que brinda para cubrir las necesidades de los clientes, la empresa se beneficiara porque crearan una perspectiva positiva del hotel posicionando la marca en la mente del consumidor, de esta manera se podrá generar puestos de trabajo.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

OG Determinar la relación de los costos logísticos y la satisfacción del cliente en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019

1.4.2. Objetivos específicos

OE 1 Analizar qué relación existe en pedido y tiempo de entrega en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

OE 2 Identificar qué relación existe en almacén y calidad de servicio en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

OE 3 Conocer qué relación existe en inventario y disponibilidad del producto en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

Campos (2017). Tesis “*Gestión logística en una empresa de servicio hotelero, Huancayo – 2017*”, Universidad César Vallejo. Estudio para obtener el grado académico de maestro en Gerencia de Operaciones y Logística. Tuvo como finalidad: determinar los procedimientos logísticos actuales y si estos necesitan ser mejorados a fin de lograr altos estándares de calidad en los servicios, se consideró tres áreas para el estudio: aprovisionamiento, almacén y distribución, investigación cualitativa. Los resultados obtenidos en la matriz de saturación fueron relacionados con los antecedentes respecto a las teorías administrativas y logísticas las mismas que permiten afirmar que el área de aprovisionamiento no maneja un adecuado stock de seguridad, el área de almacén no cuenta con un personal exclusivo y, el área de distribución tiene demora en la entrega del producto y/o servicio.

Reyes & Hudtwalcker (2017), “*Tesis Desarrollo de un modelo de gestión genérico para hospedajes estudiantiles en Lima Metropolitana*”, Universidad San Ignacio de Loyola. Estudio para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración Hotelera. Tuvo como finalidad: expandir el conocimiento actual que se tiene sobre este tipo de establecimientos, investigación de tipo exploratoria cualitativa. Los resultados obtenidos a través de las entrevistas fueron comparados y contrastados con otras fuentes, estudios y reglamentos a efectos brindar un análisis más profundo.

Gonzales (2018), Tesis “*Relación de la calidad de servicio logístico, satisfacción y la lealtad del cliente a los agentes de carga marítimo puerto callao 2018 – telefonía celular*” Universidad San Ignacio de Loyola. Estudio para obtener el Título Profesional de Licenciado en International Business. Tuvo como finalidad: determinar si existe la influencia entre la calidad de servicio logístico del agente de carga con la satisfacción y lealtad de las empresas importadoras de celulares vía marítima del puerto del Callao 2018, investigación de enfoque cuantitativo Correlacional, no experimental, diseño transaccional correlacional, llegando a las conclusiones:

Los resultados pudieron confirmar dicha relación con un coeficiente de relación muy significativo, los cuales fueron comprobados por medio de los análisis de (Rho Spearman, KaiserMeyer- Olkin (KMO)). Por tanto, se probó la hipótesis planteada, obtenidos por medio de las encuestas, se pudo observar que la dimensión que tuvo un más alto puntaje fue Calidad de Servicio logístico, ya que tuvo como promedio un 91.18% mientras que satisfacción y lealtad un 82.3% cada uno. Con esto, podemos concluir que las personas de contacto llamasen ejecutivos comerciales, coordinadores de operaciones se encuentran capacitadas para ofrecer un buen servicio ya que según las encuestas cuentan con la experiencia y conocimiento clave para poder dar el servicio que solicitan sus clientes.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Lloor & Delgado (2016). Tesis “Análisis de procesos en la Logística de salida (Planificación y distribución del producto terminado) de la empresa CDE y el diseño de modelo logístico de gestión”; Universidad de Guayaquil. Estudio para obtener el grado de Magister en Administración de Empresas mención mención: Logística y Transporte. Tuvo como finalidad, analizar los procesos logísticos de salida y el diseño de un modelo de gestión para la toma de decisiones de CDE, diseño no experimental transeccional, enfoque cuantitativo y cualitativo, llegando a las conclusiones:

Que permitirá realizar la distribución de los productos al costo más óptimo posible, cambiando el esquema actual bajo una planificación sistemática sin considerar reducción de costos y llegando a cumplir el objetivo de la estrategia planteada. También se añade un modelo de distribución bajo la red PERT, que le permitirá conocer la ruta crítica en la distribución diaria de los productos de acero y los tiempos que se utilicen en cada uno de ellos. Esto permitirá conocer la mejor ruta para la distribución de los productos y la disminución de costos involucrados.

La empresa CDE cuenta con años de experiencia en el mercado y el modelo logístico presentado en este estudio le permitirá ser más competitivo en el mercado ecuatoriano añadiendo valor a los servicios ofertados.

Molinari & Vergara (2016). Tesis “Análisis del proceso logístico en los depósitos temporales aéreos en Guayaquil. Caso cargo service en el régimen de importación a consumo”, Universidad de Guayaquil. Estudio para obtener el título

de ingeniero en comercio exterior. Tuvo como finalidad: identificar y analizar el manejo de la logística en el depósito temporal cargo service para diagnosticar las implicancias en el almacenamiento de mercancías bajo el régimen de importación a consumo, investigación de enfoque cuantitativo y cualitativo, tipo descriptivo correlacional, diseño no experimental, llegando a las conclusiones: Con la implementación de la propuesta, se pretende lograr una serie de beneficios para la empresa cargo service y su giro del negocio, entre los que podemos enumerar.

- 1) Reducir costos operativos.
- 2) Eficiencia en el manejo de inventarios.
- 3) Reporte en línea de las mercancías recibidas y entregadas.
- 4) Ubicación de la carga de forma inmediata.
- 5) Reducción de tiempo en el proceso de asignación e ingreso de mercancía al depósito.
- 6) Minimizar errores (mudas de procesos) como en la digitación de las guías, en el etiquetado de la carga, en la estiba de la carga, y pesaje.
- 7) Actualizar los procesos emitiendo reportes en línea, producto del uso de los equipos que se deben adquirir, descritos en el último capítulo.
- 8) Nula pérdida de mercancías por la implementación del control de procesos.
- 9) Programa continuo de capacitación al personal.
- 10) Mejora continua (kaizen) del servicio al cliente interno y externo.

Gómez (2017). Tesis *"Plan estratégico logístico para una pyme"*, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Estudio para obtener el licenciamiento en logística integral. Tuvo como finalidad: proponer un Plan Estratégico Logístico para la empresa objeto de estudio, a través de un diagnóstico interno de los procesos logísticos y externo de los competidores, proveedores, clientes y precios en el mercado, con el fin de analizar su cadena logística actual, proponiendo estrategias que apunten a optimizar su desempeño logístico y aumenten su competitividad, investigación cualitativa y cuantitativa,

llegando a las conclusiones: El mismo consiste en mejorar su cadena logística, mediante la modificación de algunos de sus procesos tradicionales y la aplicación de herramientas logísticas, para lograr su sostenimiento y desarrollo en el mundo competitivo. Con el Plan Estratégico Logístico desarrollado en la presente investigación se logrará tener un control en los aspectos más significativos que representan el mayor porcentaje en el costo total logístico, a saber:

A través de un Plan agregado de producción se sugirió implementar el método de fuerza de trabajo constante con horas extras para planear la 62 producción, constituyéndose en el modelo más acorde para “xyz” de ahora en adelante. En este método, el punto importante está en encontrar el número adecuado de trabajadores y producción, para que las horas extra y los costos de inventario sean mínimos.

Se establecieron las políticas de inventario, que lograrán un bajo nivel de inversión para conservar el capital, un nivel de stock óptimo para reforzar las ventas, y adecuado para garantizar el proceso productivo, generando puntos de control en el inventario e indicadores de eficiencia del mismo. — Se sugiere también implementar el “método del barrido” para optimizar el recorrido actual y los recorridos futuros. Para que de esta manera se pueda controlar el transporte y el cumplimiento con todos los clientes.

Estas propuestas más la suposición de que el nivel de servicio al cliente, tenga un costo razonable, contribuirían a incrementar la rentabilidad de “xyz”, cuanto menor sean los costos logísticos, más eficiente será el proceso.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Costos logísticos

En los momentos actuales, nos encontramos con que muchas empresas siguen sintiendo los efectos de la crisis y se dan cuenta de que cada día tienen una mayor competencia que les obliga a estrechar los márgenes. Ante esta situación, las empresas no han parado de disminuir costes; una de las áreas donde la capacidad de disminución de costes e importante es en el de la Logística. (Andrades, 2016, p.98)

Estructura de costos logísticos de la operación de compraventa internacional. El objeto de esta sección es proporcionar al lector la descripción de los costos involucrados en una operación Logística internacional y sus principales componentes, así como establecer metodologías para su cuantificación.(Carreño, 2017, p 357)

Los costos logísticos inciden en toda la cadena de valor ya que entran varias veces en la función de producción. Tras la reducción drástica de los aranceles al comercio exterior en la década de 1990, los costos logísticos se tornaron fundamentales para la competitividad de los países. Las mediciones realizadas muestran que en América Latina y el Caribe el costo de la logística como porcentaje del PIB es entre un 50% y un 100% mayor que en los países de la OCDE. Los análisis de costos logísticos por empresa arrojan resultados similares. (Banco internacional de desarrollo, 2019)

Costos logísticos en la cadena de suministro, La operación de los sistemas logísticos involucrados en la CS requiere recursos, los cuales varían según el tipo y tamaño de la empresa, los productos, los canales de distribución y las características del cliente. (Orjuela, Suárez & Chinchilla, 2016, p. 380)

Los costos logísticos son todos los recursos como materiales e insumos que tiene el área de almacén que se encuentra los distintos insumos como, verduras frutas, embutidos, lácteos entre otras, también son materiales de limpieza, útiles de oficina, herramientas para el mantenimiento de las habitaciones, con el fin de analizar los distintos precios de los insumos o materiales para obtener un menor costo posible de compra de los proveedores. Ya que hoy en la actualidad los hoteles brindan un servicio de distintos niveles de servicio de calidad por lo tanto se genera una competitividad de los costos de recursos, en cuanto a la satisfacción de las exigencias del cliente.

2.2.1.1. Pedido

El cálculo de aprovisionamiento por punto de pedido consiste de obtener una cantidad de existencias, al menor coste posible, cuando el stock disponible (la suma del stock en el almacén más las cantidades pedidas pendientes de recibir) alcanza el nivel del punto de pedido. (Andrades, 2016, p.243)

El pedido es un requerimiento de productos de una cantidad estimada a partir de una suma del stock en el almacén de los distintos proveedores, para realizar un buen manejo en el Hotel San Blas de cada área, de esta manera no perjudicar la producción de los días planificados de los eventos que se dan dentro de las instalaciones.

Producto

Andrades (2016) afirma. “En el momento que sale una unidad se solicita otra para su reposición” (p.244).

El producto es un elemento esencial para mejorar la satisfacción del cliente en cuanto al servicio, también el producto se conoce como un recurso de primera necesidad y se puede controlar en un inventario para respectiva gestión de compra

Costo de adquisición, método del doble contenedor

Andrades (2016) afirma. “Cada contenedor se definirá con el tamaño adecuado para hacer frente a los tiempos de suministros y a la demanda. La cantidad a reponer es otro contenedor” (p.244).

El contenedor se utiliza en el área del almacén, la cantidad de los contenedores dependerá del despacho que se realice todos los días por parte de todas las áreas establecidas, mayormente el área que más se beneficia es de alimentación ya que los insumos (proteínas) llegan en un buen estado para la producción.

Stock

Andrades (2016) afirma. “Es un punto de pedido en el que la señal de nivel de stock es una señal física. Se emplea mucho de los puntos de venta. Cuando en los lineales hay marcas físicas que quedan al descubierto al bajar el stock de un determinado consumible, alcanza una señal extrema” (p.244).

El stock es un pedido, de señal física, en la que el encargado del almacén realiza el seguimiento correspondiente a los productos faltantes de acuerdo a la suma de stock.

2.2.1.2. Almacén

Describir la importancia y los objetivos de una gestión dependen directamente de los fundamentos y principios que enmarcan su razón de ser, sin embargo, tal como observamos en la gráfica anterior sobre el "debe ser almacenado", quien formula las cuestiones de fundamento y principio es la gestión de inventario o existencia, y en estas se basa la gestión de almacenes para tener una gran importancia y unos claros objetivos. (Andrades, 2016, p. 254)

El almacén es el lugar donde se calcula la existencia de los productos, donde se realiza el inventario, se crea una importancia y la razón de ser del stock.

