



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GERENCIA
DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA**

Gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente en la empresa
importadora corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Gerencia de Operaciones y Logística**

AUTOR:

Vilca Calero, Jose Antonio (orcid.org/0000-0002-3168-4535)

ASESORES:

Mg. Chicchon Mendoza, Oscar Guillermo (orcid.org/0000-0001-6215-7028)

Dra. Sanchez Ramirez, Luz Graciela (orcid.org/0000-0002-2308-4281)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Logística

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2024

DEDICATORIA

A mi madre Felicita y mi Padre Rodrigo, por ser ese apoyo incondicional y brindarme fortaleza a lo largo de mi vida el cual sin ellos no habría podido conseguir mis logros.

A mis hermanos Rodrigo, Miguel, Magdalena y Ana, por sus consejos y cariño incondicional en todo mi crecimiento profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios, por la salud y por ser la guía en todo mi camino de vida cuidándome y brindándome fuerzas en cada mañana.

Agradecimiento mi familia por la motivación diaria y por inculcarme los valores y principios que rigen mi vida.

Agradecer fuertemente a mis asesores de tesis Mg. Chicchon Mendoza, Oscar Guillermo y Dra. Sánchez Ramírez, Luz Graciela por su apoyo, dedicación y profesionalismo para el desarrollo de esta tesis y a la empresa por la confianza.



Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, VILCA CALERO JOSE ANTONIO estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión de Abastecimiento y Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
JOSE ANTONIO VILCA CALERO DNI: 73145413 ORCID: 0000-0002-3168-4535	Firmado electrónicamente por: JVILCAC9 el 03-012024 23:40:42

Código documento Trilce: TRI - 0717530



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CHICCHON MENDOZA OSCAR GUILLERMO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de Abastecimiento y Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023", cuyo autor es VILCA CALERO JOSE ANTONIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 03 de Enero del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CHICCHON MENDOZA OSCAR GUILLERMO DNI: 08478538 ORCID: 0000-0001-6215-7028	Firmado electrónicamente por: OCHICCHONM el 08- 01-2024 18:06:00

Código documento Trilce: TRI – 0717528

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Declaratoria de Originalidad del Autor	iv
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA	13
3.1 Tipo y diseño de investigación	13
3.2 Variables y Operacionalización	14
3.3 Población muestra y muestreo	15
3.4 Técnicas e instrumento de Recolecion de datos.....	16
3.5. Procedimientos	17
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS.....	18
4.1. Análisis descriptivos.....	18
4.2. Análisis Inferenciales	22
V. DISCUSIÓN	26
VI. CONCLUSIÓN.....	32
VII. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tabla cruzada - Gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente.	18
Tabla 2	Tabla cruzada - Gestión de abastecimiento y calidad de servicio.	19
Tabla 3	Tabla cruzada - Gestión de abastecimiento y nivel de satisfacción.	20
Tabla 4	Tabla cruzada - Gestión de abastecimiento y expectativas del cliente. ...	21
Tabla 5	Resultado de pruebas de normalidad	22
Tabla 6	Correlación – Gestión de abastecimiento y Satisfacción del cliente.	23
Tabla 7	Correlación – Gestión de abastecimiento y calidad de servicio.	23
Tabla 8	Correlación – Gestión de abastecimiento y Nivel de satisfacción.	24
Tabla 9	Correlación – Gestión de abastecimiento y Expectativas del cliente.	25

RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo general Determinar la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y la Satisfacción del cliente empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023. La metodología empleada fue de tipo básica, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, nivel descriptivo y correlacional; contó con una población de 180 clientes así mismo la muestra fue de 130 clientes. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento dos cuestionarios, de 20 ítems para gestión de abastecimiento y 20 ítems para satisfacción del cliente. Los datos fueron analizados con estadística descriptiva e inferencial. Los resultados mostraron que el 95,4% considera que la gestión de abastecimiento se encuentra en un nivel medio, el 2,3% considera que es bajo y el 2,3% considera que es alto asimismo el 1,5% considera que la satisfacción del cliente es alta, el 3,8% considera que es bajo y el 94,6% considera que se encuentra en un nivel medio, se concluyó que existe una correlación fuerte y positiva entre las variables de estudio, con un Rho de Spearman 0.880, siendo el p-valor igual a 0.000 aceptando la relación significativa entre la gestión de abastecimiento y la satisfacción del cliente.

