

Logistics Management for Service Quality in a company in the gastronomic sector

Angel Roland Ugarte-Concha, Doctor¹, Patricio Federico Lewis-Zuñiga, Doctor¹, Veronica Margarita Trillo-Espinoza, Doctora¹, Elizabeth Kristina Bravo-Huivin, Doctora¹, Luis Vargas-Espinoza, Doctor¹, Beth Evelyn Cárdenas-Núñez, Magister¹

¹Universidad Católica de Santa María de Arequipa, Arequipa, Perú, augarte@ucsm.edu.pe, plewis@ucsm.edu.pe, vtrillo@ucsm.edu.pe, ebravoh@ucsm.edu.pe, lvargase@ucsm.edu.pe, beth.cardenas@ucsm.edu.pe

Abstract– The research studied the relationship between logistics management and service quality in an SME in the Gastronomic Sector of the city of Trujillo in the year 2023. Specific objectives are established to evaluate different aspects of logistics management and its elevation with service quality. The research is classified as applied and uses a quantitative approach. A non-experimental and correlational transectional design was adopted to examine the interrelationships between variables without influencing their modification. The findings revealed a significant correlation (coefficient of 0.822) between logistics management and service quality, suggesting a direct relationship: improvements in logistics management lead to an improvement in service quality. It was concluded that the level of logistics management and quality of service varies between good and average. Furthermore, moderate to high relationships were identified between logistics management and several aspects of service quality, such as tangibility, reliability, responsiveness, security, and empathy. The costs of implementing improvements in logistics management were estimated to improve the quality of service, as well as the social and environmental impact was evaluated, highlighting both economic and resource savings due to more efficient logistics management.

Keywords-- Logistics management, service quality, quantitative approach, nonexperimental design, social and environmental impact.

Gestión Logística para la Calidad del Servicio en una empresa del sector gastronómico

Logistics Management for Service Quality in a company in the gastronomic sector

Angel Roland Ugarte-Concha, Doctor¹, Patricio Federico Lewis-Zuñiga, Doctor¹, Veronica Margarita Trillo-Espinoza, Doctora¹, Elizabeth Kristina Bravo-Huivin, Doctora¹, Luis Vargas-Espinoza, Doctor¹, Beth Evelyn Cárdenas-Núñez, Magister¹

¹Universidad Católica de Santa María de Arequipa, Arequipa, Perú, augarte@ucsm.edu.pe, plewis@ucsm.edu.pe, vtrillo@ucsm.edu.pe, ebrahov@ucsm.edu.pe, lvargase@ucsm.edu.pe, beth.cardenas@ucsm.edu.pe

Resumen– *La investigación estudio la relación entre la gestión logística y la calidad del servicio en una Pyme del Sector Gastronómico en la ciudad de Trujillo en el año 2023. Se establecieron objetivos específicos para evaluar diferentes aspectos de la gestión logística y su correlación con la calidad del servicio. La investigación se clasifica como aplicada y utiliza un enfoque cuantitativo. Se adoptó un diseño no experimental y transeccional correlacional para examinar las interrelaciones entre variables sin influir en su modificación. Los hallazgos revelaron una correlación significativa (coeficiente de 0.822) entre la gestión logística y la calidad del servicio, sugiriendo una relación directa: mejoras en la gestión logística conducen a una mejora en la calidad del servicio. Se concluyó que el nivel de gestión logística y calidad del servicio varía entre bueno y regular. Además, se identificaron relaciones moderadas a altas entre la gestión logística y varios aspectos de la calidad del servicio, como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Se estimaron los costos de implementar mejoras en la gestión logística para mejorar la calidad del servicio, así como se evaluó el impacto social y ambiental, destacando ahorros tanto económicos como en recursos debido a una gestión logística más eficiente.*

Palabras Clave– *Gestión logística, calidad del servicio, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, impacto social y ambiental.*

I. INTRODUCCIÓN

La Segunda Guerra Mundial trajo consigo consecuencias trascendentales para el hombre. Una de ellas tuvo un gran impacto en el transporte, el suministro y el alojamiento de las tropas de los países involucrados en dicho conflicto bélico. Tal concepto recibió la denominación de “logística”, la cual proviene del concepto militar francés “logistique” [1]. El término Logística tiene diversas acepciones, hoy en día se le identifica como Negocios Logísticos, Distribución Física, Administración de Materiales, Ingeniería de Distribución, Administración Logística y Administración de la Cadena de Suministros. Así, [2] describen que la logística integral, se basa en una filosofía concreta para el control de flujo de materiales, ante un entorno competitivo, donde los conceptos de oportunidad e inmediatez en el suministro del producto desde la perspectiva del cliente, así como el servicio y la calidad total, constituyen un reto adicional imprescindible y complementario

a las clásicas variables de calidad de producto y precio competitivo que exige el mercado.

Con el transcurso de los años hasta llegar a la actualidad, dicho concepto se emplea para definir aquellas operaciones ejecutadas con la finalidad de lograr que cierto producto sea entregado al consumidor; empezando por el lugar en el cual se adquieren las materias primas para la fabricación, producción, distribución y, finalmente, la entrega del producto final.

De lo anteriormente mencionado, se desprende que, en la actualidad el término “logística” es utilizado a nivel empresarial, en distintos tipos de organización. Al respecto, gracias a los estudios realizados a ciertas organizaciones trasnacionales, se puede evidenciar que los usuarios no se enfocan únicamente en los productos finales que se obtienen, sino también en la calidad de los insumos y en la seguridad del personal. Frente a ello, las organizaciones han desarrollado ciertas estrategias, respecto a la mejora de procesos teniendo, la cual tiene como finalidad realizar un óptimo servicio de ventas. Para ello, se practica la calidad logística, la cual consiste en conservar la productividad, eficiencia y la satisfacción del cliente cuando se debe trasladar los productos de un lugar a otro. De esta manera, se llevan a cabo ciertos métodos para mantener la fidelidad los consumidores frecuentes, así como las reglas enfocadas hacia los dichos clientes evaluando, comprendiendo y satisfaciendo las novedosas expectativas que puede tener un comprador. En suma, cada empresa está inmersa en una baja productividad, sin embargo, las tácticas que aplica cada líder es la alternativa adecuada para aumentar los activos [3].

En los últimos años, la gestión logística se ha convertido en una gran ventaja altamente competitiva en el rubro empresarial, con grandes avances tecnológicos, alta competencia y una mayor exigencia por parte del cliente. Esto exige a las organizaciones a ser más eficientes y productivas en los diversos procesos de la cadena de suministros; lo cual permite, a su vez, la posibilidad de que una organización pueda competir frente a otras organizaciones del rubro a nivel nacional e internacional. De lo mencionado previamente, se puede evidenciar el requerimiento de gestionar de manera óptima la logística a nivel mundial, siendo capaz de controlar el proceso complejo de distribución en diversas entidades privadas y nacionales [4].

En esa misma línea, cabe señalar que los objetivos de calidad deben ser calificados como metas o retos que se determinan a partir de la planificación estratégica de la organización y de su régimen de calidad. Asimismo, se deben seleccionar aquellos objetivos de calidad que van más en el avance de los regímenes de calidad. Dichos objetivos de calidad deben ser establecidos por la alta dirección de la organización y, a su vez, deben ser coherentes con el régimen de calidad y perseguir la mejora continua [5].

Por su parte, en Estados Unidos, los líderes de las grandes organizaciones indican que la calidad de servicio es percibida como un campo de la gestión de la calidad, mientras que, por otro lado, es tomada como una línea de acción de mercadeo. Por lo cual, se afirma que la calidad es uno de los desenlaces más significativos de todas las actividades de servicios, además de considerarse como un punto clave en la generación de ventajas competitivas. A razón de que su diseño conduce a la satisfacción del consumidor, que, en las últimas peticiones, permite la supervivencia de una empresa en un entorno vertiginosamente volátil.

En la actualidad el sector gastronómico impacta de forma positiva a la economía del país y genera ingresos elevados cada año. Por ello es relevante el rol que juega el área logística en la organización para brindar eficacia y eficiencia, de esa forma maximizar las utilidades. Ello se contrapone a una participación al producto interno bruto (PIB) regional de tan solo el 25%, situación que contrasta con la de los países de la Unión Europea (UE) donde las MIPYMES alcanzan, en promedio el 56%. En cuanto a las microempresas del sector, se registró que el 8% del total pertenecen al rubro de restaurantes [6].