Planificación y organización

El proceso de planificación y organización es de carácter estratégico y táctico, dado que tiene que brindar soluciones de recursos en comunión con las políticas y objetivos generales que contempla la estrategia de la compañía, en aras de potenciar las ventajas competitivas por las que apuesta. (Andrades, 2016, p.255)

Planificación y organización es la solución de la estrategia planteada para una buena estimación de recursos en las empresas o compañías para mejorar los costos competitivos.

Información

Si bien la función principal de la gestión de almacenes es la eficiencia y efectividad en el flujo físico, su consecución está a expensas del flujo de información. Este es un eje transversal de los procesos de gestión logística y la gestión de almacenes no son la excepción. Debe ser su optimización, por tanto, objetivo de primer orden en la gestión de almacenes. (Andrades, 2016, p.259)

El primer orden es la gestión de almacenes de tipo eje transversal en el proceso que se muestra información objetiva en el flujo físico.

2.2.1.3. Inventario

El siguiente elemento básico del aprovisionamiento son los inventarios, también denominados stocks o existencias. Son un punto determinante en el manejo estratégico de toda la organización que cumplen una serie de funciones específicas dentro de la gestión del aprovisionamiento. (Andrades, 2016, p.248)

El inventario denominado también como stock o existencia cumple funciones específicas para la gestión de aprovisionamiento, disponibilidad y existencia en la propia área.

Andrades (2016) afirma. “Asegurar la disponibilidad de existencias (producto terminado, producto en curso, materia prima, insumo, etc.) en el momento justo” (p.248).

Disponibilidad de espacios son aquellos instrumentos como anaqueles de los distintos productos, revisando si cuenta con el espacio esperado, para no ocasionar contaminación cruzada.

2.2.2. Satisfacción al cliente

La satisfacción del cliente se puede definir como el cumplimiento o realización de una necesidad, deseo o gusto.

Para estudiar la satisfacción de los clientes hay un principio básico a tener en cuenta y es que, si algo no se mide, no se puede mejorar, por lo cual para poder conocer y, en su caso mejorar, la satisfacción del cliente debemos medir el grado en que las expectativas han sido alcanzadas o no. (Del Pozo, 2018, p.118).

Satisfacción del cliente

El Modelo de satisfacción del cliente KANO Este modelo se centra en que la satisfacción del cliente depende por completo de la capacidad que tiene la empresa de generar su producto o servicio, basándose en que no todas las características de un producto o servicio producen la misma satisfacción en el cliente, sino que algunas de ellas contribuyen en mayor grado a generar una mayor fidelidad. A continuación, explicaremos las características agrupándolas en grupos:

- **Características-requisitos básicos:** son características del producto que el cliente considera obligatorias. No aumentan la satisfacción del comprador, pero causan una insatisfacción muy grande si no se aportan.
- **Características-requisitos de desempeño:** estas características del producto aumentan proporcionalmente la satisfacción del cliente. Cuantas más se añaden o más funcionalidades ofrecen, más satisfecho está el cliente.
- **Características-requisitos de deleite:** son características no esperadas por el cliente y que causan una gran satisfacción. Como no son esperadas, no provocan insatisfacción si no se aportan. Según este modelo, todas las características que tengan alguna influencia directa o indirecta en la satisfacción del cliente se clasificarán en alguno de estos tres grupos antes mencionados. El modelo de Kano se inserta en la fase tres de nuestro modelo y complementa sustancialmente las características necesarias para mejorarlo. (Jornal, 2016, p.151) revista

La satisfacción del cliente mide las caracteriza básicas de las exigencias del servicio ofrecido, desempeño del personal es fundamental para cumplir las expectativas del establecimiento en cuanto a la satisfacción de los servicios ofrecidos de la oferta y demanda.

Un cliente generalmente es también un consumidor, pero un consumidor no es necesariamente un cliente. Desde el enfoque cognitivo, se entiende la satisfacción como un proceso donde los sujetos analizan racionalmente la situación compra/venta, generando posteriormente la satisfacción o insatisfacción (Baena, García, Bernal, Lara, & Gálvez, 2016). (Núñez, 2018, p.52)

El consumidor analiza la situación de la satisfacción de los productos en cuanto a las ventas y compras en el ámbito del mercado.

Para toda organización, sus usuarios o clientes son la base fundamental sin los cuales no tendría razón de ser, ni posibilidad de pervivencia en el tiempo. Es fundamental el equilibrio y la satisfacción de las necesidades de todos los grupos de interés relevantes para la organización; esto es, las personas que trabajan en

ella, los clientes, proveedores y la sociedad en general, así como todos los que tienen intereses económicos en la organización. Pero sin clientes, la organización no podría existir de manera sostenible. (Flores 2019, p.23)

La satisfacción en las organizaciones da una posibilidad de equilibrio

La satisfacción es una necesidad en la que trabajan muchos equipos dentro de las organizaciones como proveedores la sociedad en general, también la economía para las empresas y organizaciones tiene un papel muy importante en el equilibrio de los intereses.

2.2.2.1. Tiempo de entrega

El tiempo de entrega es el retraso aplicable para el control de inventario. Este retraso es generalmente la suma del retraso del suministro, es decir, el tiempo que le lleva a un proveedor entregar las mercancías una vez que se realiza una orden, y el retraso de la reordenación, que es el tiempo que pasa hasta que se vuelve a presentar una oportunidad de realizar una orden. Este tiempo de entrega generalmente se calcula en días. (Vermorel, 2014)

El tiempo de entrega es un seguimiento de acuerdo a un control en el cual se realiza en las instalaciones del almacén por lo cual en el área de recepción inicia el proceso de control de los productos entregados por los proveedores, para la distribución de las distintas áreas.

Fecha de entrega o plazo de entrega

Solicitada por el cliente y fecha de entrega ofrecida por nosotros al cliente, en base a variables varias y a la propuesta que nos pueda realizar nuestro sistema de información. Es necesario consensuar ambas y clarificar cuál de ellas es la que va a prevalecer. Tal vez sea necesaria una negociación con el cliente. Debemos tener en cuenta que en muchos casos es igual de malo entregar antes de tiempo que entregar tarde, ya que nuestros clientes pueden tener un sistema de aprovisionamientos tan afinado que las entregas antes de tiempo no son bienvenidas. Nadie quiere tener más stock del necesario ni durante más tiempo del necesario. (Muñoz 2013)

Es muy importante analizar la solicitud de los proveedores en cuanto a los productos requeridos en un plazo determinado de entrega, así de esta manera podemos lograr una planificación de acuerdo a las compras proyectadas en un determinado tiempo para cumplir las metas proyectadas en la organización.

2.2.2.2. Calidad de servicio

La calidad de servicio viene dada por la proximidad entre el servicio esperado y el servicio percibido. La calidad de servicio mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por él tras forjarse una impresión del servicio recibido. Ésta es la medida final de aptitud para el uso del producto consustancial al concepto de calidad propuesto por Juran. También es una medida de la satisfacción del cliente. Así lo entiende la norma ISO 9000:2000 (punto 3.1.4), que define por tal la «percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos».

La calidad de servicio es un proceso de planificación de acuerdo a los requisitos deseados por los clientes, a medida que el servicio aumenta la satisfacción del cliente se procederá a tener un mejor servicio de calidad.

El concepto calidad de servicio revela un deslizamiento desde el concepto clásico de calidad en sentido «objetivo» hacia un concepto «subjetivo» de calidad basado en la percepción del cliente. Ahora la calidad la define el cliente. La calidad es lo que el consumidor dice que es, y la calidad de un producto o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es, o lo que es lo mismo, la calidad es lo que el cliente dice que es a partir de su percepción (Alejandro 2018).

El nivel de servicio de calidad tiene como objetivo satisfacer al cliente en el servicio de los productos ofrecidos por el establecimiento.

Competitividad

La calidad de servicio al cliente es parte de la oferta y en gran medida, es la base de la ventaja competitiva de la organización. De no tener una concepción clara por parte de la empresa de esta máxima, el servicio será acartonado y falto de conexión con la oferta. Se debe sentir y vivir este concepto y esto comienza en las máximas autoridades para terminar en el último de los empleados; incluso, debe

impregnarse de este "valor" a los servicios tercerizados que se vinculan con el cliente. (Arellano, 2017, p 80)

La competitividad es la base de generar la ventaja de la organización en cuanto al servicio de la oferta y demanda del área de logística para reducir los costos en cuanto se genere un beneficio hacia la empresa.

Comodidad

Hablar de **hoteles** de gran **lujo**, no sólo implica la construcción de grandes edificios, el diseño de increíbles estructuras o el conjunto de atractivas **amenidades**, lujo significa comodidad en todos los sentidos, incluyendo el confort que ofrece cada habitación, por lo que dormir entre coordinados, edredones, duvets y sábanas con telares exclusivos es sin duda más que una experiencia, es un estilo de vida. (Cervantes, 2017)

La comodidad es el bienestar de los clientes para dar un servicio del establecimiento y alojamiento que brinda y ofrece los beneficios de las organizaciones.

Evaluación de resultados

La evaluación bien hacer la utilización del sentido común para formar un juicio basado en los hechos sobre el valor de una acción. La evaluación es una forma de verificar si una actuación produce los resultados esperados al mismo tiempo que ofrece orientación (basada en las pruebas) sobre la mejor manera de cumplir los objetivos o redefinirlos si es necesario. (Del Pozo, 2018, p.152)

La evaluación es el seguimiento del proceso de verificar los resultados de la satisfacción de los clientes en un determinado tiempo llegando a cumplir nuestros objetivos.

2.2.2.3. Disponibilidad del producto

Para Bowersox, Closs, & Cooper (2007:67) "Es la posibilidad de que un pedido recibido del cliente se pueda entregar inmediatamente a partir del físico disponible en almacén nos da a conocer que son las mercancías existentes para su posterior entrega".

La disposición de los productos en sus lugares de almacenaje debe hacerse teniendo en cuenta los factores que condicionan el funcionamiento óptimo del almacén, como puede ser (Inza 2006:94).

La disponibilidad de los pedidos se hace de acuerdo de los productos físicos disponibles en almacén para disponer la mercancía existente a una posterior entrega.

Compras

La organización debe asegurarse de que el producto adquirido cumple los requisitos de compra especificados. El tipo y el grado del control aplicado al proveedor y al producto adquirido deben depender del impacto del producto adquirido en la posterior realización del producto o sobre el proceso final (INCOTEC, 2008) (Gonzales & Arciniegas, p. 206)

Las empresas dedicadas a la hotelería deben hacer cumplir las normas de calidad de acuerdo a los requisitos solicitados por los consumidores del establecimiento para su posterior proceso final de satisfacción del cliente.

Pedido

El cálculo de aprovisionamiento por punto de pedido consiste de obtener una cantidad de existencias, al menor coste posible, cuando el stock disponible (la suma del stock en el almacén más las cantidades pedidas pendientes de recibir) alcanza el nivel del punto de pedido. (Andrades, 2016, p.243)

Se debe calcular adecuadamente los pedidos de los productos existentes de acuerdo a los precios proyectados y presupuestados en el área de almacén para poder tener adecuadamente una disponibilidad de cierta cantidad de producto.

2.3. Definición de términos básicos

Costos y gastos:

La función de la evaluación de los gastos y los costos empresariales por parte del administrador o como cada área es relacionada con estos es importante; por ello antes de hacer el análisis de estos conceptos en la empresa es necesario conocer tanto el significado de cada uno como la diferencia entre ambos, debido a que suelen existir ciertas confusiones. (Andrades, 2016, p.96)

Costo: Es el valor monetario de los consumos de los factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio. Todo proceso de producción de un bien supone el consumo o desgaste de una serie de factores productivos. El concepto de coste está íntimamente ligado al sacrificio incurrido para producir ese bien. (Andrades, 2016, p.96)

Gasto: De acuerdo al plan general de contabilidad (PGC), en su primera parte, marco conceptual, define los gastos como:

Decrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumento de valor de los pasivos, siempre que no tenga su origen en distribuciones, monetarias o no, a los socios o propietarios, en su condición de tales. (Andrades, 2016, p.97)

Costos logísticos:

En los momentos actuales, nos encontramos con que muchas empresas siguen sintiendo los efectos de la crisis y se dan cuenta de que cada día tienen una mayor competencia que les obliga a estrechar los márgenes. Ante esta situación, las empresas no han parado de disminuir costes; una de las áreas donde la capacidad de disminución de costes es importante es en el de la Logística. (Andrades, 2016, p.98)

Compras:

Acción de obtención de materiales, servicios, herramientas, equipo, etc., de la calidad conveniente, en adecuada cantidad, a precio razonable, en el momento preciso y de la fuente de aprovisionamiento más conveniente, en adecuada cantidad, a precios razonable, en el momento preciso de la fuente de aprovisionamiento más conveniente. Es decir, es la obtención valor total (calidad, cantidad precio, tiempo y proveedor) al menor precio. (Andrades, 2016, p.50)

Almacenes: Nace en la recepción del elemento físico en las propias instalaciones y se extienden a su mantenimiento en las mejores condiciones para su posterior tratamiento (proceso, transporte o consumo), guardando evidencia de ello. (Andrades, 2016, p.51).