Palabras Clave: Abastecimiento, Satisfacción del cliente, calidad de servicio, nivel de satisfacción y expectativa del cliente.

ABSTRACT

The general objective of this study was to determine the relationship that exists between Supply Management and Customer Satisfaction of the importing company Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023. The methodology used was basic, quantitative approach, non-experimental design, cross-sectional, descriptive and correlational level; It had a population of 180 clients and the sample was 130 clients. The survey was used as a technique and two questionnaires as an instrument, with 20 items for supply management and 20 items for customer satisfaction. The data were analyzed with descriptive and inferential statistics. The results showed that 95.4% consider that supply management is at a medium level, 2.3% consider that it is low and 2.3% consider that it is high, and 1.5% consider that the Customer satisfaction is high, 3.8% consider it to be low and 94.6% consider it to be at a medium level, it was concluded that there is a strong and positive correlation between the study variables, with a Spearman's Rho. 0.880, with the p-value equal to 0.000 accepting the significant relationship between supply management and customer satisfaction.

Keywords: Supply management, Customer satisfaction, service quality, level of satisfaction and customer expectation.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en el entorno internacional el fenómeno de la globalización ha facilitado el surgimiento de una economía mundial interrelacionada, incrementando la competencia y la demanda de productos y servicios. así mismo generando una complejidad inherente a este fenómeno esto exige una administración más eficaz, fundamentada en la aceptación de tecnologías de vanguardia, la mejora de los procesos y la cooperación intensiva con los diversos participantes de la cadena de suministro. De este modo, se garantiza una mayor agilidad, adaptabilidad y capacidad para enfrentar los retos y exigencias del mercado global. Examinemos algunos de los efectos más significativos de la globalización en el ámbito logístico (Avendaño et al., 2022). En consecuencia luego de una pandemia el mundo de vio afectado generando un cambio en los sectores del mercado laboral generando una alta competitividad entre las empresas para el incremento de la satisfacción del cliente mediante la mejora de los actores que intervienen en la cadena aplicando tecnología para la mejor toma de decisiones logísticas esto mencionan Anner (2020), Knut et al. (2020) y Blaszczyk et al.(2022). Por ello en el mundo toda empresa líder en el mercado busca siempre la mejora de su gestión de cadena de suministro tales como Colgate-Palmolive, PepsiCo entre otros por ello las herramientas de gestión son una opción que permite que toda empresa genere un incremento en la satisfacción del cliente siendo reflejados en el incremento de la rentabilidad ofreciendo productos a tiempo establecidos (Griswold et al., 2022). Por ello podemos observar que en los últimos años en Latinoamérica el tema del SCM ha tenido un alto incremento de trabajos de investigación por su importancia en el desarrollo de empresas siendo un factor importante de mejora en los procesos logísticos. (Gómez et, al. 2019). Ello lleva a que las empresas aumenten costos en una mejora constante de la logística con una sola finalidad la cual es la satisfacción del cliente el cual se verá reflejado mediante la aceptación de su mercado.

En el ámbito nacional el Perú luego de una pandemia y crisis políticas mostro que su crecimiento se estancó dado que el valor proyectado para el 2022 fue del 3.4% pero tan solo su crecimiento fue su crecimiento 2.68% (Gestión, 2022). Esto ha generado que las empresas inicien una recuperación económica lenta, teniendo

entre los sectores con mayores ingresos las empresas con rubro en comercio y servicios con un 34% y 49% sucesivamente (ComexPerú 2022). Ello conlleva que las pymes en la actualidad buscan ser rentables y buscar ganar un espacio en el mercado donde se desarrollan siendo la gestión de abastecimiento una herramienta la cual empresas líderes en el Perú suelen utilizar para seguir generando liquidez mediante la calidad de servicio que brindan, teniendo entre los más referentes el caso de la empresa Aje Group, pero el porcentaje de empresas que cuentan con un manejo óptimo de la supply chain es tan solo del 34% según (La cámara, 2021). Ello conlleva a que empresas salgan del mercado por ello la satisfacción del cliente es un indicador que toda empresa esta desea ser líder debe implementar dado que en el Perú los clientes suelen evaluar sus experiencias y debido a ello recomendar o cuestionar por la ilimitada forma de publicar o hacer sentir su incomodidad con el uso de la tecnología.