En Sudamérica, la mayoría de empresas multinacionales destinan diversos esfuerzos por mejorar la calidad de servicio ofrecida, por lo tanto, tratan de orientar la capacitación hacia el personal operativo en todas las etapas del proceso de una organización para lograr el mejoramiento de las experiencias de los clientes con el servicio brindado, alcanzando objetivos organizacionales, en donde múltiples empresas utilizan métodos y herramientas para reafirmar la percepción del cliente y los juicios de satisfacción.

Ahora bien, así como la Segunda Guerra Mundial causó un considerable impacto en la logística, otro evento histórico importante fue la pandemia ocasionada por coronavirus (COVID-19), el cual tiene como origen el virus SARS-CoV-2. Es de conocimiento público que la referida pandemia generó la paralización de la totalidad de las principales actividades económicas a nivel global; lo cual fue motivo de la baja competitividad de las grandes empresas, generando el desempleo masivo. Esto último dio pie a que muchos líderes de las distintas organizaciones más importantes vean con preocupación el panorama de aquel entonces y lleven a cabo la implementación de nuevas estrategias para afrontar estas contingencias de la manera más efectiva, generando la búsqueda de nuevas herramientas vinculadas a la gestión empresarial. Estas nuevas herramientas permiten el desarrollo y crecimiento de cada empresa, por lo tanto, hoy en día se visualizan diversos esfuerzos orientados a adaptar a las organizaciones al complicado escenario en que se desplazan. Toda vez que deben enfocarse a las necesidades y expectativas

de los clientes visitantes y fidelizados, de esta manera generar calidad en los productos o servicios que se ofrezcan [5].

Actualmente, en el 2023, a nivel intra logístico, el panorama es igualmente desafiante que a inicios de la pandemia por el COVID-19; y sin duda alguna, el sector gastronómico es uno de los sectores más perjudicados por la actual crisis sanitaria, puesto que las cadenas de suministro se ven considerablemente afectadas cuando existen eventos en los cuales las actividades económicas se ven paralizadas. Por lo cual, se requiere la realización de una nueva planificación de proyecciones de demanda y stock, además de realizar estrictos cambios en los procesos logísticos para la operación en los centros de distribución.

Asimismo, parte de lo que implica asumir los nuevos desafíos que dejó la pandemia por el COVID-19 consiste en los cambios en las pymes gastronómicas, las cuales aumentan en número para la creación de valor en las organizaciones, a fin de mantener su vigencia en el mercado, mediante el incremento, el reconocimiento de la marca y la calidad de servicio al cliente. De esta forma, a raíz de la pandemia por el COVID-19, entra a tallar nuevamente el ámbito de la calidad de servicio como un tema de gran relevancia, además de contar como enfoque en el sostenimiento empresarial. Por lo que las organizaciones deben tomar en consideración que, si su visión es mantenerse vigente a lo largo del tiempo, se debe brindar calidad de servicio para la satisfacción de los clientes llenando las expectativas, lo cual se convierte en primordial para la fidelización y/o captación de consumidores.

A raíz de la pandemia, el número de cierres de restaurantes y cafeterías en el Perú se elevó a 80.000 en un lapso entre el 2020 al 2021 (CANATUR, Cámara Nacional de Turismo del Perú). teniendo en cuenta que, antes de la pandemia se contaba con un total de más de 200.000 restaurantes y cafeterías [7].

Después de un cambio brusco en el rubro gastronómico, los restaurantes se vieron en la obligación de modificar el servicio con una atención solo de delivery a través de terceros como PedidoYa, Rappi y unidades privadas. Este cambio fue realmente positivo, ya que permitió contar con una solución económicamente atractiva para los restauradores.

Con respecto a los efectos que dejó el Covid-19 en Perú, se debe tomar en cuenta que, según DHL Supply Chain en Perú, conforme al análisis de los procesos logísticos en las organizaciones, se determina si estas son capaces de adaptarse a una buena cadena de suministro y logística al nuevo entorno, o, por lo contrario, se identifica que es posible que no sobreviva una organización. Además, señala que el 70% de los ingresos en una organización corresponden al almacenamiento, el 25% corresponde a transporte y finalmente el 5% a servicios de consultoría, entre otros, por lo que se observa en el mercado peruano la necesidad de la logística de productos de valor alto requiriendo un control de calidad estricto [8].

Por su parte, resulta relevante señalar que los restaurantes de Lima quizá resistieron de mejor manera el fuerte descenso de ventas registrado durante la pandemia que los de las principales ciudades del país. Sin embargo, la reactivación del turismo interno ya se refleja en ciudades como Cusco, Arequipa, Tumbes, Trujillo, Ayacucho, Ica, Chiclayo y Tacna, entre varias otras más. En términos relativos, los restaurantes de Lima también gozaron, en mayor proporción, de los

beneficios de los préstamos Reactiva I y II y FAE Mymes, con relación a los de provincias. Este apoyo les ayudó a sobrevivir, gracias a la inyección del capital de trabajo que recibieron de los préstamos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y Cofide, y canalizados por las instituciones financieras del mercado [9].

A nivel local, desde el contexto de estudio, el Restaurante y Picantería “El Encuentro” cuenta con considerable presencia en el mercado gastronómico desde 2012; quien se dedica a la venta de platos criollos y marinos, cumpliendo con los estándares de calidad y servicio de cliente. La organización brinda servicios alimentarios elaborados en su mayoría con insumos de calidad, logrando satisfacer el estilo de alimentación de diversos clientes. Asimismo, cuenta con un talento humano comprometido y de alto desempeño, ofreciendo al sector competitividad e innovación.

En la actualidad, el Restaurante y Picantería “El Encuentro” se encarga de comercializar los platos elaborados que logren satisfacer las necesidades y requerimientos de los comensales, otorgando la posibilidad de una preparación personalizada de los pedidos por lo que marca una diferencia ante la competencia. Sin embargo, así como otras empresas del sector gastronómico, se vio afectado por la falta de ingresos provocado por dos motivos: i) las escasas ventas de sus productos a los consumidores; ii) las quejas por parte del personal operativo, debido a los constantes retrasos en el almacenaje de los diferentes suministros de venta, como consecuencia de la pandemia. Así, en su intento por superar las principales dificultades que ha tenido a afrontar, se ha realizado intentos de organizar los procesos logísticos, sin embargo, los resultados no han sido igual de satisfactorios que los esperados, debido a la falta de compromiso de los proveedores. Esto se reduce a que la escasez operativa de la organización también afecta al normal desempeño de las actividades logísticas.

Es así como, a pesar de que el Restaurante y Picantería “El Encuentro” genera márgenes de rentabilidad y posee una gran cartera de clientes en la zona establecidas, existen problemas en sus procesos logísticos, lo cual conlleva, en muchas ocasiones, a las deficiencias en el restaurante, afectando al área de servicio al cliente, costos de la empresa, entre otros factores.

Por ello, se puede indicar que:

- Los procesos no están documentados.
- No existen funciones definidas para cada empleador.
- No se cumple con una gestión de compras, por lo que se tiende a desechar los productos perecibles generando pérdidas a la empresa.
- No se cuenta con una persona capacitada en el área de almacén, por lo que se desconoce los productos existentes en stock.
- No cuentan con un sistema de almacenamiento establecido especialmente para empresas que cuentan con productos en sus inventarios con corta duración de vida útil.
- No se hace un uso adecuado del Kardex, evidenciando un descontrol en los productos recepcionados.
- Muchas veces se hace entrega del pedido a destiempo.

II. METODOLOGÍA

A. Diseño de la Investigación.

A.1. Tipo de Investigación.

De acuerdo con [10] el presente trabajo es tipo aplicada; dado que, la principal meta de la investigación aplicada es producir conocimientos que sean aplicables y brindar solución a problemas en diferentes tipos de áreas, lo que a su vez impulsa el progreso y crecimiento de la sociedad.

Enfoque de investigación:

Asimismo, el enfoque de la investigación presente es cuantitativa, ya que [11] menciona que, se recopila información y data para la comprensión de tendencias, patrones y relaciones de la hipótesis, para realizar la comprobación. Este tipo de enfoque se apoya en el uso de herramientas como encuestas, análisis estadísticos con el fin de buscar relaciones causales otorgando una comprensión objetiva y sistemática de los fenómenos estudiados.