Distribución:

Es la actividad que contiene en atender los requerimientos del usuario o cliente, encargándose de la entrega de las mercaderías solicitadas. Es decir, consiste en la entrega de los artículos que guarda el almacén, a cambio de una orden o bale de salida (nota de entrega), el cual constituye con un comprobante del movimiento efectuado. (Andrades, 2016, p.53)

La calidad del cliente:

La calidad del cliente se refiere a las expectativas que el cliente tiene sobre un producto, con el propósito de que el producto le satisfaga una necesidad, una expectativa o un deseo, todo ello expresada, e su propio lenguaje, como por ejemplo el aspecto, la duración o la resistencia de un producto, o la eficiencia y eficacia de un proceso y la rapidez y amabilidad con que lo atiendan en un banco. (Gonzales & Arciniegas, 2015, p.40)

Planificar: Establecer los objetivos y los procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente, siguiendo las políticas establecidas por la organización (Gonzales & Arciniegas, 2015, p.24).

Productos y servicios:

El concepto de producto será remplazado por producto y servicios para abarcar completamente el término y que nada quede implícito, sino que sea mencionado; también para que se pueda aplicar a todo tipo de organización y que no solamente se haga referencia a organizaciones que ofrecen productos físicos (ISO-9001:2015). (Gonzales & Arciniegas, 2015, p.23)

Cliente externo: Es el consumidor o usuario de un bien o servicio y que usualmente recibe el nombre de cliente (Pozo, 2018, p.15)

Cliente interno: El colectivo al que genéricamente se denomina así, incluye desde el personal de la empresa hasta los proveedores, de cuyo buen hacer en el abastecimiento, depende en gran medida el éxito de la empresa o establecimiento de que se trate. (Pozo, 2018, p.15)

Costes de prevención: Se entiende por costes de prevención aquellos en lo que se incurre para poder implantar y mejorar el sistema de calidad. Tratan de prevenir la aparición de errores o defectos e intentan asegurar los niveles de calidad previamente establecidos (evaluación de proveedores, formación y adiestramiento del personal, mantenimiento preventivo, etc.). (Pozo, 2018, p.18)

Costes de evaluación: Son aquellos originados por la implantación y desarrollo de las actividades tendentes a comprobar o verificar que se está consiguiendo la calidad especificada (análisis de las encuestas a clientes, análisis de posición en el mercado en relación a la competencia, la revisión de informes técnicos externos...). (Pozo, 2018, p.18)

Evaluación:

El nivel de consecución de la calidad mide el éxito o la bondad del sistema de gestión de la calidad que se haya puesto en marcha, incluyendo sus procesos, sus diseños de producto, el desempeño del personal y demás aspectos componentes de dicha gestión. (Pozo, 2018, p.73)

Satisfacción del cliente: Para estudiar la satisfacción de los clientes hay un principio básico a tener en cuenta y es que, si algo no se mide, no se puede mejorar,

por lo cual para poder conocer y, en su caso mejorar, la satisfacción del cliente debemos medir el grado en que las expectativas han sido alcanzadas o no. (Pozo, 2018, p.118)

Costos de compra: Se entiende por tal al precio del artículo que se compra multiplicado por el número de unidades compradas. En este punto es importante considerar los descuentos por volumen que suelen otorgar los proveedores para elevar la cantidad comprada. (Carreño, 2017, p.68)

Despacho: Consiste en la entrega de los materiales a los transportistas, a cambio de una orden, vale de salida o nota de entrega, lo que constituye el comprobante de la entrega efectuada. (Carreño, 2017, p.149)

Control de stocks: Consiste en la verificación física de los productos, la cual debe realizarse durante todo el ciclo de almacenamiento, desde la recepción hasta el despacho. (Carreño, 2017, p.149)

Logística: El concepto de la logística da a los negocios reglas que permitirán a la dirección valorar, priorizar y controlar los distintos elementos de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución física que inciden en la satisfacción del cliente, en los costos y beneficios. (Andrades, 2016, p.31)

Gestión de stock: Ahora bien, la rotación del stock también cumple un papel muy importante dentro de la empresa, ya que esta incide tanto en los costos logísticos como en la liquidez. (Andrades, 2016, p.122)

Planificación y organización: El proceso de planificación y organización es de carácter estratégico y táctico, dado que tiene que brindar soluciones de recursos en comunión con las políticas y objetivos generales que contemplan la estrategia de la compañía, en aras de potenciar las ventajas competitivas por las que apuesta. (Andrades, 2016, p.255)

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

HG Existe relación entre costos logísticos y la satisfacción del cliente en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1 Existe relación entre pedido y tiempo de entrega en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

HE 2 Existe relación entre almacén y calidad de servicio en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

HE 3 Existe relación entre inventario y disponibilidad del producto en el Hotel San Blas Miraflores – Lima 2019.

3.2. Variables de estudio

3.2.1. Definición conceptual

3.2.1.1. Costos logísticos

En los momentos actuales, nos encontramos con que muchas empresas siguen sintiendo los efectos de la crisis y se dan cuenta de que cada día tienen una mayor competencia que les obliga a estrechar los márgenes. Ante esta situación, las empresas no han parado de disminuir costes; una de las áreas donde la capacidad de disminución de costes e importante es en el de la Logística. (Andrades, 2016, p.98)

Los costos logísticos abarcan a todos los gastos que tiene la empresa tanto como productos y servicios ya que estos pueden mejorar con un buen control minimizando los costes de estos. Así mismo los costos logísticos puede variar, mucho depende lo que el cliente necesita, es ahí donde se forman los conjuntos de

gastos ya sea la recepción, solicitud con los proveedores el tiempo que el producto permanece en el almacén.

3.2.1.2. Satisfacción al cliente

La satisfacción del cliente se puede definir como el cumplimiento o realización de una necesidad, deseo o gusto.

Para estudiar la satisfacción de los clientes hay un principio básico a tener en cuenta y es que, si algo no se mide, no se puede mejorar, por lo cual para poder conocer y, en su caso mejorar, la satisfacción del cliente debemos medir el grado en que las expectativas han sido alcanzadas o no. (Del Pozo, 2018, p.118)

La satisfacción al cliente es el resultado de una necesidad y servicio, en la cual se debe buscar la expectativa del cliente para mejorar ciertos procesos que no se manejan bien, en pocas palabras se puede decir que se debe realizar un seguimiento para seguir mejorando y estar en contacto siempre con el cliente de cuan satisfecho queda con atención brindada.

3.2.2. Definición operacional

La definición operacional se realiza la siguiente:

Tabla 1.
Matriz operacionalización de la variable.

VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	NUMERO DE ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN	
Costos logísticos	Pedido	Producto	1. ¿El hotel San Blas cuenta con estrategias adecuadas para un buen manejo logístico?	Encuesta	NIVELES: nunca =1 casi nunca =2 a veces =3 casi siempre =4 siempre = 5	
		Costo de adquisición	2. ¿Usted considera importante el proceso que realiza el personal en el pedido?			
			3. ¿El área de logística evalúa costos de los productos adquiridos?			
		Stock	4. ¿El área de logística planifica adecuadamente la adquisición de los productos?			
			5. ¿El área de logística realiza adecuadamente el seguimiento del stock de los productos en el almacén?			
	Almacén	Planificación	6. ¿El Hotel San Blas planifica la distribución de los productos a las áreas establecidas?			
		Organización	7. ¿El área de almacén coordina con cada área de los requerimientos establecidos?			
			8. ¿El área de almacén organiza ordenadamente los productos requeridos de los distintos proveedores?			
		Manejo de la información	9. ¿El área de logística verifica la información de los productos e insumos antes de comprar?			
			10. ¿El área de almacén cuenta con un sistema adecuado para un control de la información de los productos?			
		Inventario	Disponibilidad de espacios			11. ¿El área de almacén cumple adecuadamente con el inventario cada fin de mes?
						12. ¿El encargado del área de almacén verifica constantemente los distintos productos por fecha de vencimiento?
			Existencia de materiales			13-¿El Hotel San Blas considera eficientemente en la distribución de los espacios para los productos?
						14-¿El área de logística cuenta con un personal de almacén que lleva un control efectivo del movimiento de productos e insumos?
						15-¿La administración cumple de acuerdo a los parámetros establecidos por la municipalidad?

VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES	NUMERO DE ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
Satisfacción al cliente	Tiempo de entrega	Nivel de cumplimiento	1. ¿Está satisfecho con la entrega de los productos por parte del área de almacén?		
		Plazos pactados	2. ¿La gerencia hace cumplir la limpieza y decoración del establecimiento para la satisfacción del cliente? 3. ¿El área de logística consigue los productos a tiempo para que estén disponibles cuando lo soliciten? 4. ¿Gerencia evalúa el desempeño y respuesta por parte de los clientes para su satisfacción? 5. ¿Gerencia controla los productos e insumos en los tiempos planificados para la satisfacción del cliente?		
	Calidad de servicio	Competitividad	6. ¿El Hotel San Blas es competitivo en todos los servicios que brinda?		
		Comodidad	7. ¿El ambiente que hay en el Hotel San Blas satisface la comodidad del cliente? 8. ¿En las áreas comunes como salas de eventos y patios son ambientes agradables?		
		Evaluación	9. ¿la gerencia evalúa los distintos problemas de los ambientes? 10. ¿El área de almacén verifica constantemente el estado de los productos?		
	Disponibilidad del producto	Falta de existencias	11. ¿El área de almacén cuenta con todos los productos necesarios al momento que Ud. los solicita?		
Compras		12. ¿El área de logística hace seguimiento según los reportes establecido por cada encargado de área? 13. ¿El área de logística busca proveedores competitivos?			
Pedido		14. ¿El área de logística consigue la mejor relación calidad-precio para la compra constante? 15. ¿El área de almacén cumple con los procedimientos de los requerimientos?			

Fuente: Elaboración propia

3.3. Tipo y nivel de la investigación

3.3.1. Tipo de la investigación

El tipo de investigación es correlacional. El tipo de investigación que se utilizó en el trabajo es correlacional, así como señala (Hernández, Fernández & Baptista 2010), “donde su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico”. (p. 98). El tipo de investigación es cuantitativa.

3.3.2. Nivel de la investigación

Nivel de investigación cuantitativa. Como indica (Hernández, Fernández & Baptista 2010)

Es secuencial y probatoria. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos. Aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (Diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto a las hipótesis. (p. 04)

3.4. Diseño de la investigación

En la presente investigación el diseño es no experimental transversal, así como menciona (Hernández, Fernández & Baptista 2010),

Precisa que “La investigación no experimental, es el estudio que se realiza sin la manipulación de variables y se observan los fenómenos con su ambiente laboral” y la investigación transversal es cuando se recolectan datos de un solo momento y en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (p.152, 154). Cuyo diagrama es el siguiente:

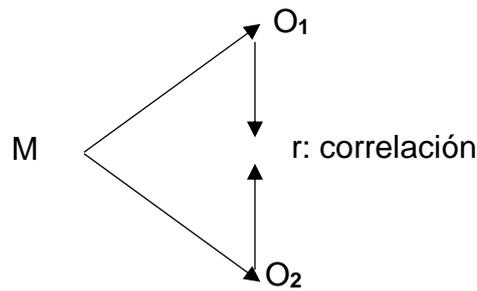


Figura N° 2, diseño correlacionar y descriptivo

Donde:

M: Muestra de estudio

O1: La variable x. Costos logísticos

O2: La variable y. satisfacción al cliente

r: Relación de las variables de estudio.