En el ámbito local el rubro de importación de utensilios de artículos publicitarios suelen tener algunos problemas con sus productos dado que estos vienen con defectos entre las cuales se pueden mencionar algunas posibles causas entre las cuales podemos inferir que pueden ser daños causados en el transporte mediante un mal empaquetado del proveedor o por la mala recepción de los productos siendo el primer caso por una falla de fábrica las cuales generarían un retraso y pérdida en factor tiempo, por el contrario si fuera la mala recepción sería pérdida de tiempo y dinero actualmente la empresa importadora corporación Bellagio suele sus productos contar con defectos mínimos pero aun así estas causan la incomodidad de los clientes lo cual genera devoluciones en algunos casos, una disminución en el tiempo de rotación del producto generando gastos en almacenamiento y la poca rotación del producto lo cual genera poca liquidez, por otro lado suele ser muy común recibir productos no solicitados el caso más común son recibir productos en distintos es decir la orden se entregada fue incorrecta por los motivos más comunes los cuales pueden ser colores distintos, cantidades incorrectas a lo solicitado lo cual genera una demora en las entregas a los pedidos ya previstos. Por ello corporación Bellagio una empresa dedicada a la importación de artículos publicitarios que posee un índice considerable clientes que devuelven productos y cancelan pedidos lo cual genera pérdidas económicas mediante la insatisfacción del cliente.

Por ello ante lo mencionado en base a interrogantes a resolver se planteó como PG ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión Abastecimiento y Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023?; así mismo tenemos cómo PE1 ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023?; PE2 ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y Nivel de Satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023?; y PE3 ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y las expectativas del cliente en la importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023?

De esta manera debido a los resultados que se obtendrán esta investigación se justifica bajo tres criterios siendo la primera justificación teórica porque me permite fortalecer el conocimiento sobre la GA y SC como un factor importante para un crecimiento en el mercado (Arias y Coviños, 2021). La presente investigación permitirá apoyar las teorías de la GA como una herramienta para mejorar la SC además se podrá demostrar la existencia de una relación entre la gestión de abastecimiento y la satisfacción del cliente mediante el manejo de indicadores de evaluación y mejora mediante los resultados. Tiene justificación práctica ya que nos va permitir solucionar dificultades prácticas en la empresa (Hernández y Mendoza, 2018). La GA permitirá a la importadora Bellagio EIRL generar una reducción de sobrecostos de traslados por devoluciones esto mejorará su rentabilidad así mismo permitirá que otras entidades puedan aprovechar los beneficios generando ventajas contra otros competidores. Por último, tenemos la justificación metodológica la investigación es básica con un nivel correlacional descriptivo el cual permitirá determinar qué tipo de relación exista entre las variables de estudio así mismo poder ser aprovechadas para su aplicación en otros estudios.

Por lo cual asimismo se tiene como OG: Determinar si existe la relación entre la Gestión Abastecimiento y Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023; y se considera como primer objetivo específico el siguiente: Determinar si existe una relación entre la Gestión de Abastecimiento y calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023; como segundo objetivo específico: Determinar si

existe una relación entre la Gestión de Abastecimiento y nivel de satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023. Y como tercer objetivo específico: Precisar sí existe una relación entre la Gestión de Abastecimiento y las expectativas del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

Finalmente se propone como HG: Existe relación significativa entre la Gestión Abastecimiento y Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023; y como primera hipótesis específica: Existe una relación positiva entre la Gestión de Abastecimiento y calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023; como segunda hipótesis específica: Existe relación positiva entre la Gestión de Abastecimiento y Nivel de Satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023. Y como tercera hipótesis Existe relación significativa entre la Gestión de Abastecimiento y las expectativas del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Para fundamentar la investigación, se realizó un análisis de estudios anteriores a nivel tanto local como global.

En relación a las revisiones literarias tenemos en el marco de investigaciones nacionales tomando en cuenta las variables de estudio tenemos Pazos (2023), en su estudio cuya finalidad fue establecer una relación entre la GA y satisfacción de beneficiarios del programa Qali Warma, en la provincia de Ancash 2023. Desde un punto de vista metodológico, el estudio se clasificó como no experimental, adoptó una perspectiva cuantitativa y su estructura fue de tipo correlacional. De acuerdo con el método de muestreo no probabilístico, se tomó en cuenta a 438 individuos. Los resultados del estudio fueron que el 66,9% de la muestra opina que tiene que la GA está en un nivel regular por otro lado la variable 2 tuvo un nivel regular con 70.8% asimismo se obtuvo que el $r = 0,541$ con un p-valor de 0,000. El autor concluyó en su investigación que hay una relación directa y significativa para lo cual afirma que si una variable disminuye o aumenta ocurrirá lo mismo con la otra variable.