Diseño de investigación:

De acuerdo con [12], este trabajo de investigación hace uso de un diseño No Experimental, teniendo en consideración el nivel de investigación que se adopta es Transeccional Correlacional, ya que se procura examinar las interrelaciones y vínculos entre variables sin influir en su modificación, lo que posibilita una comprensión orgánica de sus relaciones entre sí.

A.2. Población y Muestra.

Según [11], la población se refiere al conjunto de todo el fenómeno que tienen en común determinadas especificaciones y que estas deben estar ubicadas de forma precisa por características de tiempo, lugar y contenido.

La población está conformada por 75 clientes que la empresa Restaurante y Picantería “El Encuentro” tiene por mes.

A.3. Técnicas, Instrumentos y Herramientas.

Se utilizaron diversas técnicas e instrumentos en la investigación, incluyendo una encuesta, análisis documental y una entrevista. Los instrumentos empleados fueron una guía de entrevista con 11 preguntas abiertas, un cuestionario de 20 preguntas validado por expertos con un nivel de confiabilidad de 0.89 en el alfa de Cronbach, además de cuatro fichas de registro.

A.4. Procedimiento.

En Tabla I. se detalla el procedimiento de recolección de datos. El proceso comienza con las coordinaciones previas con el gerente y finaliza con la recopilación de los resultados de la encuesta aplicada a los clientes.

TABLA I
ETAPAS DEL PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

ETAPAS	DESCRIPCIÓN
Etapa 1:	Realizar coordinaciones con el gerente con el objetivo de solicitar data específica de la cartera de clientes obtenida del cálculo de la muestra.
Etapa 2:	Diseñar los instrumentos que serán analizado y validados por juicio de expertos.
Etapa 3:	Validar los instrumentos a juicio de expertos.
Etapa 4:	Recolectar data.
Etapa 5:	Procesamiento y análisis de la data obtenida mediante la encuesta.
Etapa 6:	Discutir sobre los resultados obtenidos.
Etapa 7:	Resultados de la encuesta aplicada a los clientes.

III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La implementación de la propuesta de mejora de la gestión logística para mejorar la calidad del servicio estará basada en la siguiente metodología.



Fig. 1. Metodología de mejora de la Gestión logística

A. ETAPA I: ETAPA PREPARATORIA.

ANALIZAR LA REALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN

Para ello se realizará mediante una etapa operativa y una etapa filosófica.

Etapa Filosófica

- MISIÓN**

Brindar una experiencia única a nuestros clientes, con la mejor atención y opciones de carta destacable y diferentes con una excelente calidad y para toda la familia.

- VISIÓN**

Ser reconocido entre los mejores restaurantes tanto a nivel local como nacional por la sazón, atención y calidad.

- ANÁLISIS INTERNO**

Mediante la cadena de valor de Porter se realiza el análisis interno de la empresa Restaurante y picantería “El Encuentro”.



Fig. 2. Cadena de suministro

Para continuar con el análisis interno de la empresa Restaurante y picantería “El Encuentro” se realiza el mapa de procesos.

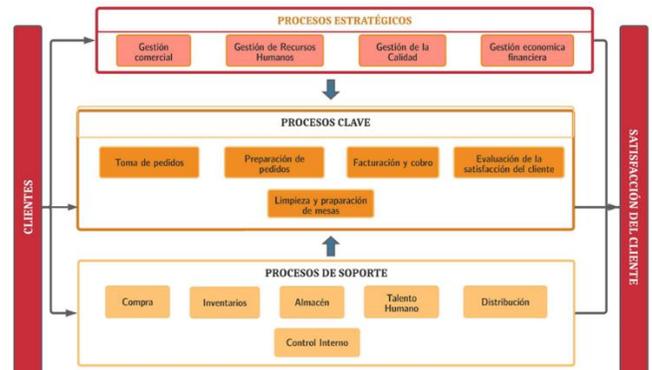


Fig. 3. Mapa de procesos

Etapa Operativa

- Balance Scorecard

Teniendo en cuenta los objetivos estratégicos de la organización se realiza la tabla 2.

TABLA 2
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA

PERSPECTIVA	PREGUNTA CLAVE	OBJETIVOS ESTRATEGICOS
FINANCIERO	¿Qué objetivo financiero se debe de lograr para tener mayor capital para inversión?	Aumento de ganancias.
CLIENTES	¿Qué necesidades del cliente deben de ser cubiertas para fidelizarlo y atraer a nuevos clientes?	Aumento de la calidad del servicio.
		Aumento de la calidad de los alimentos.
		Disminución de demoras.
		Productos disponibles siempre que el cliente lo necesite.
PROCESOS INTERNOS	¿En qué procesos se debe de mejorar?	Aumento de cantidad de clientes fidelizados.
		Aumento de capacitación de trabajadores en cuanto a temas logísticos.
		Aumento de toma de inventarios periódicos.
		Aumento de evaluación de proveedores.
		Aumento del porcentaje de entregas a tiempo.
APRENDIZAJE	¿Qué nuevos aprendizajes deben de tener los trabajadores para que la empresa alcance sus metas?	Disminución de costos de compras.
		Incrementar la satisfacción de los trabajadores.
		Incremento de las motivaciones a trabajadores.
		Incremento de capacitaciones.

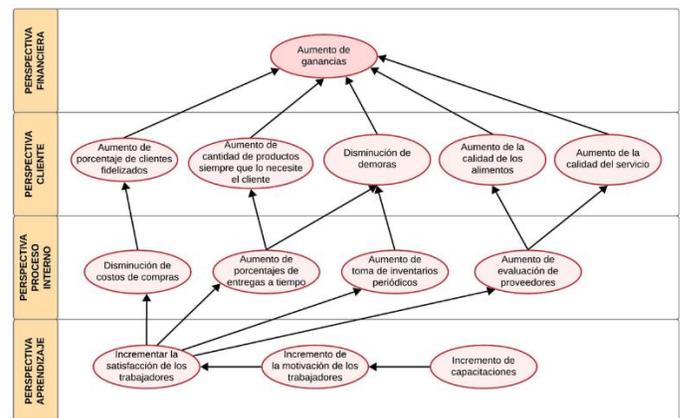


Fig. 4. Mapa estratégico de la empresa

REALIZAR CAPACITACIONES SOBRE LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO

PLAN DE CAPACITACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

OBJETIVO GENERAL

- Concientizar a los trabajadores sobre la importancia logística para la satisfacción del cliente y como es que se relaciona con cada uno de los puestos en la empresa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Dar a entender la importancia de cada uno de los roles de los colaboradores en la logística de la empresa.
- Dar a conocer las propuestas que se implementarán y como es que ellos participarán.
- Dar alcances de la gestión logística y como ayudara a la organización.

**TABLA 3
CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN**

HORA	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4
9:00 AM	Conceptos de gestión logística	Aporte de cada puesto de trabajo en la gestión logística	Mejoras de gestión logística en la empresa	Beneficios de una buena logística
10:00 AM	Importancia de la gestión logística en la empresa	Gestión logística tarea de todos	La calidad del servicio y la logística en la empresa	

B. ETAPA II: IDENTIFICACIÓN DE LAS DEFICIENCIAS DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS Y PROPUESTAS DE MEJORA

Analizar las deficiencias de los procesos logísticos

**TABLA 4
DEFICIENCIAS DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS**

AREA	DEFICIENCIAS IDENTIFICADAS
INVENTARIOS	No se cuenta con ficha de inventarios
	No se realiza la toma de inventarios periódicos
	No se conocen los inventarios más importantes
ALMACEN	No se sabe de manera exacta los productos en almacén
	No se conoce cuáles son los productos con mayor rotación.
COMPRAS	Presencia de productos vencidos
	No se evalúa a los proveedores
DISTRIBUCIÓN	No se conoce cuáles son los productos con mayores gastos
	No conocen los procesos necesarios