De acuerdo al esquema el diseño de la investigación, en primer lugar, se identificó la muestra de estudio y luego la observación o medición de la primera variable, al mismo tiempo seguimos con la segunda variable y finalmente se determinó la relación entre ambas variables.

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

Según (Arias 2006) define población o población objetivo a:

“Un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas conclusiones de la investigación. Esta queda determinada por el problema y por los objetivos del estudio” (p. 81)

La población está constituida por el personal de trabajo del hotel San Blas con 30 personas.

3.5.2. Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2010), define la muestra como esencia y un subgrupo de la población (p.175):

“Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal. Se utilizan en muchas investigaciones, y a partir de ellas, se hacen inferencias sobre la población” (Hernández, et al, 2003, p.326).

La muestra del siguiente trabajo de investigación será del área de logística en forma aleatoria personas del hotel San Blas.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos según Arias (2006 p.146), son las distintas formas o maneras de obtener la información, el mismo autor señala que los instrumentos son medios materiales que se emplean para recoger y almacenar datos.

La técnica a efectuar es la encuesta, aquella que requiere información a las personas del problema que se va a investigar, presentado en escala de Likert con alternativas de:

- Nunca..... (5)**
- Casi nunca..... (4)**
- Pocas veces..... (3)**
- Casi siempre..... (2)**
- Siempre..... (1)**

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010):

En los estudios cuantitativos no resulta extraño que se incluyan varios tipos de cuestionarios al mismo tiempo que pruebas estandarizadas y recopilación de contenidos para análisis estadístico u observación. Incluso, al utilizar diversos instrumentos se ayuda a establecer la validez de criterio. (p. 254)

Los instrumentos también llamada como recolección de datos al realizar la validez ayuda a obtener criterios para el estudio estadístico.

Para este estudio se utilizó cuestionarios como instrumento de costos logísticos e instrumentos de satisfacción al cliente que fueron evaluados por expertos como:

Apellidos y Nombres	Grado académico
Aybar Huamani, Justiniano	Doctor
Chirinos Gastelu, Teresa Giovanna	Doctor

Con las cuales se pudo proceder el trabajo de investigación dado que los corroboran nuestra hipótesis inicial y nos facultan poder proponer nuestra propuesta planteada.

3.7. Métodos de análisis de datos

Una vez desarrollado los cuestionarios de las variables con escala Likert se aplicará los cálculos estadísticos con el programa IBM SPSS para obtener resultados de nuestras encuestas realizadas.

3.8. Aspectos éticos

Para realizar el trabajo de la investigación en el Hotel San Blas se solicitó permiso con previa anticipación al área de gerencia general, para realizar un buen estudio que abarque toda el área de logística, así como también el contacto con las demás áreas que cuentan con un mini stock en la que se puede evaluar; además se realizara un Excel con toda la información para entregar a gerencia general.

IV. RESULTADOS

Análisis de los resultados de la encuesta A continuación, se muestran los resultados del producto de las 30 encuestas que fueron realizadas al Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019" acerca en qué medida se relaciona los Costos Logísticos y Satisfacción al cliente.

4.1. Resultados de Confiabilidad de las Variables

Estadísticas de fiabilidad	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,838	30

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: La confiabilidad de la consistencia interna del cuestionario se hizo con la prueba del coeficiente alfa de Cronbach. Alas variables Costos Logístico y Satisfacción al Cliente el resultado de fiabilidad del instrumento según Alfa de Cronbach, para el cuestionario proceso de exportación con un valor de 0.838; por lo tanto, el instrumento es fiable y consistente.

4.2 Resultados de Confiabilidad de las Dimensiones

Estadísticas de fiabilidad	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,967	6

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: La confiabilidad de la consistencia interna del cuestionario se hizo con la prueba del coeficiente alfa de Cronbach. Las dimensiones de los Costos Logístico y Satisfacción al Cliente el resultado de fiabilidad del instrumento según Alfa de Cronbach, para el cuestionario proceso de exportación con un valor de 0.967; por lo tanto, el instrumento es fiable y consistente.

4.3. Resultados Descriptivo de las Variables

Tabla 1.
Costos logísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	10	33,3	33,3	33,3
	CASI SIEMPRE	15	50,0	50,0	83,3
	SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

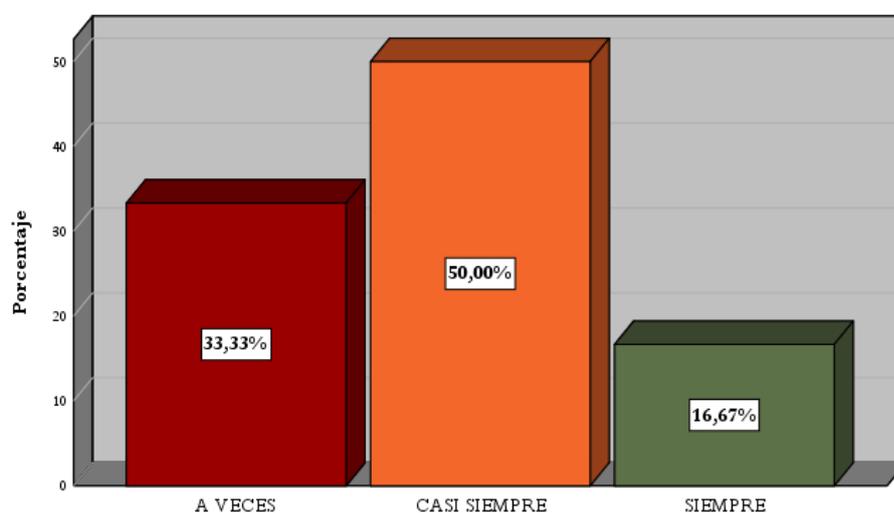


Gráfico 1. Costos logísticos
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según se observa en la Tabla 1 y Figura 1, el 50.00% de los empleados encuestados del hotel opinan que casi siempre el personal del área de logística hace el seguimiento mediante una planificación para el control de compras de los productos para las distintas áreas, el 16.67% dice que siempre, el 33.33% opinan que a veces. Estos resultados fueron obtenidos como resultado de la encuesta aplicada personal del Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019".

Tabla 2.
Satisfaccion al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	9	30,0	30,0	30,0
	CASI SIEMPRE	15	50,0	50,0	80,0
	SIEMPRE	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

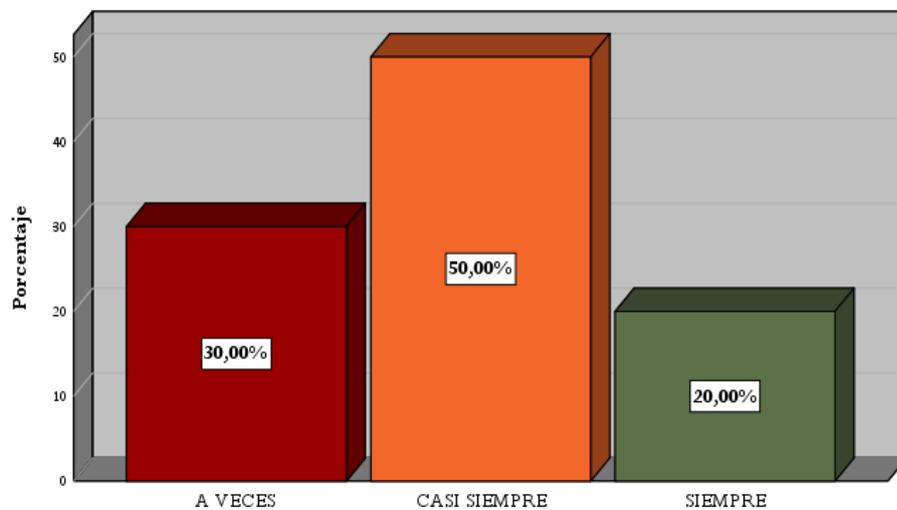


Gráfico 2. Satisfacción al cliente
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según se observa en la Tabla 2 y Figura 2, el 50.00% de los empleados encuestados del hotel opinan que casi siempre se debe realizar una mejora para así mantener a los clientes satisfecho, 30.00% dice que a veces, el 20.00% opinan que siempre. Estos resultados fueron obtenidos como resultado de la encuesta aplicada personal del Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019"

4.4. Resultados de Descriptivo de las Dimensiones

Tabla 3.
Pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	9	30,0	30,0	30,0
	CASI SIEMPRE	17	56,7	56,7	86,7
	SIEMPRE	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

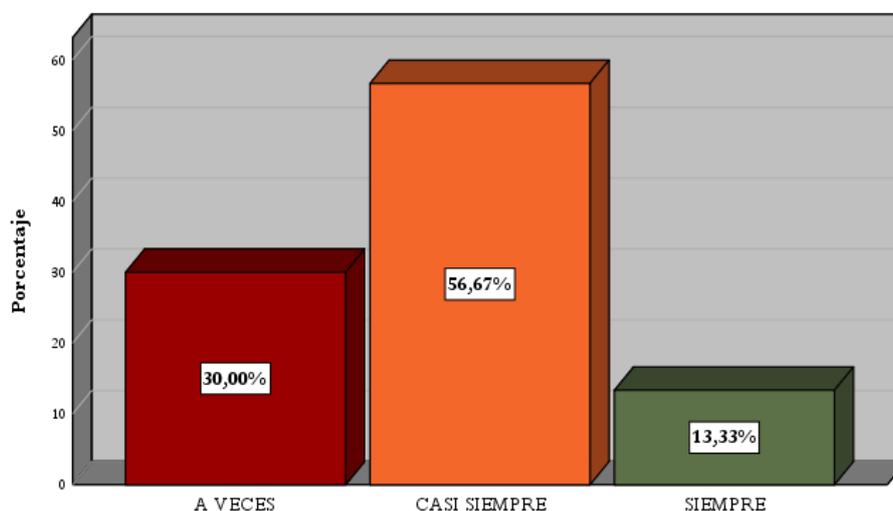


Gráfico 3. Pedido
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según se observa en la Tabla 3 y Figura 3, el 56.67% de los empleados encuestados del hotel opinan que casi siempre el personal del área de logística los pedidos se entregan a tiempo de los productos solicitados, 30.00% dice que a veces, el 13.33% opinan que siempre. Estos resultados fueron obtenidos como resultado de la encuesta aplicada al personal del Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019".

Tabla 4.
Almacén

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	7	23,3	23,3	23,3
	CASI SIEMPRE	17	56,7	56,7	80,0
	SIEMPRE	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

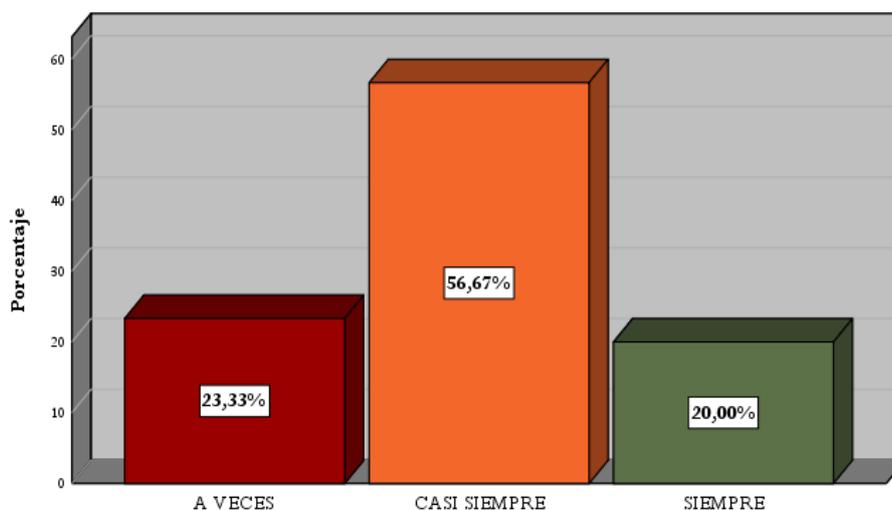


Gráfico 4. Almacén
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según se observa en la Tabla 4 y Figura 4, el 56.67% de los empleados encuestados del hotel opinan que casi siempre el personal del área de almacén cumple las cantidades requeridas para su distribución en las áreas respectivas ,23.33% dice que a veces, el 20.00% opinan que siempre Estos resultados fueron obtenidos como resultado de la encuesta aplicada personal del Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019".