En esa misma línea Chung y Oyague (2021), cuya finalidad fue encontrar el efecto de la GA desde la perspectiva de la norma ISO 20400 sobre la SC en la empresa BBTI SAC, El enfoque de investigación adoptado en este estudio fue descriptiva, correlacional y aplicada, con diseño no experimental, transversal siendo la encuesta la técnica y el cuestionario la herramienta para la recolección a utilizar para la recopilación de data mediante los 37 clientes encuestados. Los resultados encontrados fueron $t = 2.074$ con α del 5% ello llevo a no aceptar la H_0 y sí aceptar H_1 . El autor concluyó de la existencia de una relación directa utilizando la prueba estadística t de student entre GA y SC siendo los resultados significativos. Asimismo, tenemos a Vidaurre (2021), cuya finalidad fue establecer una correlación entre la GA y la satisfacción de pacientes. El estudio fue aplicada con un tipo de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental de nivel correlacional. Los resultados del estudio fueron sobre la gestión de abastecimiento 0.3% pésimo, 0.8% deficiente, 15.4% regular, 62.5% bueno y 20.1% excelente en cambio la satisfacción del cliente se demuestra 2.2% de insatisfacción, 35.2% de satisfacción y 62.6% de complacencia. La investigación concluyó que hay una relación positiva

entre las variables de estudio mostrando una significativa relación directa con un $r = 0.157$, siendo significativo con un p – valor de 0.003. De igual modo Tapullima (2021), tuvo como objeto encontrar una relación existente entre la GA y CS. El tipo investigación utilizada fue básica, teniendo un diseño no experimental y descriptivo correlativo. Los resultados de la investigación fueron medidos para la variable de abastecimiento fueron desde bueno regular y malo teniendo como valor porcentual 36%,34% y 30% respectivamente. Así mismo los datos de la calidad de servicio fueron desde bueno regular y malo siendo los datos obtenidos 44% 36% y 20% respectivamente observándose un mayor grado de relación entre la variable de abastecimiento con la disponibilidad y adquisición de la variable calidad de servicio. El estudio tuvo como conclusión el cual menciona una relación existente entre las variables con el coeficiente de correlación siendo el $r = 0,745$, que corresponde a una conexión favorable con una significancia bilateral 0,000 ($p < 0.05$). En esa misma línea Villegas (2023) cuya finalidad fue encontrar la afinidad entre la GL y SC internos en una universidad pública, La data fue recolectada de una muestra de 274 participantes, utilizando la encuesta como herramienta para la recopilar información. El instrumento que se aplicó para recoger la información fue el cuestionario La investigación realizada fue de naturaleza aplicada con un enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, transversal con un nivel descriptivo correlacional. Los resultados del estudio fueron $r = 0.811$ con un valor significativo $p < 0.05$ lo cual apoyo la aceptación de la hipótesis alternativa. El estudio tuvo como conclusión la existencia de una relación positiva entre las variables de estudio el cual permite mejorar las necesidades del cliente mediante capacitaciones sobre la gestión logística.

Manrique (2018) En su investigación cuyo objeto principal fue establecer la relación que existe entre la GA del programa Qali Warma y la satisfacción de los padres beneficiarios del A.H el Pino. Para ello la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con un método hipotético deductivo con un diseño descriptivo correlacional. Los resultados de la investigación fueron que la gestión del programa se encuentra 42.1% en un nivel adecuado, 55.9% el nivel regular y tan solo el 2% en un nivel inadecuado así mismo a los valores obtenidos del RHO 0.69 de correlación, con un nivel de confianza del 95%. El autor concluyo existe una conexión marcada positivamente entre las variables de estudio. Asimismo, se tiene