Propuestas de mejora para las principales áreas

**TABLA 5
PROPUESTA DE MEJORA DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DEL ÁREA LOGÍSTICA**

AREA	DEFICIENCIAS IDENTIFICADAS	PROPUESTA DE MEJORA
INVENTARIOS	No se cuenta con ficha de inventarios	Fichas de toma de inventarios
	No se realiza la toma de inventarios periódicos	Programación de toma de inventarios
	No se conocen los inventarios más importantes	Clasificación ABC
ALMACEN	No se sabe de manera exacta los productos en almacén	Kardex
	No se conoce cuáles son los productos con mayor rotación.	
	Presencia de productos vencidos	Metodología FIFO
COMPRAS	No se evalúa a los proveedores	Fichas de evaluación de proveedores
	No se conoce cuáles son los productos con mayores gastos	Pareto de compras
DISTRIBUCIÓN	No conocen los procesos necesarios	Diagrama de procesos

A) INVENTARIOS

Ficha de toma de inventarios

FICHA DE INVENTARIOS EN ALMACÉN					
DATOS DEL PERSONAL RESPONSABLE				PAGINA	
				FECHA	
ITEM	CODIGO	DESCRIPCIÓN	U.M	CANTIDAD	OBSERVACIÓN
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
CONTADO POR		ANOTADO POR		JEFE DE EQUIPO	CONTABILIZADO

Fig. 5. Ficha de toma de inventarios

Clasificación ABC

ITEM	CODIGO	DESCRIPCIÓN	U.M	CANTIDAD	OBSERVACIÓN
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					

Fig. 6. Clasificación ABC

CLASIFICACION ABC	PARTICIPACION ESTIMADA DE COSTO %		RESULTADOS		LECTURA
	CANTIDAD DE PRODUCTOS	PARTICIPACION	COSTO %	COSTO ACUMULADO	
A	10%	33	24.9%	77.8%	El 24% de los productos representan el 78% de costo
B	10%	33	23.4%	94.8%	El 25% de los productos representan el 1% de costo
C	100.0%	26	55.5%	100.0%	El 51% de los productos representan el 10% de costo

Fig. 7. Cuadro resumen de la clasificación ABC



Fig. 8. Análisis ABC del inventario

B) ALMACEN

Kardex

KARDEX ALMACEN 5/14/2024									
PRODUCTOS	ENTRADAS	SALESA	SAÍDO	15 DIAS					
FILAS	NOMBRE	CANTIDAD ENTRADA	CANTIDAD SALIDA	SAÍDO	UM	TOTAL	STOK DE SEGURIDAD	TIEMPO DE ENTREGA	ALERTA
MS84	SEPIULITAS SCOTT	300	220	170	PAQ	\$43.21	60	1	0
MS85	AVIOPAL AGUACAYO	3	1	2	UNDO	\$88.00	1	1	0
MS87	DON VICTOR LINGUINI BOLSA GRANDE X 20BOL DE 450 GR	120	80	80	UNDO	\$20.00	40	1	0
MS135	BEUDO DE ORO X BALLE DE 134G	4	4	2	UNDO	\$64.00	1	1	0
MS1	SEJANTIN SANCOR PASTA 120GR (LUMBA)	120	120	48	UNDO	\$19.00	42	1	0
MS178	PANEL MANTACA X ROLLO X 200	3	1.5	4.5	CIENTO	\$121.90	2	1	0
MS16	HOT DODI DOLME TRICO DE BESOGR	8	0	8	PAQ	\$99.33	6	1	0
MS18	PIZZON CREMA MARIANNA 1.5LITRO	21	26	9	UNDO	\$5.00	7	1	0
MS1	SEJANTIN SANCOR MARIANA 120GR (LUMBA)	84	66	46	UNDO	\$12.87	42	1	0
MS14	TORTON MARIANNO	912	0	912	UNDO	\$22.80	1	1	0
MS49	COMINO	2	1	1.5	KG	\$5.00	1	1	0
MS41	PIRENTA	3	2.5	1.5	KG	\$4.00	1	1	0
MS12	AMERICANO COLINDO	300	100	300	UNDO	\$4.00	100	1	0
MS179	MASA MEXICANA	7	6	3	KG	\$9.00	0.5	1	0
MS1	SEJANTIN SANCOR PASTA 120GR (LUMBA)	120	0	87	UNDO	\$19.00	42	1	0
MS19	PIRIFORMADO DE SODIO (MORFAS) BOLSA X KG	5	0	4	KG	\$4.00	1	1	0
MS18	SEJANTIN SANCOR MARIANA 120GR (LUMBA)	3	3	4	UNDO	\$9.00	2	1	0
MS19	PIRIFORMADO DE SODIO (MORFAS) BOLSA X KG	3	2	3	UNDO	\$4.00	1	1	0
MS40	SEJANTIN SANCOR MARIANA 120GR (LUMBA)	42	12	52	UNDO	\$3.03	6	1	0
MS112	PIRIFORMADO	89	21	80	UNDO	\$3.00	2	1	0
MS149	PIRIFORMADO	0	0	0	UNDO	\$3.00	0	1	0
MS172	PIRIFORMADO	42	30	32	UNDO	\$3.00	2	1	0
MS131	MAR MARIANO X KG	48	0	48	KG	\$1.00	1	1	0
MS134	LUMBA X UNDO	300	0	300	UNDO	\$1.00	1	1	0
MS135	TOMATE X KG	39	0	19	KG	\$1.00	2	1	0
MS136	JONQUERA X KG	5	0	5	KG	\$1.00	3	1	0
MS138	CEBOLLA DE CABEZA X KG	111	0	111	KG	\$1.00	4	1	0
MS139	CEBOLLA DE CABEZA X UNDO	6	0	6	UNDO	\$1.00	2	1	0
MS144	PEPILLADO X UNDO	6	0	6	UNDO	\$1.00	1	1	0
MS187	METAPAP X KG	12	0	12	KG	\$1.00	7	1	0
MS139	ACEITE OLIVA EXTRA VIRGEN	26	18	6	BRASILE	\$1,204.00	7	1	0
MS144	ALICAR POR SACO (CASA GRANDE REFINADA)	0	2	0	UNDO	\$1.00	4	1	0
MS134	MIELES PRODUCTO X CELDAS	189	189	23	CELDA	\$22.00	60	1	0
MS142	MORFAS MARIANO X UNDO	5	3	3	UNDO	\$49.70	3	1	0
MS141	PIRIFORMADO X UNDO	5	0	1	UNDO	\$19.99	2	1	0
MS141	CEBOLLA X KG	1,168	0	883	KG	\$1.00	0.5	1	0
MS19	SAL	50	30	20	UNDO	\$1.00	25	1	0
MS17	LUMBA BLANCO X UNDO (EL MARI)	0	0	2	UNDO	\$9.99	1	1	0
MS44	MORFAS MARIANO	0	0	0	UNDO	\$19.99	1	1	0
MS89	CUBIERTOS CUCHARAS INOX X 30 UNDO (REVIN)	26	87	0	PAQ	\$1.00	20	1	0
MS19	CUCHARAS CUCHARAS INOX X 30 UNDO	18	36	4	PAQ	\$1.00	10	1	0
MS19	MARF	0	0	0	KG	\$1.00	1	1	0
MS130	ARROZ POR SACO	1	0	1	UNDO	\$1.00	1	1	0
MS130	MARFAC MARIANO (MORFAS) X 250GR	1	1	1	UNDO	\$1.00	1	1	0

Fig. 9. Kardex de la empresa Restaurante y Picantería "El Encuentro"

C) COMPRAS

Ficha de evaluación de proveedores

PROVEEDORES		RUC	RAZÓN SOCIAL
Fecha de evaluación			
Evaluador			

CRITERIO PRINCIPAL	SUBCRITERIO	INTERROGANTE	ESCALA	PESO
Capacidad para dar respuesta	Solicitud	El proveedor entrega una cotización en el mismo día o en un plazo de 5 días	10	50%
		El proveedor entrega la cotización en un tiempo de entre 6 y 15 días.	6	
	Atención de quejas	El proveedor entrega la cotización en un tiempo de entre 15 y 30 días.	1	
		Los reclamos o quejas son atendidas en un plazo de hasta 3 días	10	
Entrega de productos	Tiempo de entrega	Los reclamos o quejas son atendidas en un plazo de 3 a 15 días	6	50%
		No atiende las quejas o inconformidades	1	
		Entrega en el tiempo establecido	10	
	Cantidad entregada	Entrega con retraso de 1 a 5 días	5	30%
		Entrega con retraso de 6 a 15 días	1	
		Entrega la cantidad exacta	10	
Calidad, precio y requisitos	Calidad	Entrega con faltas justificadas	5	50%
		Entrega con faltas injustificadas	1	
		La calidad es mayor a la prevista	10	
	Precio	La calidad es la establecida	8	40%
		La calidad es menor a lo establecido	1	
		El precio es menor al de otros proveedores	10	
		El precio es igual al de otros proveedores	8	
	Requisitos legales	El precio es mayor al de otros proveedores	1	40%
		Cumple con requisitos legales y reglamentarios	10	
		No cumple con requisitos legales y reglamentarios	1	