Tabla 5.
Inventario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	8	26,7	26,7	26,7
	CASI SIEMPRE	17	56,7	56,7	83,3
	SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

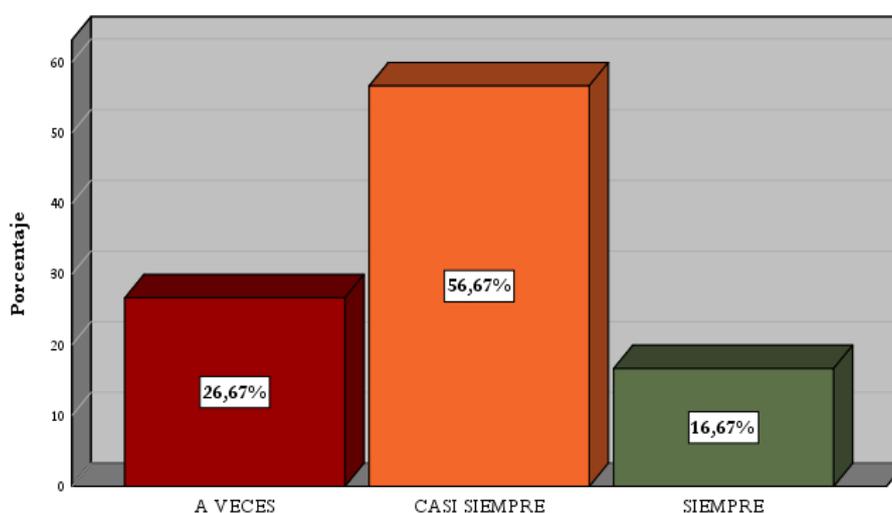


Gráfico 5. Inventario
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según se observa en la Tabla 5 y Figura 5, el 56.67% de los empleados encuestados del hotel opinan que casi siempre el personal del área de almacén realiza adecuadamente en la cuantificación en cuanto al stock de los productos, 26.67% dice que a veces, el 16.67% opinan que siempre. Estos resultados fueron obtenidos como resultado de la encuesta aplicada personal del Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019".

Tabla 6.
Tiempo de entrega

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	8	26,7	26,7	26,7
	CASI SIEMPRE	18	60,0	60,0	86,7
	SIEMPRE	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

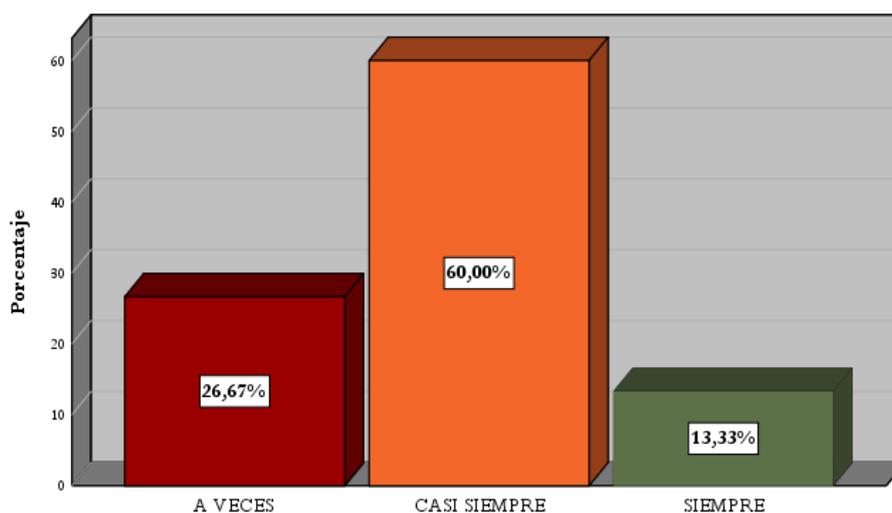


Gráfico 6. Tiempo de entrega
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según se observa en la Tabla 6 y Figura 6, el 60.00% de los empleados encuestados del hotel opinan que casi siempre el personal del área de logística realiza adecuadamente la distribución de los productos de acuerdo una planificación o registro los pedidos ,26.67% dice que a veces, el 13.33% opinan que siempre Estos resultados fueron obtenidos como resultado de la encuesta aplicada personal del Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019"

Tabla 7.
Calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	7	23,3	23,3	23,3
	CASI SIEMPRE	18	60,0	60,0	83,3
	SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

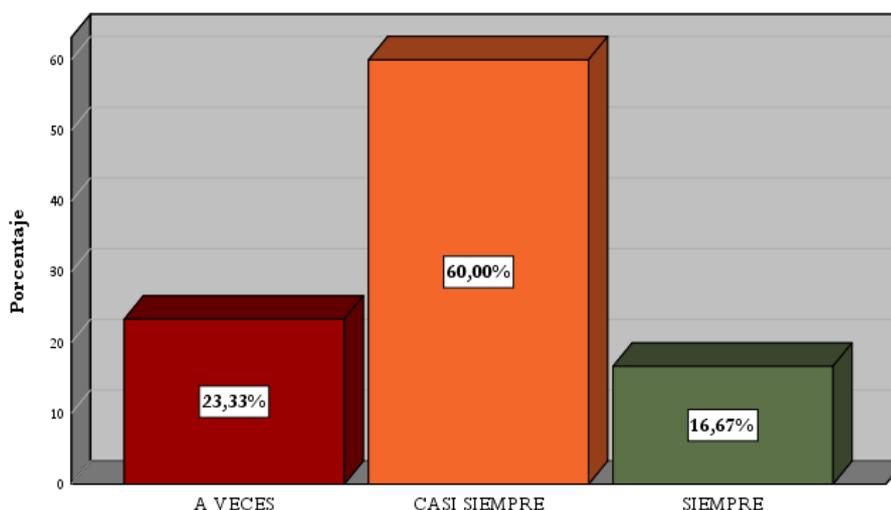


Gráfico 7. Calidad de servicio
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según se observa en la Tabla 7 y Figura 7, el 60.00% de los empleados encuestados del hotel opinan que casi siempre el personal del área de almacén debe cumplir la calidad del servicio que ofrece como: Alimentación, Alojamiento, Sala de Eventos ,23.33% dice que a veces, el 16.67% opinan que siempre Estos resultados fueron obtenidos como resultado de la encuesta aplicada personal del Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019".

Tabla 8.
Disponibilidad del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	9	30,0	30,0	30,0
	CASI SIEMPRE	16	53,3	53,3	83,3
	SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

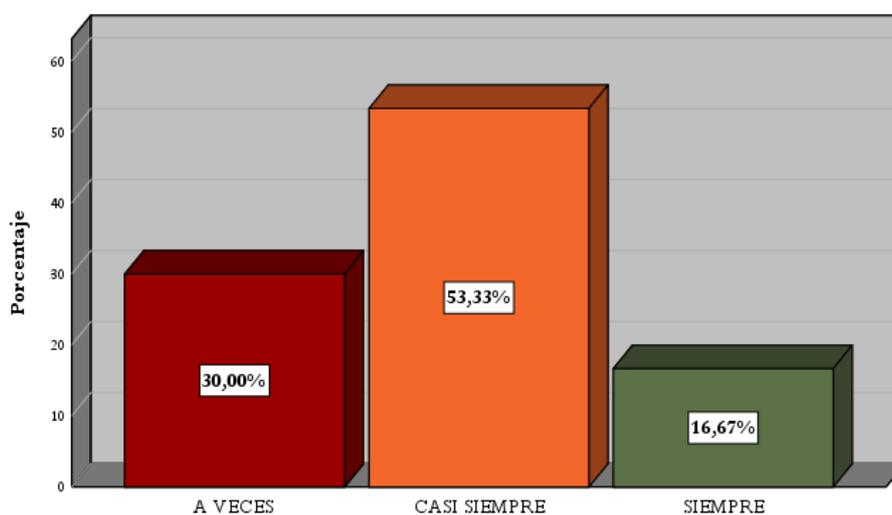


Gráfico 8. Disponibilidad del producto
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según se observa en la Tabla 8 y Figura 8, el 53.33% casi siempre opinan que el área de almacén entrega adecuadamente la cantidad solicitada de producto, 30.00% dice que a veces, el 16.67% opinan que siempre. Estos resultados fueron obtenidos de la encuesta aplicada al personal del Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019"

4.5. Resultados de Constatación de Prueba de Hipótesis

Prueba de Hipótesis

La interpretación de los valores se ha expresado por diversos autores en escalas, siendo una de las más utilizadas la que se presenta a continuación ((Hernández, Fernández & Baptista 1998):

Tabla 9.
Valores de correlación

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaboración Propia

Comprobación de la Hipótesis General

H1: Existe relación entre costos logísticos y la satisfacción del cliente en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

Ho: No existe relación entre costos logísticos y la satisfacción del cliente en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

Tabla 10.

Correlacion de costos logísticos y satisfaccion al cliente

			COSTOS LOGÍSTICOS	SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	COSTOS	Coefficiente de correlación	1,000	,821**
	LOGÍSTICOS	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	SATISFACCIÓN AL	Coefficiente de correlación	,821**	1,000
	CLIENTE	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Elaboración Propia

Análisis

Una correlación $r = 0,821$ significa que las variables correlacionadas de causa y efecto presentan una correlación positiva considerable; es decir que a medida que los costos logísticos aumentan, también la gestión de los clientes de los clientes aumenta, e igualmente si una disminuye la otra disminuye; además la sig (bilateral)= 0.000 (<0.01) indica que existe una correlación altamente significativa entre las variables consideradas.

Comprobación de la Hipótesis Específica 1

H1: Existe relación entre pedido y tiempo de entrega en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

Ho: No existe relación entre pedido y tiempo de entrega en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

Tabla 11.
Correlacion de pedido y tiempo de entrega

		Correlaciones		
			Pedido	Tiempo de entrega
Rho de Spearman	Pedido	Coeficiente de correlación	1,000	,817**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Tiempo de entrega	Coeficiente de correlación	,817**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Elaboración Propia

Análisis

Una correlación $r = 0,817$ significa que las variables correlacionadas de causa y efecto presentan una correlación positiva considerable; es decir que a medida que el pedido aumenta, también el tiempo de entrega, e igualmente si una disminuye la otra disminuye; además la (significancia) (bilateral)= 0.000 (<0.01) indica que existe una correlación altamente significativa entre las variables consideradas.

Comprobación de la Hipótesis Específica 2

Hi: Existe relación entre almacén y calidad de servicio en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

Ho: No existe relación entre almacén y calidad de servicio en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.

Tabla 12.

Correlacion de almacen y calidad de servicio

			Almacén	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Almacén	Coeficiente de correlación	1,000	,938**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,938**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Elaboración Propia

Análisis

Una correlación $r = 0,938$ significa que las variables correlacionadas de causa y efecto presentan una correlación positiva considerable; es decir que a medida que el Almacén aumenta, también la calidad del servicio, e igualmente si una disminuye la otra disminuye; además la (significancia) (bilateral)= 0.001 (<0.01) indica que existe una correlación altamente significativa entre las variables consideradas.

Comprobación de la Hipótesis Específica 3

Hi: Existe relación entre inventario y disponibilidad del producto en el Hotel San Blas Miraflores – Lima 2019.

Ho: No existe relación entre inventario y disponibilidad del producto en el Hotel San Blas Miraflores – Lima 2019.

Tabla 13.

Correlacion de inventario y disponibilidad del producto

			Inventario	Disponibilidad del producto
Rho de Spearman	Inventario	Coefficiente de correlación	1,000	,794**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Disponibilidad del producto	Coefficiente de correlación	,794**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Elaboración Propia

Análisis

Una correlación $r = 0,794$ significa que las variables correlacionadas de causa y efecto presentan una correlación positiva considerable; es decir que a medida el inventario aumenta, también la disponibilidad del Producto, e igualmente si una disminuye la otra disminuye; además la (significancia) (bilateral)= 0.00 (<0.01) indica que existe una correlación altamente significativa entre las variables consideradas.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación se realiza sobre los costos logísticos y Satisfacción al cliente en una empresa de servicio hotelero, para ello se realiza un análisis de sus dimensiones: pedido, almacén, inventario, tiempo de entrega, calidad de servicio, disponibilidad del producto. En base de los resultados de la investigación se ha determinado que existe una relación directa entre estas 6 sub categorías de costos logísticas y satisfacción al cliente.