a Vidal (2021) cuyo objeto fue encontrar la correlación entre la GL y SC interno en una entidad del estado. Los métodos utilizados en este estudio entran en la categoría de investigación básica, diseño transversal no experimental, nivel de descripción correlacional y métodos cuantitativos. Los resultados de los estudios fueron 0.871 y 0.851 según la tabla de valores del estadístico de Cronbach demostrando ser de fuerte confiabilidad y el coeficiente de correlación fue 0.645. El autor concluyó que existe una relación positiva moderada entre ambas variables. De igual manera Urquiaga (2020) tuvo como objeto establecer la relación entre la GA de bienes y servicios y la calidad de atención al usuario en el hospital III Chimbote de EsSalud en el año 2020. La metodología empleada tuvo un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo correlacional no experimental. Los resultados del estudio obtenidos del coeficiente de correlación fueron muy significativos ($p < 0.01$) y en grado alto $r = 0.800$. la investigación concluyó que existe relación significativa entre las variables gestión de abastecimiento y calidad de la atención. Asimismo, tenemos a Cumpa (2022) tuvo como objeto elaborar una propuesta de la gestión de la cadena de suministro de Ecolodge Huaca de Piedra. Íllimo para incrementar el nivel de servicio. La metodología empleada fue de tipo cuantitativa con alcance descriptivo y diseño no experimenta de corte transversal. Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes, los valores de Alfa de Cronbach de 0.787 y 0.826 siendo valores aceptables, también se obtuvo que los niveles de servicio incrementaron de 91% a un 96%. El estudio concluyó que hubo un incremento de 5,21% mediante la aplicación de la propuesta siendo un margen considerable para la mejora del nivel de servicio.

En referencia a los trabajos internacionales previos revisados se tiene a Flores (2021) cuya finalidad fue establecer hasta que medida la logística integral guarda relación con la SC de los servicios logísticos en Guayaquil. La metodología fue de tipo no experimental, transnacional, correlacional, aplicada y cuantitativa. Los resultados del estudio fueron 0.321 el coeficiente de correlación Tau de Kendall ratificado por la rho Spearman con 0.324 con un p-valor de 0,000. El estudio concluyo que existe una correlación moderada positiva entre las variables. De igual manera Aguilera (2021) cuyo objeto fue la implementación de procesos logísticos en la empresa AVIDIGITAL para medir la SC e incrementar la demanda y generar mayor rentabilidad. La investigación fue de diseño aplicativo con un enfoque

cuantitativo. Los resultados del estudio fueron del 54% de consumidores descontentos por las demoras en las entregas de los pedidos. El autor concluyó que la falta de procesos logísticos influye directamente en la satisfacción de los usuarios lo cual generaría una reducción o aumento en las ventas.

Por otra parte, Madis y Delia (2018) cuyo objeto fue diseñar estrategias de gestión logística para el aumento de la satisfacción de los usuarios en hoteles y posadas del estado de Táchira. La metodología empleada fue de tipo cuantitativa, diseño de campo y nivel descriptivo. Los resultados del estudio fueron que solo el 42.50% de los proveedores cumplen con las necesidades de los procesos, la calidad del servicio cuenta con un 32.50%. El estudio concluyó el implementar actividades logísticas brindara fortalezas y ello llevara al mejoramiento de la calidad del servicio. Asimismo, Ghourrassi y Tigu (2018) cuyo objetivo fue manifestar el impacto de la GL en la SC en pequeñas y medianas empresas industriales argelinas. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, las herramientas a utilizar fueron entrevistas grupales de 4 empresas siendo 22 directivos la muestra para esta investigación. Los resultados del estudio fueron el 27% opinan que un solo un indicador de medición serviría para todos los clientes de una empresa 95.54% opinan la importancia de que los proveedores cuenten con habilidades y conocimientos logísticos. La investigación concluyo que las la importancia de tener un proveedor capaz también concluye que no se puede tener una medición de los clientes con un solo indicador. De igual manera Figueroa (2018) en su trabajo de investigación cuya finalidad fue plantear un modelo logístico para alcanzar una influencia positiva en la satisfacción del cliente en la entidad de estudio, el método utilizado tiene un enfoque cuantitativo, siendo el modelo de estudio descriptivo analítico, tomando una muestra de 381 usuarios y 44 operarios y para el recojo de la data se emplearon como técnica la entrevista e instrumentos las encuestas. El resultado del estudio fue que el 55% de clientes consideran que tienen productos de calidad, el índice de reclamo es de 47.24%, así mismo se obtuvo como resultado mejoras a realizar la empresa según el cliente es 37,5% 22.9% la presentación del producto, 18.8% tiempos de entrega y calidad 8.3%. Por último, la investigación concluyo que los procesos logísticos son un factor indispensable para mejorar las áreas de abastecimiento, despacho y almacenamiento para mejorar el nivel de servicio.