Desempeño excelente: de 9 a 10 puntos
 Desempeño confiable: de 8 a 8,9 puntos
 Desempeño riesgoso: de 6 a 7,9 puntos
 Desempeño crítico: menor a 6 puntos

Fig. 10. Ficha de evaluación de proveedores

Pareto de compras

NOMBRE DEL PRODUCTO	UM	UNIDADES EN ALMACEN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PONDERADO	80/20
ACETE CIL X BALDE	PAQ	6.00	S/ 184.00	S/ 1,104.00	17.29%	80.71%
ARROZ (PACAS MAYO)	UND	5.00	S/ 189.00	S/ 945.00	14.80%	
SERVILLETAS SCOT CAJA X 30 PAQ(AZUL) 24.1 X 10 CM	UND	170.00	S/ 3.20	S/ 543.21	8.51%	
HUEVOS PAQUETE X 6 CELDAS	UND	23.00	S/ 18.38	S/ 422.63	6.62%	
HARINA NICOLINI PREMIUM BOLSA X 50KG	UND	2.00	S/ 192.00	S/ 384.00	6.01%	
NUEZ PELADA	KG	5.00	S/ 55.00	S/ 275.00	4.31%	
SELLO DE ORO X BALDE DE 10 KG	PAQ	2.00	S/ 132.00	S/ 264.00	4.13%	
DON VICTORIO LINGUINI BOLSA GRANDE X 20 BOL DE 450 GR	CIENTO	80.00	S/ 3.25	S/ 260.00	4.07%	
KETCHUP X KG	UND	12.00	S/ 20.00	S/ 240.00	3.76%	
TOCINO AHUMADO	UND	9.12	S/ 24.17	S/ 220.40	3.45%	
HOT DOG KILOMETRICO DE 950 GR	UND	8.00	S/ 24.17	S/ 193.33	3.03%	
GELATINA SABOR PRESA 120 GR (UMSHA)	UND	68.00	S/ 2.25	S/ 153.00	2.40%	
NESCAFE KIRMA 400 GR	BOL	3.00	S/ 49.90	S/ 149.70	2.34%	
ARROZ POR SACO	UND	1.00	S/ 138.00	S/ 138.00	2.16%	
GELATINA SABOR PIÑA 120 GR (UMSHA)	UND	49.00	S/ 2.67	S/ 130.67	2.05%	
GELATINA SABOR NARANJA 120 GR (UMSHA)	KG	46.00	S/ 2.67	S/ 122.67	1.92%	
PAPEL MANTECA X ROLLO X 100	UND	4.50	S/ 27.00	S/ 121.50	1.90%	
CEBOLLA DE CABEZA X KG	PAQ	111.00	S/ 1.00	S/ 111.00	1.74%	
AYUDIN CREMA LAVAVAJILLA (LESLY)	KG	9.00	S/ 6.90	S/ 62.10	0.97%	
COMINO	KG	1.50	S/ 40.00	S/ 60.00	0.94%	
MAIZ MORADO X KG	UND	40.00	S/ 1.50	S/ 60.00	0.94%	
PIRMENTA	UND	1.50	S/ 36.00	S/ 54.00	0.85%	
ANIS (MC COLINS)	UND	600.00	S/ 0.09	S/ 51.00	0.80%	
LIMON X UND	UND	200.00	S/ 0.20	S/ 40.00	0.63%	
PASA MEDIANA	UND	3.00	S/ 13.00	S/ 39.00	0.61%	
SIBARITA AII PANCA SIN PICANTE (SIBARITA)	UND	52.00	S/ 0.58	S/ 30.33	0.48%	
SILLAO X LITRO (AJINOMOTO)	UND	4.00	S/ 7.50	S/ 30.00	0.47%	
SAL	KG	20.00	S/ 1.28	S/ 25.60	0.40%	
BICARBONATO DE SODIO (AQPIMA) BOLSA X KG	KG	4.00	S/ 6.00	S/ 24.00	0.38%	
LECHUGA REPOLLADA X UND	KG	15.00	S/ 1.50	S/ 22.50	0.35%	
PALILLO 32.4 GR	CELDA	32.00	S/ 0.50	S/ 16.00	0.25%	
ALGARROBINA (LA TACALEÑA)	KG	3.00	S/ 5.00	S/ 15.00	0.23%	
TOMATE X KG	KG	10.00	S/ 1.50	S/ 15.00	0.23%	
AJINOMOTO X KG	UND	1.00	S/ 13.99	S/ 13.99	0.22%	
FOSFORO LLAMA	UND	80.00	S/ 0.10	S/ 8.00	0.13%	
CUBIERTOS CUCHARAS N° 5 X 100 UND	BALDE	4.00	S/ 2.00	S/ 8.00	0.13%	
CANELA X KG	CJ	0.18	S/ 38.00	S/ 6.84	0.11%	
ZANAHORIA X KG	PAQ	5.00	S/ 1.30	S/ 6.50	0.10%	
VINAGRE BLANCO X LITRO (EL FIRME)	KG	2.00	S/ 3.00	S/ 5.99	0.09%	
LECHUGA LACIA X UND	UND	4.00	S/ 1.00	S/ 4.00	0.06%	
MANÍ	UND	0.25	S/ 14.00	S/ 3.50	0.05%	
PEPINILLO X UND	UND	6.00	S/ 0.50	S/ 3.00	0.05%	
OREGANO	UND	0.29	S/ 5.00	S/ 1.45	0.02%	
CEBOLLA CHINA X PRECIO	UND	1.00	S/ 1.00	S/ 1.00	0.02%	
PEREJIL X PAQUETE	UND	1.00	S/ 0.50	S/ 0.50	0.01%	
ALBAHACA X PRECIO	PAQ	1.00	S/ 0.40	S/ 0.40	0.01%	
HOJAS DE LAUREL	KG	0.00	S/ 40.00	S/ -	0.00%	
CUBIERTOS CUCHARAS N° 6 X 50 UND (KEVIN)	KG	0.00	S/ 3.50	S/ -	0.00%	
MANTECA HIDROGENADA JOFASAC X 250 GR	KG	0.00	S/ 9.50	S/ -	0.00%	