Determinar los procedimientos de gestión sobre este tipo de establecimientos. Esta relación se confirma según el autor Reyes & Hudtwalcker (2017), Este trabajo se efectuó en hospedajes estudiantiles, en que se realizó para expandir el conocimiento actual que se tiene sobre este tipo de establecimientos. Según el estudio los gestores del establecimiento valoran la importancia que tiene la gestión en el desempeño administrativo, sin embargo, por diferentes factores no todos establecen esta gestión dentro de sus procesos.

En el presente trabajo, Costos Logísticos y Satisfacción al Cliente tienen una relación directa el cual se ha analizado las dos variables para tener una finalidad del 50.00% de los empleados encuestados del hotel opinan que el personal del área de logística hacen el seguimiento mediante una planificación para el control de compras de los productos para las distintas áreas, aquellas acciones de los trabajadores que necesitan una adecuada orientación en las tareas que desarrollan a fin de que sus responsabilidades sean cumplidas de la mejor manera posible, todas orientadas a la satisfacción del cliente.

Analizar cómo se realiza la gestión logística de aprovisionamiento para las previsiones en la empresa hotel Los Jardines E.I.R.L. – 2017. Esta relación se confirma según el autor Campos, E (2017) , Plasmados en el anexo H de la presente investigación, los resultados que se pudo obtener luego del análisis del desempeño del área de aprovisionamiento para las previsiones del hotel, podemos indicar que su gestión logística no es lo más correcta; por ejemplo, existían momentos que no había suficiente aprovisionamiento a los requerimientos, esto producto de un débil acuerdo entre la empresa y sus proveedores.

En el presente trabajo, se analizó el pedido y Tiempo de Entrega tienen una relación directa en la cual se analizó las dos dimensiones para tener una finalidad el 56.70% de los empleados encuestados del hotel que el personal del área de logística de mejorar en los pedidos se entrega a tiempo de los productos solicitados, el 60.00% de los empleados encuestados del hotel el personal del área de logística realiza adecuadamente debe distribuir de los productos de acuerdo a una planificación o registro de los pedidos.

Identificar y analizar el manejo de la Logística en el Depósito Temporal Cargo Servicio para diagnosticar las implicancias en el almacenamiento de mercancías bajo el Régimen de Importación a Consumo. Esta relación se confirma según el autor Campos, Molinari & Vergara (2016), con la implementación de la propuesta, se pretende lograr una serie de beneficios para la empresa Cargo Servicio y su giro del negocio, Reducir costos operativos, Eficiencia en el manejo de Inventarios, Reporte en línea de las mercancías recibidas y entregadas, Ubicación de la carga de forma inmediata, Reducción de tiempo en el proceso de Asignación e Ingreso de Mercancía al Depósito. , Minimizar errores (mudas de procesos) como en la digitación de las guías, en el etiquetado de la carga, en la estiba de la carga, y pasaje.

En el presente trabajo, se analizó Almacén y Calidad de Servicio tienen una relación directa en la cual se analizó las dos dimensiones para tener una finalidad el 56.70% de los empleados encuestados del área de almacén debe mejorar para cumplir las cantidades requeridas para su distribución en las áreas respectivas, el 60.00% de los empleados encuestados del área de almacén no cumple en su totalidad en la calidad del servicio que ofrece como: Alimentación, Alojamiento, Sala de Eventos. El retraso en el registro de productos en el almacén trae consigo una incertidumbre para la reposición de productos en las habitaciones porque no se sabe si hay suficiente stock y esto influye en la satisfacción del cliente y calidad de Servicio.

Analizar los procesos logísticos de salida y el diseño de un modelo de gestión para la toma de decisiones de CDE. Esta relación se confirma según el autor Llor & Delgado (2016), en este estudio, se realizó el análisis de la Logística de Salida aplicada en la empresa CDE, tomando como objetivo principal el análisis de las

técnicas o métodos actuales y presentar una mejora en base a herramientas matemáticas y métodos de distribución de rutas de transporte. La empresa CDE, líder en el mercado de fabricación de productos de acero, cuenta con ventajas competitivas en el medio, como su excelente calidad y precio adecuado lo cual le ha permitido mantenerse en el mercado ecuatoriano, más aún en una economía tan cambiante como la muestra; sin embargo, como la mayoría de compañías, desean agregar servicios de valor a sus productos para añadir una ventaja más a su gama de beneficios.

En el presente trabajo, se analizó las dimensiones de Inventario y Disponibilidad de producto en cual tienen una relación directa de según datos analizados tiene como resultado que el 56.70% de los empleados encuestados del hotel en el área de almacén no realiza adecuadamente en la cuantificación en cuanto a los stock de los productos, el 53.30% de los empleados encuestados del hotel del área de almacén opina que no proporciona la cantidad disponible de producto a tiempo. Adolece de un stock de productos, la logística en cualquier empresa es un punto clave es la competitividad y una buena gestión de inventarios son generadoras de muchos beneficios; así, mantener un stock de productos ante situaciones imprevistas se pueda cumplir con el normal abastecimiento.

VI. CONCLUSIONES

De los resultados del proceso de investigación y del análisis de los costos logístico con respecto a la satisfacción del cliente en la empresa hotelera San Blas Miraflores – Lima 2019., se ha analizado en sus distintas categorías: aprovisionamiento, almacén, compras, calidad y procesos de productos y/o servicios. De este estudio podemos obtener las siguientes conclusiones:

Primera: En la presente investigación hace referencia la hipótesis general que tiene una correlación $r = 0,821$ significa que las variables correlacionadas de causa y efecto presentan una correlación positiva considerable; es decir que a medida que los costos logísticos aumenta, también la gestión de los clientes de los clientes aumenta, e igualmente si una disminuye la otra disminuye; además la sig (bilateral)= 0.000 (<0.01) indica que existe una correlación altamente significativa entre las variables consideradas.

Segunda: En la presente investigación hace la hipótesis de específica 1 que una correlación $r = 0,817$ significa que las variables correlacionadas de causa y efecto presentan una correlación positiva considerable; es decir que a medida que el pedido aumenta, también el tiempo de entrega e igualmente si una disminuye la otra disminuye; además la sig (bilateral)= 0.000 (<0.01) indica que existe una correlación altamente significativa entre las variables considerada

Tercera: Según hace referencia la hipótesis de específica 2 que tiene una correlación $r = 0,938$ significa que las variables correlacionadas de causa y efecto presentan una correlación positiva considerable; es decir que a medida que el Almacén aumenta, también la calidad del servicio, e igualmente si una disminuye la otra disminuye; además la sig (bilateral)= 0.001 (<0.01) indica que existe una correlación altamente significativa entre las variables consideradas.

Cuarta: Según hace referencia la hipótesis de específica 3 que tiene una correlación $r = 0,794$ significa que las variables correlacionadas de causa y efecto presentan una correlación positiva considerable; es decir que a medida el inventario aumenta, también la disponibilidad del Producto, e igualmente si una disminuye la otra disminuye; además la sig (bilateral)= 0.00 (<0.01) indica que existe una correlación altamente significativa entre las variables consideradas.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera:** Para poder contar con una fluidez de pedidos de productos en el hotel San Blas Miraflores – lima 2019. es necesarios y no tener problemas de desabastecimiento en temporadas de mayor demanda, debe contar con un stock de seguridad adecuado. Asimismo, debe buscar nuevos proveedores y tener acuerdos convenientes para un buen programa de tiempo de Entrega. Respecto a los Tiempo de entrega debe realizar adecuadamente los productos o servicios ofrecidos a sus clientes; juntamente con ello debe tener en cuenta las tareas asignadas a fin de mejorar las demoras en cuanto a un pedido de un producto.
- Segunda:** En relación a la Calidad de Servicio en el almacén se debe tener un control actualizado de la información, aún si se tiene cortes de energía eléctrica, debe existir un control manual de registro de datos. El hotel debe tener un personal exclusivo para el área de almacén que, en circunstancias de mayor demanda no contemplada, pueda realizar tiempos extras de trabajo a fin de no descuidar el registro de control de almacén y satisfacer al cliente en la calidad de servicio.
- Tercera:** En la disponibilidad del producto con respecto al inventario que se realiza en el hotel, se debe tener cuidado en cumplir con las cantidades estimadas, conversar con los encargados de cada área sobre para sus requerimientos así tener mejor servicio. Respecto a la cantidad y calidad de los productos debe ser supervisada para tener un alto grado de confiabilidad, para prevenir las consecuencias se retrasó al momento de entregarse el producto.
- Cuarta:** Se puede observar que para los costos logísticos de la empresa de servicio hotelero San Blas Miraflores – lima 2019 puede ser fortalecida con programas de capacitación en servicios logísticos, orientación a la satisfacción de las expectativas del cliente, alta flexibilidad en el manejo de situaciones imprevistas, un programa de

tercerización con empresas turísticas de alta confiabilidad como estrategia de servicios complementarios, dar mayor importancia a los aspectos de planificación logística en base al análisis de la información para saber algunos eventos programados donde pueda darse una mayor demanda de los servicios, entender que la logística es una parte muy importante en el plan estratégico de la empresa, el hotel debe contemplar la realización de alianzas estratégicas con operadores turísticos para un beneficio mutuo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alejandro Jacito, E. (2018). *Gestión de la calidad y el posicionamiento de la empresa Natur Center de la ciudad de Huánuco -2018*. Huánuco: Tesis para optar el grado de licenciatura en administración: Universidad de Huánuco.
- Andrades Sosa, J. (2016). *Logística*. Lima : Fondo Editorial de la UNMSM.
- Andrades Sosa, J. (2016). *Medición del impacto socio económico de la reconversión del puerto de Yurimaguas*. Lima: Tesis para optar el grado de Magister en Economía con Mención en Comercio Exterior: Universidad Mayor de San Marcos.
- Arellano Díaz, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Científica Dominio de las Ciencias*, 72-83.
- Baena Arroyo, M., García Fernández, J., Bernal García, A., Lara Bocanegra, A., & Gálvez Ruíz, P. (2016). El valor percibido y la satisfacción del cliente en actividades dirigidas virtuales y con técnico en centros de fitness. *Psicología del Deporte*, 219-227.
- Banco Internacional del Desarrollo. (2019). *Costos Logísticos*. Obtenido de <http://www.logisticsportal.iadb.org>
- Bowersox, D., Closs, D., & Cooper, M. (2007). *Administración Logística en la Cadena de suministros*. Mexico: McGraw Hill.
- Campos Ponce, E. (2017). *Gestión logística en una empresa de servicio hotelero, Huancayo - 2017*. Huancayo: Tesis para optar el grado de Mestró en gerencia de Operaciones y Logística: Universidad Cesar Vallejo.
- Carreño Solís, A. (2017). *Cadena de suministro y logística*. Lima : Fondo Editorial PUCP.
- Carreño Solís, A. (2017). *Cadena de suministro y Logística*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- Cervantes López, L. (27 de octubre de 2017). *Inmobiliare*. Obtenido de <https://inmobiliare.com/comodidad-sinonimo-de-los-hoteles-de-lujo/>
- Del Pozo Aguilar, J. (2018). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*. España : IC Editorial.
- Del Pozo Aguilar, J. (2018). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*. España: IC Editorial.
- Duque Oliva, E. (2005). Revisión del concepto de calidad. *Revistas INNOVAR Journal*, 64-80.
- Fernando Haro Carrillo, N. C. (2016). Modelos de Satisfacción: Fundamentación teórica y criterios de aplicación . *UIDE extensión Guayaquil*, 151.
- Flores, C. (2019). *Más seguridad en las operaciones ferroviarias*. Perú: AENOR.