En cuanto a las bases teóricas administrativas para esta investigación debemos mencionar a Taylor (1969) el cual nos menciona cuatro principios, El primer principio establece que cada tarea laboral debe ser analizada para determinar la forma más eficiente de llevarla a cabo. Una vez que se ha definido la tarea, se deben proporcionar instrucciones claras, preferentemente por escrito, a cada empleado sobre cómo realizar su trabajo. El segundo principio sugiere que los empleados deben ser seleccionados basándose en criterios objetivos para maximizar la eficiencia. Posteriormente, estos empleados deben recibir una formación específica y continua para mejorar sus habilidades. El tercer principio resalta la importancia de tener un sistema de control para asegurar que cada tarea se realice según el plan establecido. Finalmente, el cuarto principio destaca la diferencia fundamental entre la planificación y la ejecución. La responsabilidad de elaborar el plan recae en el equipo directivo, mientras que la ejecución del mismo es tarea del empleado.

De igual manera David (2013) nos señala que toda organización busca emplear tácticas como herramientas con la finalidad de lograr metas u objetivos trazados debiendo estas ser implementadas por los principales líderes de cada entidad. Así mismo una teoría a resaltar es la de elección estratégica esta nos menciona que cuenta con una gran influencia en el comportamiento y estructura de la organización siendo 3 argumentos las que determinen principalmente ambiente, tecnología y tamaño de empresa. Child (1972).

En la actualidad la supply chain puede ser vista como la integración de tres funciones clave dentro de una organización: compras, logística y operaciones. Cada una de estas funciones es esencial en cualquier empresa y cada una tiene sus propias métricas. Dado que estas funciones son interdependientes tomar decisiones acertadas en cualquiera de estas áreas requiere coordinación con las otras dos Stanton (2023). La logística percibe todas las actividades relacionadas con el movimiento y almacenamiento de productos. Esta función implica distribución física, almacenamiento, transporte y tráfico. La logística de entrada se refiere a los productos que son enviados a su empresa por sus proveedores. La logística de salida se refiere a los productos que usted envía a sus clientes.

La logística agrega valor porque consigue que un producto llegue donde el cliente lo necesita y cuando el cliente lo quiere. Sin embargo, la logística también tiene un costo. El transporte de productos en barcos, camiones, trenes y aviones tiene un precio. En ese sentido la tecnología es un factor impórtate para la obtención de ventajas contra los competidores del mismo mercado (Porter y Millar, 1985). Los objetivos de la función logística son mover las cosas más rápido, reducir los costos de transporte y disminuir el inventario. Aquí hay algunas formas en que un departamento de logística podría intentar alcanzar estos objetivos:

En cuanto a teorías relacionadas debemos precisar las bases teóricas para la variable 1 gestión de abastecimiento para ello debemos entender que es un proceso de la gestión logística siendo la actividad que abarca la adquisición de bienes y servicios para un óptimo desarrollo de la cadena de suministro. Siendo una de sus funciones la compra, recepción y revisión de los productos adquiridos (Mora 2016). Por otro lado, Diaz (2017) menciona que la gestión de abastecimiento es un factor importante en la cadena de suministro siendo la actividad multidisciplinaria encargada de gestionar requerimientos de bienes o servicios a un tiempo óptimo según la necesidad de la empresa para la satisfacción del cliente lo que conlleva a un aumento de la rentabilidad. En relación con eso la gestión de abastecimiento es una actividad que participa en todas las actividades de la cadena de suministro que tiene como meta la satisfacción del cliente. así mismo Copacino (2019, p.10) menciona que la base estructural de la cadena de suministro de una organización, Integra todas las áreas funcionales como almacenamiento de productos, transporte, etc. Proveedores de la empresa, distribución de producto terminado, negociación y compras al proveedor. Además, está vinculado con otras áreas de la organización como ventas, calidad y gestión. Marketing, finanzas, costes, contabilidad, sistemas informáticos, etc. El objetivo es desarrollar un modelo de trabajo eficiente.