Fig. 11. Pareto de compras de la empresa

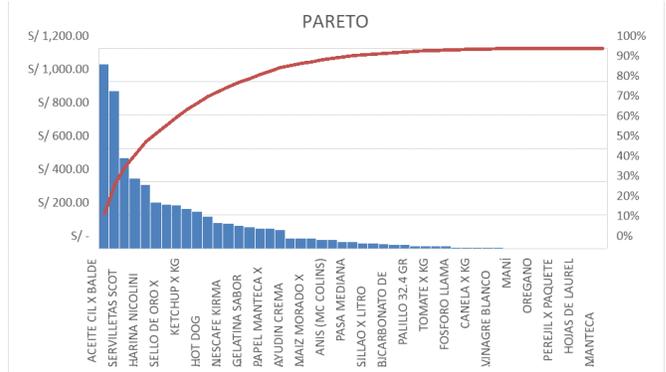


Fig. 12. Análisis de Pareto de compras de la empresa

D) DISTRIBUCIÓN

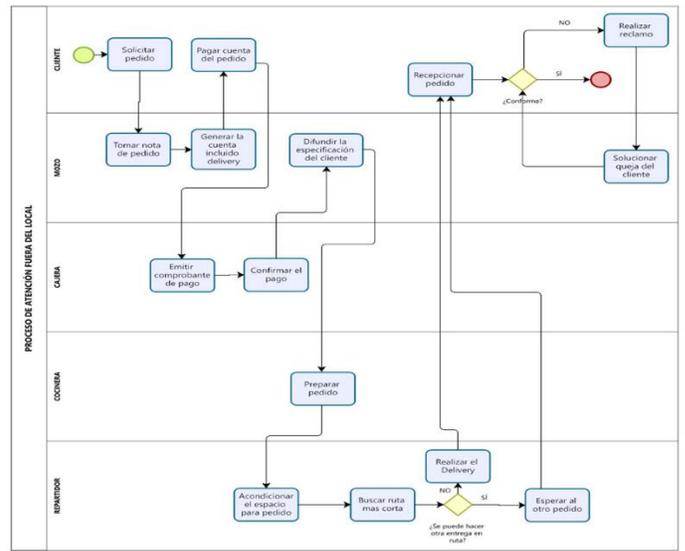


Fig. 13. Proceso de atención fuera de local

C. ETAPA III: PROPUESTA DE EVALUACIÓN

TABLERO DE INDICADORES

Restaurante y Picantería "El Encuentro"		Fecha de Control: 01/09/2023								
Indicadores										
Nombre de Indicador	Tipo Ind.	Unidad	CALCULO	Área Resp.	Peso	Avance	Variación	Estado (Valor Indicador)	Nivel de cumplimiento (0-100%)	Meta
% de recepción de mercaderías	C	%	$\frac{\text{Nº de pedidos recibidos}}{\text{Total de pedidos}} \times 100$	Área Logística	18%	●	▲	65%	72%	90%
% de pedidos conservados adecuadamente	C	%	$\frac{\text{Número total de pedidos conservados adecuadamente}}{\text{Total de pedidos}} \times 100$	Área Logística	15%	●	▲	72%	76%	95%
Control de stock	C	%	$\frac{\text{Plazo máximo de entrega}}{\text{Plazo de entrega habitual}} \times 100$ (Demanda media del producto)	Área Logística	18%	●	▶	61%	62%	98%
Seguimiento y recepción de compra	C	%	$\frac{\text{Nº de pedidos entregados a destino}}{\text{Total de pedidos}} \times 100$	Área Logística	17%	●	▲	5%	56%	7%
Preparación de pedidos	C	%	$\frac{\text{Pedidos entregados correctamente}}{\text{Total de pedidos}} \times 100$	Área Logística	17%	●	▲	7%	78%	9%
Pedidos sin problemas	C	%	$\frac{\text{Pedidos generados sin problemas}}{\text{Total de pedidos}} \times 100$	Área Logística	15%	●	▶	65%	72%	90%
					100%	Desempeño Logístico ->		69%		

Fig. 14. Tablero de indicadores

IV. RESULTADOS

Mediante a estadística descriptiva se lleva a cabo el análisis de los resultados que se mostrarán de acuerdo con las dimensiones de las variables Gestión Logística y Calidad del Servicio

3.1. Análisis de la variable Gestión Logística en su dimensión Gestión de inventarios



Fig. 15. Porcentajes de la dimensión Gestión de Inventarios

Según la Figura 15, del total de encuestados, se observa que el 77.3 % señalaron que la dimensión gestión de inventarios del Restaurante es buena, el 21.3 % señalaron que es regular y 1.3 % que tienen una mala gestión de inventarios.

3.2. Análisis de la variable Gestión Logística en su dimensión Gestión de almacén



Fig. 16. Porcentajes de la dimensión Gestión de Almacén

Según la Figura 16, del total de encuestados, se observa que el 96 % señalaron que la dimensión gestión de almacén del Restaurante es buena y el 4% que es regular, así mismo nadie señaló que la gestión de almacén sea mala.

3.3. Análisis de la variable Gestión Logística en su dimensión Gestión de Compras



Fig. 17. Porcentajes de la dimensión Gestión de Compras

Según la Figura 17, del total de encuestados, se observa que el 80 % señalaron que la dimensión gestión de compras del Restaurante es buena y el 20% señalaron que su gestión de compras es regular.

3.4. Análisis de la variable Gestión Logística en su dimensión Gestión de Distribución

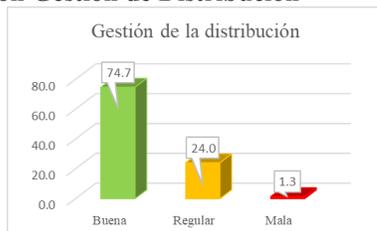


Fig. 18. Porcentajes de la dimensión Gestión de Distribución

Según la Figura 18, del total de encuestados, se observa que el 74.7 % señalaron que la dimensión gestión de distribución del Restaurante es buena, el 24 % es regular y el 1.3 % señalaron que tienen una mala gestión de distribución.

3.5. Análisis de la variable Gestión Logística

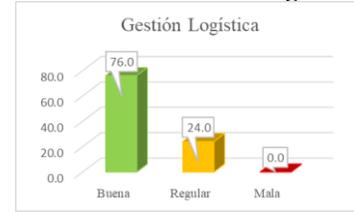


Fig. 19. Porcentajes de la Gestión Logística

Según la Figura 19, del total de encuestados, se observa que el 76 % señalaron que la gestión logística del Restaurante es buena, el 24 % es regular, es decir que su atención no es especial ni se diferencia de sus competidores.

3.6. Análisis de la dimensión Elementos Tangibles

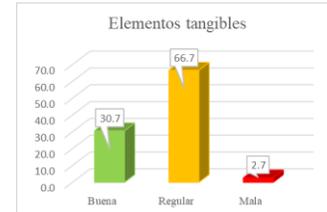


Fig. 20. Porcentajes de la dimensión Elementos Tangibles

Según la Figura 20, del total de clientes encuestados, se observa que el 30.7 % señalaron que la dimensión elementos tangibles del Restaurante es buena, el 66.7 % es regular y el 2.7 % señalaron que son malos.

3.7. Análisis de la dimensión Fiabilidad

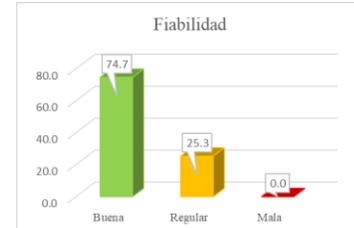


Fig. 21. Porcentajes de la dimensión Fiabilidad

Según la Figura 21, del total de clientes encuestados, se observa que el 74.7 % señalaron que la dimensión fiabilidad del Restaurante es buena, el 25.3 % es regular y no hubo encuestados que señalaran que su fiabilidad es mala.

3.8. Análisis de la dimensión Capacidad de Respuesta

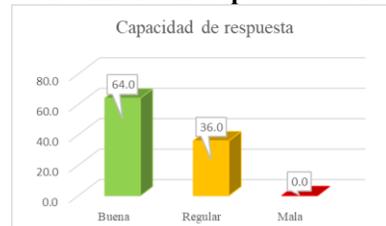


Fig. 22. Porcentajes de la dimensión Capacidad de Respuesta

Según la Figura 22, del total de clientes encuestados, se observa que el 64 % señalaron que la dimensión capacidad de respuesta del Restaurante y Picantería "El Encuentro" es buena, el 36 % es regular y no hubo encuestados que señalaran que su capacidad de respuesta sea mala.

3.9. Análisis de la dimensión Seguridad



Fig. 23. Porcentajes de la dimensión Seguridad

Según la Figura 23, del total de clientes encuestados, se observa que el 57.3 % señalaron que la dimensión seguridad del es buena, el 42.7 % es regular y no hubo encuestados que señalaran que la seguridad que brindan sea mala.

3.10. Análisis de la dimensión Empatía



Fig. 24. Porcentajes de la dimensión Empatía

Según la Figura 24, del total de clientes encuestados, se observa que el 73.3 % señalaron que la dimensión empatía del Restaurante es buena, el 26.7 % es regular y no hubo encuestados que señalaran que la dimensión empatía sea mala.

3.11. Análisis de la variable Calidad de Servicio

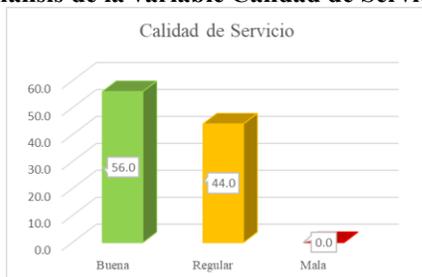


Fig. 25. Porcentajes de la Calidad de Servicio

Según la Figura 25, del total de clientes encuestados, se observa que el 56 % señalaron que la calidad de servicio del Restaurante es buena, el 44 % señaló que es regular, así también no hubo clientes que indicaran que sea mala.