- Gomez Beatriz, V. (2017). *Plan estratégico logístico para una Pyme*. Buenos Aires: Tesis para optar el grado de licenciatura en logística integral: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- González Ortiz, Ó., & Arciniegagas Ortiz, J. (2016). *Sistema de gestión de calidad Teoría y prácticas bajo la norma ISO 2015*. Colombia: ECOE Ediciones.
- Gonzales Ugaz, S. (2018). *Relación de la calidad de servicio logístico, satisfacción y la lealtad del cliente a los agentes de carga marítimo Puerto Callao 2018 – Telefonía celular*. Lima: Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en International Business: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Haro Carrillo, F., Córdova Rosas, N., & Chong Qui, T. (2016). Modelos de Satisfacción: Fundamentación Teórica y Criterios de Aplicación. *INNOVA RESERCH JOURNAL*, pp. 145-155.
- Haro Carrillo, F., Córdova Rosas, N., & Chong Qui, T. (25 de Octubre de 2016). *Think & do*. Obtenido de <https://thinkanddo.com.ec/2016/11/15/modelos-de-satisfaccion-fundamentacion-teorica-y-criterios-de-aplicacion/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw hi Educación.
- Javier Arturo Orjuela-Castro, N. S.-C.-O. (Julio - Diciembre de 2016). *Repositorio Cielo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v17n44/v17n44a03.pdf>: <http://www.scielo.org.co>
- Loor Escalante, D., & Delgado Cepeda, M. (2016). *Análisis de procesos en la logística de salida (Planificación y distribución del producto terminado) de la empresa CDE y el diseño de modelo logístico de gestión*. Ecuador: Tesis para grado de Maestría en administración de empresas: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Molinari Saldarriaga, C., & Vergara Gutiérrez, R. (2016). *Análisis del proceso logístico en los depósitos temporales aéreos en guayaquil. caso cargo service en el régimen de importación a consumo*. Ecuador: Tesis para optar el título de ingeniero en comercio exterior: Universidad de Guayaquil.
- Mondragón Barrera, M. (2014). Uso de la correlación de spearman en un estudio de interacción en fisioterapia. *Ibero americana*, 98-104.
- Muñoz, M. (12 de Febrero de 2013). *Medidas para cumplimiento de plazos de entrega*. Obtenido de DATADEC: <https://www.datadec.es/blog/gestion-de-almacenes/trazabilidad-2/medidas-para-el-cumplimiento-de-plazos-de-entrega>
- Orjuela Castro, J., Suárez Camelo, N., & Chinchilla Ospina, Y. (2016). Costos logísticos y metodologías para el costeo en cadenas de suministro: una revisión de la literatura. *Univercidad Pontificia Javeriana - Bogotá*, 377-420.
- Ortiz Gonzales, O., & Arciniegagas Ortiz, J. (2016). *Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Colombia : ECOE Ediciones.

- Prada, A. (2019). El bienestar animal es una prioridad sobre la que trabajamos desde hace seis años. *AENOR*, 20-23.
- Reyes Angulo, A., & Hudtwalcker García, J. (2017). *Desarrollo de un modelo de gestión genérico para hospedajes estudiantes en Lima metropolitana*. Lima: Tesis para optar el grado de licenciado en administración hotelera: Universidad San Ignacio de Loyola.
- UNE-ISO-10002. (s.f.). *Sistema de gestión de Quejas y Reclamaciones*. Obtenido de <https://consorciocaucho.es/comunicacion-noticias/une-iso-10002-sistema-de-gestion-de-quejas-y-reclamaciones>
- Urzelai Inza, A. (2006). *Manual básico de logística integral*. España: Diaz de Santos.
- Vermorel, J. (Noviembre de 2014). *Demanda de tiempo de entrega: definición*. Obtenido de <https://www.lokad.com/es/definicion-demanda-de-tiempo-de-entrega>
- Yagchirema Altamirano, A. (2015). *La Logística y la Satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A en la ciudad de Ambato*. Ecuador: Tesis para optar el grado académico de Ingeniera/o en Marketing y Gestión de Negocios: Universidad Técnica de Ambato.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General ¿Qué relación existe entre costos logísticos y la satisfacción del cliente en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019?	Objetivo General Determinar los costos logísticos y la satisfacción del cliente en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019	Problema General: Ho: Existe relación entre costos logísticos y la satisfacción del cliente en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.	Variable 1: COSTOS LOGÍSTICO	Pedido	- Producto - Costo de adquisición - Stock	Tipo de Investigación: -Correlacional- Nivel de Investigación - Cuantitativa Diseño de investigación - No experimental transversal
				Almacén	- Planificación - Organización - Manejo de la información	
				Inventario	-Disponibilidad de espacios -Existencia de materiales	
Problema Específicos	Objetivos Específico	Hipótesis Especificas	Variable 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Tiempo de entrega	-Nivel de cumplimiento -Plazos pactados	Población: - 30 trabajadores del hotel San Blas
¿Cuál es la relación que existe entre pedido y tiempo de entrega en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019? ¿Cuál es la relación que existe entre almacén y calidad de servicio en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019? ¿Cuál es la relación que existe entre inventario y disponibilidad del producto en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019?	Analizar qué relación existe en pedido y tiempo de entrega en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019. Identificar qué relación existe en almacén y calidad de servicio en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019. Conocer qué relación existe en inventario y disponibilidad del producto en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019.	H1 : Existe relación entre pedido y tiempo de entrega en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019. H2. Existe relación entre almacén y calidad de servicio en el Hotel San Blas Miraflores - Lima 2019. H3. Existe relación entre inventario y disponibilidad del producto en el Hotel San Blas Miraflores – Lima 2019.	Variable 1: COSTOS LOGÍSTICO	Calidad de servicio	-Competitividad -Comodidad -Evaluación	Muestra: - 30 trabajadores del hotel San Blas. Técnicas e instrumentos de Recolección de datos : - Técnica :Encuesta- Escala Likert -Instrumento :Cuestionario
				Disponibilidad del producto	-Falta de existencias -Compras -Pedido	

Anexo 2: Matriz operacionalización

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	NUMERO DE ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
Costos logísticos	Pedido	Producto	1. El hotel San Blas cuenta con estrategias adecuadas para un buen manejo logístico?	Encuesta	NIVELES: nunca =1 casi nunca =2 a veces =3 casi siempre =4 siempre = 5
			2. Usted considera importante el proceso que realiza el personal en el pedido?		
		Costo de adquisición	3. ¿El área de logística evalúa costos de los productos adquiridos?		
			4. ¿El área de logística planifica adecuadamente la adquisición de los productos?		
		Stock	5. ¿El área de logística realiza adecuadamente el seguimiento del stock de los productos en el almacén?		
	Almacén	Planificación	6. ¿El Hotel San Blas planifica la distribución de los productos a las áreas establecidas?		
		Organización	7. ¿El área de almacén coordina con cada área de los requerimientos establecidos?		
			8. ¿El área de almacén organiza ordenadamente los productos requeridos de los distintos proveedores?		
		Manejo de la información	9. ¿El área de logística verifica la información de los productos e insumos antes de comprar?		
			10. ¿El área de almacén cuenta con un sistema adecuado para un control de la información de los productos?		
	Inventario	Disponibilidad de espacios	11. ¿El área de almacén cumple adecuadamente con el inventario cada fin de mes?		
			12. ¿El encargado del área de almacén verifica constantemente los distintos productos por fecha de vencimiento?		
			13-¿El Hotel San Blas considera eficientemente en la distribución de los espacios para los productos?		
		Existencia de materiales	14-¿El área de logística cuenta con un personal de almacén que lleva un control efectivo del movimiento de productos e insumos?		
			15-¿La administración cumple de acuerdo a los parámetros establecidos por la municipalidad?		

Satisfacción al cliente	Tiempo de entrega	Nivel de cumplimiento	1. ¿Está satisfecho con la entrega de los productos por parte del área de almacén?		
			2. ¿La gerencia hace cumplir la limpieza y decoración del establecimiento para la satisfacción del cliente?		
		Plazos pactados	3. ¿El área de logística consigue los productos a tiempo para que estén disponibles cuando lo soliciten?		
			4. ¿Gerencia evalúa el desempeño y respuesta por parte de los clientes para su satisfacción?		
			5. ¿Gerencia controla los productos e insumos en los tiempos planificados para la satisfacción del cliente?		
	Calidad de servicio	Competitividad	6. ¿El Hotel San Blas es competitivo en todos los servicios que brinda?		
		Comodidad	7. ¿El ambiente que hay en el Hotel San Blas satisface la comodidad del cliente?		
			8. ¿En las áreas comunes como salas de eventos y patios son ambientes agradables?		
		Evaluación	9. ¿la gerencia evalúa los distintos problemas de los ambientes?		
			10. ¿El área de almacén verifica constantemente el estado de los productos?		
	Disponibilidad del producto	Falta de existencias	11. ¿El área de almacén cuenta con todos los productos necesarios al momento que Ud. los solicita?		
			12. ¿El área de logística hace seguimiento según los reportes establecido por cada encargado de área?		
		Compras	13. ¿El área de logística busca proveedores competitivos?		
			14. ¿El área de logística consigue la mejor relación calidad-precio para la compra constante?		
		Pedido	15. ¿El área de almacén cumple con los procedimientos de los requerimientos?		

Anexo 3: Instrumentos

Instrumentos de escala de costos logísticos

INSTRUCCIÓN: Estimado, este cuestionario tiene como objeto conocer su opinión sobre La percepción del área de logística que se percibe en su centro de trabajo. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad, y de acuerdo a sus propias experiencias.

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad: 20-30 años () 30-40 años () 40 a más ()

Experiencia: 1-5 años () 5-10 años () 10 años – a más ()

INDICACIONES: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder, marcando una (x) la respuesta que considera correcta.

1	2	3	4			
Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre			
ITEMS	ASPECTOS CONSIDERADOS		VALORACIÓN			
	PEDIDO					
1	1. ¿El hotel San Blas cuenta con estrategias adecuadas para un buen manejo logístico?		1	2	3	4
2	2. ¿Usted considera importante el proceso que realiza el personal en el pedido?		1	2	3	4
3	3. ¿El área de logística evalúa costos de los productos adquiridos?		1	2	3	4
4	4. ¿El área de logística planifica adecuadamente la adquisición de los productos?		1	2	3	4
5	5. ¿El área de logística realiza adecuadamente el seguimiento del stock de los productos en el almacén?		1	2	3	4

ALMACÉN					
6	6. ¿El Hotel San Blas planifica la distribución de los productos a las área establecidas?	1	2	3	4
7	7. ¿El área de almacén coordina con cada área de los requerimientos establecidos?	1	2	3	4
8	8. ¿El área de almacén organiza ordenadamente los productos requeridos de los distintos proveedores?	1	2	3	4
9	9. ¿El área de logística verifica la información de los productos e insumos antes de comprar?	1	2	3	4
10	10. ¿El área de almacén cuenta con un sistema adecuado para un control de la información de los productos?	1	2	3	4
INVENTARIO					
11	11. ¿El área de almacén cumple adecuadamente con el inventario cada fin de mes?	1	2	3	4
12	12. ¿El encargado del área de almacén verifica constantemente los distintos productos por fecha de vencimiento?	1	2	3	4
13	13-¿El Hotel San Blas considera eficientemente en la distribución de los espacios para los productos?	1	2	3	4
14	14-¿El área de logística cuenta con un personal de almacén que lleva un control efectivo del movimiento de productos e insumos?	1	2	3	4
15	15-¿La administración cumple de acuerdo a los parámetros establecidos por la municipalidad?	1	2	3	4

Muchas gracias

Instrumentos de escala de satisfacción al cliente

INSTRUCCIÓN: Estimado, este cuestionario tiene como objeto conocer su opinión sobre La percepción del área de logística que se percibe en su centro de trabajo. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad, y de acuerdo a sus propias experiencias.

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad: 20-30 años () 30-40 años () 40 a más ()

Experiencia: 1-5 años () 5-10 años () 10 años – a más ()

INDICACIONES: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder, marcando una (x) la respuesta que considera correcta.