Así mismo para la presente investigación se consideraron para la variable 1 las siguientes dimensiones: Gestión de pedidos Este componente juega un papel crucial en el lapso total necesario para que un cliente obtenga los productos o servicios deseados. Es la acción que inicia el tránsito de la

mercancía mediante la atención con la finalidad de cumplir con los plazos de entrega y asegurar la disponibilidad de acuerdo a las demandas del cliente y con una entrega que satisfaga las expectativas (Díaz, 2017). La Gestión de compras para ello Mora (2023) Es la actividad donde se adquiere bienes y servicios por parte de la entidad con finalidad de garantizar su proceso de producción. Para esta dimensión los factores importantes tomados en cuenta serán la calidad de productos, costo de los productos e índice de compras. Así mismo teniendo como indicadores a los proveedores, gestión de tiempo y la eficiencia de las compras estos vienen siendo estos factores muy importantes para la gestión de compras dado que uno es el socio estratégico de la empresa dado que son los encargados de abastecer de bienes o servicios a la entidad según Mulkhamedjadova (2020, p. 762) menciona la importancia de tener un control del flujo de los productos de una empresa desde su naturaleza generando un nexo proveedor cliente. Asimismo, tenemos como última dimensión la gestión de almacén siendo el área que protege los productos recibidos del proveedor. Para Díaz (2017) lo define como actividad que acumula recursos siendo su objetivo principal controlar, certificar la calidad para luego ser utilizados. Los indicadores a medir son la ubicación y clasificación, rotación de inventario y nivel de stock, nivel de devoluciones.

A continuación, tenemos las teorías relacionadas la variable 2: Satisfacción del cliente, Kotler y Armstrong (2018) Es el grado del estado emocional resultante de la experiencia de adquisición de un bien o servicio siendo una influencia para futuras interacciones comerciales. En la actualidad toda empresa toma como mayor importancia las experiencias de sus clientes dado que saber esto genera una mayor ventaja. Asimismo, Kiseleva et al. (2016) nos define esta variable como nivel emocional percibido siendo uno de los parámetros la felicidad, deleite que refleja el cliente luego de la adquisición de un bien o servicio. Asimismo, Oliva (2021) menciona que es la complejidad de la naturaleza humana es innegable. En esencia, los

seres humanos son una fuente inagotable de necesidades. Al mismo tiempo, son víctimas de su propio descontento e insatisfacción, lo que representa tanto ventajas como desventajas para los vendedores. Aunque promocionar productos que reflejen el deseo de éxito y generen necesidades artificiales puede ser relativamente sencillo, también es un desafío lograr que los clientes se sientan satisfechos con los bienes o servicios que adquieren. La adaptación hedonista tiende a llevar a una desvalorización gradual, a la inconformidad y a la insatisfacción. (Javed y Cheema, 2017)

Por ello la primera dimensión de la segunda variable a utilizarse fue la calidad del servicio nivel Es un concepto dinámico, ya que cada cliente puede tener una percepción diferente de lo que constituye un servicio de alta calidad, y esta percepción suele ser voluble a cambios según contexto o situación. Según Cuong y Long (2020) se refiere a la evaluación de cómo un servicio proporcionado cumple con las expectativas del cliente. Es un elemento fundamental en la designación de la satisfacción del cliente y tiene un impacto directo en la fidelidad del cliente, lo que a su vez afecta el éxito de la empresa siendo sus indicadores de medición la capacidad de respuesta, fiabilidad del servicio, elementos tangibles.

Asimismo, como segunda dimensión Expectativas del cliente lo cual nos menciona Kamali et al. (2021) son las anticipaciones o creencias de un individuo sobre cómo un producto o servicio se desempeñará. Estas expectativas pueden ser influenciadas por una variedad de factores, incluyendo la percepción de la empresa, experiencias pasadas con la empresa, características personales del individuo y recomendaciones de terceros siendo sus indicadores de medición personal calificado, fidelización e índice de reclamos. Por lo tanto, tenemos como tercera dimensión a niveles de satisfacción el cual se basa en la comparación entre las expectativas y la percepción real del desempeño del producto o servicio el cual el cliente ha adquirido. Si las expectativas se cumplen o se superan, el cliente se siente satisfecho; de lo contrario, puede quedar insatisfecho. (Kotler y Armstrong