Mediante la estadística inferencial los resultados se muestran los objetivos planteados en la investigación.

3.12. Determinar la relación entre la Gestión Logística y la calidad del servicio de la Pyme Restaurante y Picantería “El Encuentro” en la ciudad de Trujillo en el año 2023.

Mediante la prueba de Kolmogórov-Smirnov se identifica si son datos paramétricos o datos no paramétricos.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
CALIDAD_DEL_SERVICIO	,122	75	,008	,970	75	,068

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fig. 26. Prueba de normalización de datos con Kolmogórov-Smirnov

De la Figura 26 podemos observar que el nivel de significancia de la variable Calidad del Servicio es menor al 5%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna, es decir, los datos son no paramétricos y por ello se hará uso de la prueba de Spearman.

TABLA 4
HIPÓTESIS DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO

	GESTIÓN LOGÍSTICA	CALIDAD DEL SERVICIO
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000
	Sig. (bilateral)	,822**
	N	75
CALIDAD DEL SERVICIO	Coefficiente de correlación	,822**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	75

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

En la tabla 4 se observa en el estadístico de Spearman que se cuenta con un nivel de significancia de 0.000 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, es decir, existe relación entre la Gestión Logística y la Calidad del Servicio de la empresa Restaurante y Picantería “El Encuentro” en Trujillo en el año 2023, también se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de 0.822 lo que indica que el grado de relación entre las variables es muy alta.

V. DISCUSIONES

A. Análisis de Resultados.

El capítulo está presentado de la siguiente forma: Determinar la relación entre las variables gestión logística y calidad del servicio, los resultados obtenidos al analizar la relación entre cada dimensión de las variables, discusión y contraste con otras investigaciones relacionadas al tema.

El objetivo principal de la investigación fue determinar la relación entre la gestión logística y la calidad del servicio en una Pyme del Sector Gastronómico en la ciudad de Trujillo en el año 2023, es por ello que con aplicando la prueba de Spearman se obtuvo un resultado de 0.822 siendo así que la relación entre las variables tiene un grado alto, es decir, su relación es directamente proporcional, por ende si se mejora la gestión logística en la empresa se tendrá una mejor calidad del servicio. Estos resultados coinciden con [16] dado que en su trabajo de investigación que buscaba determinar la relación entre las variables gestión logística y calidad de servicio obtuvo un coeficiente de relación de 0.006 con la prueba de chi-cuadrado y 0.45 con Rho de Spearman teniendo así una relación entre variables moderadas, esto producto de los campos que se consideró para la variable de gestión logística, es decir que para la aplicación de sus encuestas no se consideró uno de los campos de mayor relevancia de la gestión logística. También se llega a coincidir con la investigación realizada por [17] que busco hallar la relación de la gestión logística y la calidad del servicio, donde se analizó los diversos campos y cómo influye

cada uno de ellos en la calidad del servicio que llegan a percibir los clientes, donde aplicando la prueba de Rho de Spearman se obtuvo una relación alta entre las variables ya que se obtuvo un RS de 0.733 y un P de 0.001 es decir a mejor gestión logística se tendrá una mejor calidad del servicio, así también coincide con la presente investigación en que de acuerdo a sus encuestas aplicadas los clientes perciben que el servicio brindado no es ni bueno ni malo, es decir que se inclinan a que es un servicio regular, sin destacar sobre la competencia, otra investigación que llega a la misma conclusión que la mencionada anteriormente es la de [18] quien haciendo uso de la prueba de Rho de Spearman tuvo una significancia de 0.00 y un rho de 0.910, es decir que existe relación entre las variables gestión logística y calidad del servicio, teniendo una correlación positiva y alta.

En cuanto a uno de los campos analizados de la gestión logística como lo es la gestión de inventarios la presente investigación coincide por la realizada por [19] en su trabajo que buscaba determinar de qué forma la gestión de inventarios influye en la calidad del servicio en un restaurante en la ciudad de Lima, donde haciendo uso del Rho de Spearman se tuvo una significancia de 0.000 y una correlación fuerte de 0.903 denotando así que existe una relación directa entre la gestión de inventarios y la calidad del servicio, es decir tal como la presente investigación lo propone a mayor gestión de inventarios mayor será la calidad del servicio, así mismo en esta investigación se debió de profundizar más en los otros elementos de la gestión logística para tener un panorama más amplio de las variables que influyen en la calidad del servicio, tal como se presenta en la investigación realizada por Sotomayor (2022) donde se buscó hallar la relación entre la gestión logística y la calidad del servicio en una factoría de la ciudad de Chimbote, donde se obtuvo haciendo uso de la correlación de Pearson con un resultado de 0.71 que existe una relación positiva y elevada entre la gestión logística y la calidad del servicio, así mismo en esta investigación se detalla cada uno de los campos a evaluar, llegando a coincidir con la presente investigación en la relación de la gestión de almacenes, gestión de compras, calidad del servicio y la gestión de inventarios que presentan una relación positiva con la calidad del servicio y con cada uno de sus campos evaluados, estos resultados que coinciden con la presente investigación son producto de que los campos evaluados en cada una de las variables son similares. Así también, otros de los campos que se evalúan de la gestión logística son la gestión de compras que en el caso de la presente investigación se llega a que influye en la calidad del servicio tal como la investigación realizada por [20] quien en su trabajo de investigación llega a la conclusión que la gestión de compras tiene relación con la calidad del servicio debido a que con la prueba de Rho de Spearman se obtuvo un valor de 0.781 lo que indicaba una relación fuerte.

En cuanto al diseño de la presente investigación fue de tipo no experimental con un nivel correlacional que permite comprender las variables logísticas que influyen en la calidad del servicio y cada uno de sus campos, es decir da un panorama más amplio de que se puede mejorar para que la calidad del servicio percibida por el cliente sea la más óptima, así también al encuestar a toda la población de clientes del Restaurante y Picantería el Encuentro se puede recopilar la información

completa y conocer la percepción que los clientes tienen del restaurante y poder analizar si se está llevando de manera correcta la gestión logística, en cuanto a los porcentajes de las respuestas obtenidas se aprecia a manera general que la calidad del servicio que brinda el restaurante es percibido por los clientes de forma regular, es decir que para ellos no se destaca respecto a los restaurantes de la competencia.

Al tener como referencia la tesis, como implicancia social se puede concientizar a los emprendedores y empresarios del rubro gastronómico al tener los procesos documentados y estandarizados lo que permite así tener una óptima cadena de suministro orientado a una excelente calidad del servicio. Asimismo, buscar el cuidado de salud del cliente.

C. Implicancias.

Para las implicancias metodológicas, se tomó como referencia la metodología “Lean Logitics” esta nos ayuda a identificar y eliminar las actividades que no añaden valor dentro de la cadena de suministro. Por esta razón, permite que el restaurante tenga la materia prima en el momento justo y necesario ofreciendo así calidad orientado al servicio.

En el contexto que se tiene por la gestión logística y las implicancias prácticas, al implementar una metodología FIFO, un análisis ABC y un Kardex para mejorar la calidad del servicio en pymes del sector gastronómico conduciendo a una importante mejora significativa con respecto al nivel de eficiencia operativa; viéndose reflejado directamente en la reducción de tiempos de espera, procesos dinámicos, así como una mejora distribución de los recursos y eventualmente una reducción de costos sistemática; incidiendo directamente en una mayor competitividad en el sector, y mejorando el rendimiento sobre la cadena de suministro.

Asimismo, las conclusiones proporcionan una base sólida de cómo se relacionan las variables y cómo influye una sobre la otra. Por otro lado, en base a las implicancias metodológicas en la presente investigación ha demostrado ser la idónea para poder abordar los objetivos planteados, evidenciándose en la confiabilidad y validez de los resultados obtenidos, permitiéndonos encontrar alcanzar eficazmente los objetivos presentes en la investigación; esto se demuestra a raíz de que una aplicación de este modelo puede desencadenar una entrega más satisfactoria, eficiente y precisa en relación al servicio al cliente.