ITEMS	ASPECTOS CONSIDERADOS	VALORACIÓN			
	TIEMPO DE ENTREGA				
1	1. ¿Está satisfecho con la entrega de los productos por parte del área de almacén?	1	2	3	4
2	2. ¿La gerencia hace cumplir la limpieza y decoración del establecimiento para la satisfacción del cliente?	1	2	3	4
3	3. ¿El área de logística consigue los productos a tiempo para que estén disponibles cuando lo soliciten?	1	2	3	4
4	4. ¿Gerencia evalúa el desempeño y respuesta por parte de los clientes para su satisfacción?	1	2	3	4
5	5. ¿Gerencia controla los productos e insumos en los tiempos planificados para la satisfacción del cliente?	1	2	3	4
CALIDAD DE SERVICIO					
6	6. ¿El Hotel San Blas es competitivo en todos los servicios que brinda?	1	2	3	4
7	7. ¿El ambiente que hay en el Hotel San Blas satisface la comodidad del cliente?	1	2	3	4
8	8. ¿En las áreas comunes como salas de eventos y patios son ambientes agradables?	1	2	3	4
9	9. ¿la gerencia evalúa los distintos problemas de los ambientes?	1	2	3	4

10	10. ¿El área de almacén verifica constantemente el estado de los productos?	1	2	3	4
DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO					
11	11. ¿El área de almacén cuenta con todos los productos necesarios al momento que Ud. los solicita?	1	2	3	4
12	12. ¿El área de logística hace seguimiento según los reportes establecido por cada encargado de área?	1	2	3	4
13	13. ¿El área de logística busca proveedores competitivos?	1	2	3	4
14	14. ¿El área de logística consigue la mejor relación calidad-precio para la compra constante?	1	2	3	4
15	15. ¿El área de almacén cumple con los procedimientos de los requerimientos?	1	2	3	4

Muchas gracias

Anexo 4: Validación de instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "COSTOS LOGISTICOS"



N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1.PEDIDO								
1	¿El hotel San Blas cuenta con estrategias adecuadas para un buen manejo logístico?	✓		✓		✓		
2	¿Usted considera importante el proceso que realiza el personal en el pedido?	✓		✓		✓		
3	¿El área de logística evalúa costos de los productos adquiridos?	✓		✓		✓		
4	¿El área de logística planifica adecuadamente la adquisición de los productos?	✓		✓		✓		
5	¿El área de logística realiza adecuadamente el seguimiento del stock de los productos en el almacén?	✓		✓				
DIMENSIÓN 2.ALMACEN								
6	¿El Hotel San Blas planifica la distribución de los productos a las áreas establecidas?	✓		✓		✓		
7	¿El área de almacén coordina con cada área de los requerimientos establecidos?	✓		✓		✓		
8	¿El área de almacén organiza ordenadamente los productos requeridos de los distintos proveedores?	✓		✓		✓		
9	¿El área de logística verifica la información de los productos e insumos antes de comprar?	✓		✓		✓		
10	¿El área de almacén cuenta con un sistema adecuado para un control de la información de los productos?	✓		✓				
DIMENSIÓN 2.INVENTARIO								
11	¿El área de almacén cumple adecuadamente con el inventario cada fin de mes?	✓		✓		✓		
12	¿El encargado del área de almacén verifica constantemente los distintos productos por fecha de vencimiento?	✓		✓		✓		
13	¿El Hotel San Blas considera eficientemente en la distribución de los espacios para los productos?	✓		✓		✓		
14	¿El área de logística cuenta con un personal de almacén que lleva un control efectivo del movimiento de productos e insumos?	✓		✓		✓		
15	¿La administración cumple de acuerdo a los parámetros establecidos por la municipalidad?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Cristian Castro Torres Guzman DNI: 09921242

Especialidad del validador: Doc Educ // Meteorología de del 20.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "SATISFACCION AL CLIENTE"



N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1. TIEMPO DE ENTREGA								
1	¿Está satisfecho con la entrega de los productos por parte del área de almacén?	✓		✓		✓		
2	¿La gerencia hace cumplir la limpieza y decoración del establecimiento para la satisfacción del cliente?	✓		✓		✓		
3	¿El área de logística consigue los productos a tiempo para que estén disponibles cuando lo soliciten?	✓		✓		✓		
4	¿Gerencia evalúa el desempeño y respuesta por parte de los clientes para su satisfacción?	✓		✓		✓		
5	¿Gerencia controla los productos e insumos en los tiempos planificados para la satisfacción del cliente?	✓				✓		
DIMENSIÓN 2. CALIDAD DE SERVICIO								
6	¿El Hotel San Blas es competitivo en todos los servicios que brinda?	✓		✓		✓		
7	¿El ambiente que hay en el Hotel San Blas satisface la comodidad del cliente?	✓		✓		✓		
8	¿En las áreas comunes como salas de eventos y patios son ambientes agradables?	✓		✓		✓		
9	¿La gerencia evalúa los distintos problemas de los ambientes?	✓		✓		✓		
10	¿El área de almacén verifica constantemente el estado de los productos?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3. DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO								
11	¿El área de almacén cuenta con todos los productos necesarios al momento que Ud. los solicita?	✓		✓		✓		
12	¿El área de logística hace seguimiento según los reportes establecido por cada encargado de área?	✓		✓		✓		
13	¿El área de logística busca proveedores competitivos?	✓		✓		✓		
14	¿El área de logística consigue la mejor relación calidad-precio para la compra constante?	✓		✓		✓		
15	¿El área de almacén cumple con los procedimientos de los requerimientos?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: C. Miriam Gestel, Teresa Giovanni DNI: 07971242

Especialidad del validador: Dra. Educ. // Metodología de.....del 20.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "COSTOS LOGISTICOS"



N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1. PEDIDO								
1	¿El hotel San Blas cuenta con estrategias adecuadas para un buen manejo logístico?	✓		✓		✓		
2	¿Usted considera importante el proceso que realiza el personal en el pedido?	✓		✓		✓		
3	¿El área de logística evalúa costos de los productos adquiridos?	✓		✓		✓		
4	¿El área de logística planifica adecuadamente la adquisición de los productos?	✓		✓		✓		
5	¿El área de logística realiza adecuadamente el seguimiento del stock de los productos en el almacén?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2. ALMACEN								
6	¿El Hotel San Blas planifica la distribución de los productos a las áreas establecidas?	✓		✓		✓		
7	¿El área de almacén coordina con cada área de los requerimientos establecidos?	✓		✓		✓		
8	¿El área de almacén organiza ordenadamente los productos requeridos de los distintos proveedores?	✓		✓		✓		
9	¿El área de logística verifica la información de los productos e insumos antes de comprar?	✓		✓		✓		
10	¿El área de almacén cuenta con un sistema adecuado para un control de la información de los productos?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2. INVENTARIO								
11	¿El área de almacén cumple adecuadamente con el inventario cada fin de mes?			✓		✓		
12	¿El encargado del área de almacén verifica constantemente los distintos productos por fecha de vencimiento?	✓		✓		✓		
13	¿El Hotel San Blas considera eficientemente en la distribución de los espacios para los productos?	✓		✓		✓		
14	¿El área de logística cuenta con un personal de almacén que lleva un control efectivo del movimiento de productos e insumos?	✓		✓		✓		
15	¿La administración cumple de acuerdo a los parámetros establecidos por la municipalidad?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg: AYBAR HUAMAN, JUSTINIANO DNI: 08822479

Especialidad del validador: METODOLOGO Y TEMÁTICO ..21..de..04..del 2014

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Contratista: Dr. Justino AYBAR HUAMAN
METODOLOGO Y TEMÁTICO DE TESIS

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "SATISFACCION AL CLIENTE"



N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1. TIEMPO DE ENTREGA								
1	¿Está satisfecho con la entrega de los productos por parte del área de almacén?	✓		✓		✓		
2	¿La gerencia hace cumplir la limpieza y decoración del establecimiento para la satisfacción del cliente?	✓		✓		✓		
3	¿El área de logística consigue los productos a tiempo para que estén disponibles cuando lo soliciten?	✓		✓		✓		
4	¿Gerencia evalúa el desempeño y respuesta por parte de los clientes para su satisfacción?	✓		✓		✓		
5	¿Gerencia controla los productos e insumos en los tiempos planificados para la satisfacción del cliente?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2. CALIDAD DE SERVICIO								
6	¿El Hotel San Blas es competitivo en todos los servicios que brinda?	✓		✓		✓		
7	¿El ambiente que hay en el Hotel San Blas satisface la comodidad del cliente?	✓		✓		✓		
8	¿En las áreas comunes como salas de eventos y patios son ambientes agradables?	✓		✓		✓		
9	¿La gerencia evalúa los distintos problemas de los ambientes?	✓		✓		✓		
10	¿El área de almacén verifica constantemente el estado de los productos?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3. DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO								
11	¿El área de almacén cuenta con todos los productos necesarios al momento que Ud. los solicita?	✓		✓		✓		
12	¿El área de logística hace seguimiento según los reportes establecido por cada encargado de área?	✓		✓		✓		
13	¿El área de logística busca proveedores competitivos?	✓		✓		✓		
14	¿El área de logística consigue la mejor relación calidad-precio para la compra constante?	✓		✓		✓		
15	¿El área de almacén cumple con los procedimientos de los requerimientos?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador ^{Dr} Mg: AYBAR HUAMANI, JUSTINIANO DNI: 08822479

Especialidad del validador: METODOLÓGICO Y TEMÁTICO 21 de 04 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

 Comisión de Examinadores AYBAR HUAMANI
 METODOLÓGICO Y TEMÁTICO DE TESIS

Firma del Experto Informante

Anexo 5: Matriz de datos

CASOS	COSTOS LOGISTICOS															SATIFACCION AL CLIENTE														
	VARIABLE 1															VARIABLE 2														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	4	3	2	4	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	4	3	2	2
2	4	3	3	3	1	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	1	4	4	4	2	2	3	4	3	4	2
3	2	3	3	2	2	4	2	3	2	2	4	4	4	3	4	2	3	3	2	2	4	2	3	2	2	4	4	4	3	2
4	3	3	3	2	2	4	2	4	2	1	3	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	2	4	2	1	3	4	3	2	1
5	2	3	4	3	2	4	2	4	2	1	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	4	2	4	2	1	3	3	3	2	1
6	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	4	3	2	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	4	3	2	3	2
7	3	3	4	3	2	3	3	3	1	2	3	2	2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	1	2	3	2	2	3	2
8	3	3	2	2	2	3	2	4	1	2	3	3	3	2	4	3	3	2	2	2	3	2	4	1	2	3	3	3	2	2
9	5	3	3	2	3	3	2	1	1	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	1	1	2	3	2	3	2	2
10	5	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2
11	5	3	3	2	1	3	2	3	2	1	4	3	4	2	1	3	3	3	2	1	3	2	3	2	1	4	3	4	2	1
12	3	3	4	2	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2
13	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	2
14	2	3	4	2	2	3	4	4	1	2	4	3	4	4	2	2	3	4	2	2	3	4	4	1	2	4	3	4	4	2
15	3	3	3	2	1	3	2	3	2	1	4	3	4	2	1	3	3	3	2	1	3	2	3	2	1	4	3	4	2	1
16	5	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2
17	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3
18	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3
19	2	3	2	2	2	3	2	4	2	2	2	3	3	2	4	2	3	2	2	2	3	2	4	2	2	2	3	3	2	2
20	3	3	3	2	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2
21	3	3	4	3	4	2	3	2	2	1	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	2	1	2	3	3	3	1
22	3	3	2	3	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	2
23	3	3	3	2	2	2	3	2	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	2	2	3	2	2	2
24	2	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	2
25	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3
26	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3
27	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2
28	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
29	3	4	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
30	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3

Anexo 4: Propuesta de valor

El presente trabajo de investigación contribuirá a la propuesta de valor del Hotel San Blas porque se realiza el estudio de costos logísticos y satisfacción del cliente.

Costos logísticos: Los costos logísticos abarcan a todos los gastos que tiene la empresa tanto como productos y servicios ya que estos pueden mejorar con un buen control minimizando los costes de estos. Así mismo los costos logísticos puede variar, mucho depende lo que el cliente necesita, es ahí donde se forman los conjuntos de gastos ya sea la recepción, solicitud con los proveedores el tiempo que el producto permanece en el almacén.

Satisfacción al cliente: La satisfacción al cliente es el resultado de una necesidad y servicio, en la cual se debe buscar la expectativa del cliente para mejorar ciertos procesos que no se manejan bien, en pocas palabras se puede decir que se debe realizar un seguimiento para seguir mejorando y estar en contacto siempre con el cliente de cuan satisfecho queda con atención brindada.

En la actualidad es muy importante de mantener el equipo de trabajo bien capacitado para tener buenos resultados en el trabajo laboral, ya que el personal se sentirá mas motivado cada día teniendo como los siguientes resultados:

El pedido es un requerimiento de productos de una cantidad estimada a partir de una suma del stock en el almacén de los distintos proveedores, para realizar un buen manejo en el Hotel San Blas de cada área.

El almacén es el lugar donde se calcula la existencia de los productos, donde se realiza el inventario, se crea una importancia y la razón de ser del stock.

El inventario denominado también como stock o existencia cumple funciones específicas para la gestión de aprovisionamiento, disponibilidad y existencia en la propia área.

El tiempo de entrega es un seguimiento de acuerdo a un control en el cual se realiza en las instalaciones del almacén.

La calidad de servicio es un proceso de planificación de acuerdo a los requisitos deseados por los clientes, a medida que el servicio aumenta la satisfacción del cliente se procederá a tener un mejor servicio de calidad.