VI. CONCLUSIONES

Los hallazgos de la presente investigación contribuyen a tener una perspectiva más amplia de como la gestión logística influye en la calidad del servicio, se confirmó que existe una correlación entre ambas variables, determinándose que existe una relación muy alta con un coeficiente de 0.822 entre la gestión logística y la calidad de servicio en una Pyme del Sector Gastronómico en la ciudad de Trujillo en el año 2023, y con ello se establece una relación directa, teniendo en consideración que si la gestión logística mejora, a su vez, también mejorará la calidad del servicio.

Se concluye que el nivel de la gestión logística se encuentra en un nivel bueno en un 76% y regular en un 24%.

Se concluye que el nivel de calidad de servicio es buena en un 56% y regular en 44%.

Se determinó que la relación entre la gestión logística y la tangibilidad en una Pyme del sector gastronómico en la ciudad de Trujillo es moderada debido a que el coeficiente de correlación es de 0.5, lo que involucra que al realizarse una mejora tangibilidad, no se verá plasmada en su totalidad en la gestión logística.

Se determinó la relación entre la gestión logística y la fiabilidad en una Pyme del Sector Gastronómico en la ciudad de Trujillo en el año 2023, estableciendo una relación alta debido a que el coeficiente de correlación es de 0.649.

Se determinó la relación entre la gestión logística y la capacidad de respuesta en una Pyme del Sector Gastronómico en la ciudad de Trujillo en el año 2023, se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de 0.674 lo que indica que el grado de relación entre las variables es alta.

Se determinó la relación entre la gestión logística y la seguridad en una Pyme del Sector Gastronómico en la ciudad de Trujillo en el año 2023, se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de 0.627 lo que indica que el grado de relación entre las variables es alta.

Se determinó la relación entre la gestión logística y la empatía en una Pyme del Sector Gastronómico en la ciudad de Trujillo en el año 2023, se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de 0.675 lo que indica que el grado de relación entre las variables es alta.

Se estimó que implementar una gestión logística en Pyme del Sector Gastronómico en la ciudad de Trujillo en el año 2023 con el fin de mejorar la calidad del servicio, teniendo en cuenta los recursos humanos, materiales y otros, llega a tener unos gastos de implementación totales de S/ 3,655.30 que son asequibles para una sostenibilidad de una organización de mediana dimensión.

Se evaluó el impacto social y ambiental entre la gestión logística y su relación con la calidad de servicio en Pyme del Sector Gastronómico en la ciudad de Trujillo en el año 2023, obteniéndose ahorros en productos un total de S/ 392.50 que ya no se van a malograr ni serán desechados. Asimismo, se obtiene un ahorro de transporte por minutos un total de 2 soles en promedio por cada delivery, dado que se está acortando la ruta en cada una de las zonas de entrega haciéndose menos uno de combustible.

REFERENCIAS

[1] Sevilla, A. (2020). "Logística". *Economipedia*.

[2] Martínez, L., El Kadi, O. (2019). "Logística Integral y Calidad Total, Filosofía de Gestión Organizacional orientadas al cliente". *Fundación Koinonía*. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Venezuela. vol. IV, núm. 7, 2019.

[3] Zuñiga, S. (2018). La gestión logística y la calidad de servicio en los colaboradores de la empresa Transa S.A., Ate 2018 (Tesis de Titulación). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

[4] Fontalvo, T., De La Hoz & E., Mendoza, A. (2019) Los procesos logísticos y la administración de la cadena de suministro. *Ciencia y Libertad* (14), 102-112.

[5] Martínez, D. (2020). *Gestión de organizaciones*. Lima: Universidad César Vallejo.

[6] Naciones Unidas. (2018). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos*.

[7] INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática (2022) [DATA] (INEI) <https://www.inei.gob.pe>

[8] Gestión (2020). Primer caso de coronavirus en Perú: la historia de contagio en el piloto.

[9] García, A. (2021). "Sector gastronómico: Un nuevo inicio en el bicentenario del Perú". *Conexión ESAN*.

[10] Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). *Manual de Términos en Investigación Científica, Tecnológica y Humanística*. Lima: Universidad Ricardo Palma.

[11] Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --). México D.F.: McGraw-Hill.

[12] Rodríguez Maldonado, J.E. (2020). "La Gestión Logística y la Calidad del Servicio de distribución de productos plásticos de la empresa Utilidades Domésticas Lima S.A.C. de la provincia constitucional del Callao – Perú 2020". Universidad Privada del Norte.

[13] García, S., Fanelli, V. (2021) "Gestión logística: definición y objetivos principales". *EAE Bussines School*.

[14] Aleman Donaire, E. S., & Collantes Zelaya, J. C. (2023). *Gestión de inventarios y calidad de servicio en un restaurante, del distrito de Miraflores, Lima Metropolitana - 2022*. Lima, Perú.

[15] Álvarez Soriano, O. (2021). *Gestión Logística y la Gestión de Calidad de Servicio en una Empresa del Sector Comercial, Lima 2020*. Lima, Perú.

[16] Asana (2022). "Mapa de procesos: ¿Cómo crear uno para tu proyecto?". Recuperado de: <https://asana.com/es/resources/process-mapping>

[17] Ávila, S. (2019). *Guía práctica: logística y distribución física internacional*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá. Legis S.A. Recuperado de:

[18] Bazalar, R. y Laveriano, N. (2018) *Mejora en la Gestión de la Cadena Logística Integral de Mercancías Internacionales en Savar Corporación Logística*. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

[19] CANATUR, Cámara Nacional de Turismo del Perú. (2022) [DATA] <https://www.canatur.org/>

[20] Colegio de Ingenieros del Perú. (2018). *Código de Ética del Colegio de Ingenieros del Perú*.

[21] Daccarett, S. (2019). *Estrategia de crecimiento para empresa outsourcing de distribución y logística*. Universidad de Chile. Recuperado de:

[22] Di Toro, V. (2021). *Estrategias de logística y distribución en la empresa comercial delgado*. Valera, estado Trujillo. Universidad Valle del Momboy.

[23] DREW (2023). "Gestión por procesos: todo sobre la gestión por procesos en una organización".

[24] Feria Avila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). *La Entrevista y la Encuesta: ¿Métodos o Técnicas de Indagación Empírica?* Las Tunas, Cuba.

[25] Figueroa, M. (2018). *Propuesta de un modelo de gestión por procesos logísticos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Alimentos El Sabor Cía. Ltda*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil. Ecuador.

[26] Gómez-Randulfe, J. (2018). "Gestión de la logística". *ILS (F&M) TECNOBIT*.

[27] Gonzales, C. (2021). *Propuesta de mejora de la Gestión Logística para cumplir con el nivel de servicio en un Operador Logístico*. Lima, 2021. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

[28] Guerra, A. (2019). "Implementación de un sistema de gestión logística que asegure la optimización de los recursos y rentabilidad de la empresa gastronómica Jama Brava, Bellavista-Callao". *Repositorio Académico de la Universidad San Martín de Porres*.

[29] Hurtado, H. (2018). "Gestión Logística". Lima: Universidad Garcilazo de la Vega.

[30] Malpica, W., Caicedo, C., Lasso, D. (2022). "Estudio de la logística inversa y su importancia en la gestión empresarial de organizaciones sostenibles". *Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia*. Recuperado de:

[31] Mauricio, M. M., & Lucinda, P. Y. A. (2019). *Propuesta de mejora en la cadena de abastecimiento de la empresa agroindustrial Export Valle Verde SAC aplicando herramientas de gestión logística*. Universidad Nacional de Trujillo.

[32] Mayuri Ramos, J. (2022). *Gestión Logística y Calidad del Servicio de la Empresa Visual Capital Investments, Jesús María-2022*. Lima, Perú.

[33] Peiró, R. (2018). "El análisis ABC". *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-abc.html>

[34] Pfohl, H. C. (2023). *Logistics Management: Conception and Functions*. Darmstadt Technical University, Department of Business Administration, Economics and Law, Institute for Business Studies (BWL).

[35] Quispe D. y Torre L. (2022). *Gestión de la Calidad y los Procesos Logísticos de la empresa Kucedá S.A.C. Lima 2021*. Universidad Privada del Norte.

- [36] Roldán, P. (2020). “Cadena de suministro”. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-suministro.html>
- [37] Sagastegui Aguilar, D. O. (2021). “La gestión logística y su relación con la satisfacción del cliente de una empresa comercializadora de autopartes para carrocerías, Trujillo 2019”. Universidad Privada del Norte.