2018) por ello se tiene como tercera dimensión Nivel de satisfacción mencionan que la base para mejorar la calidad es prestar atención al nivel de satisfacción y la uniformidad de la calidad del servicio. Siempre la satisfacción está determinada por la percepción del cliente, las empresas deben medir periódicamente. Los clientes evalúan si el precio pagado por un producto o servicio es razonable en relación con los beneficios obtenidos. Si siente que obtiene lo que pagó, es más probable que esté satisfecho. así mismo la manera en que es atendida en el transcurso de la obtención del bien o servicio.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de Investigación

Esta investigación es básica, dado que se busca incrementar teorías y conocimientos. Según Arias y Coviños (2021) esta se encarga de dar un aporte relevante a la investigación dando un aporte teórico asimismo se esfuerza por comprender la realidad y los fenómenos naturales, con el objetivo de aportar herramientas para enfrentar desafíos constantes de la humanidad.

la investigación tiene un enfoque cuantitativo, dado que permite medir las variables a través de valores numéricos y un proceso estadístico descriptivo, a través de datos obtenidos de instrumentos. Según lo menciona Arias et al (2022) este enfoque se enfoca en recolección de datos para responder las diferentes hipótesis planteadas.

3.1.2 Diseño de investigación

Esta investigación es de diseño no experimental y de corte transversal. “Es la investigación que no manipula las variables, lo que hace es observar el fenómeno al natural, la data recolectada es en un tiempo único”. (Gómez, 2016), con alcance correlacional es la asociación de las variables mediante un patrón predecible, teniendo como finalidad dar a conocer las relaciones o grados que exista entre las variables. (Sampieri et al. 2014)

3.2 Variables y Operacionalización

3.2.1 Gestión de abastecimiento

Definición conceptual: Es el proceso de la gestión logística que abarca la adquisición de bienes y servicios para un óptimo desarrollo de la cadena de suministro. Siendo una de sus funciones la compra, recepción y revisión de los productos adquiridos. (Mora, 2023)

Definición operacional: Es la acción que realiza una empresa mediante la cual adquiere sus insumos para el continuo y adecuado funcionamiento, por ello la gestión de abastecimiento se mide con 20 ítems mediante las dimensiones gestión de productos, Gestión de compras y Gestión de almacenamiento.

Indicadores: Proporciona la cuantificación de la variable en cuestión, para la D1 tenemos como indicadores: Disponibilidad, órdenes recibidas, ordenes atendidas. De igual manera para la D2 tenemos los indicadores: evaluación de proveedores, gestión de tiempo y eficiencia de compras. Por último, la D3 muestra los indicadores: ubicación y clasificación, rotación de inventario y nivel de stock.

Escala de medición: ordinal

3.2.2 Satisfacción del cliente

Definición conceptual: Es la reacción del consumidor como respuesta a una experiencia cognitiva al realizar la adquisición de un bien o servicio, siendo el rango del rendimiento interpretado por las expectativas del comprador. (Kotler y Armstrong, 2018)

Definición operacional: es el parámetro de un servicio brindado, por ello La satisfacción del cliente se mide con 20 ítems mediante las dimensiones calidad de servicio y nivel de satisfacción y expectativas del cliente.

Indicadores: Proporciona la cuantificación de la variable en cuestión, para la D1 tenemos como indicadores: capacidad de respuesta, fiabilidad del servicio, elementos tangibles. De igual manera para la D2 tenemos los indicadores: percepción, calidad y recomendación. Por último, la D3 muestra los indicadores: personal calificado, fidelización e índice de reclamos.

Escala de medición: ordinal

3.3 Población muestra y muestreo

3.3.1 Población: La población para esta investigación fue compuesta por 195 clientes. de acuerdo a Ñaupás et al. (2018) Nos plantea que la población es un conjunto de elementos o sujetos significantes que pueden ser sujetos de un estudio o elemento de investigación luego de cumplir ciertos criterios. De la misma manera Pimienta et al. (2018) la población puede ser finita o infinita, siendo los elementos de estudio deben compartir caracteres similares dado que el fenómeno cuantificara la investigación.

- **Criterio de inclusión:** Se consideró a los clientes que estén inscritos en el registro de datos de la compañía y que hayan comprado en el ultimo trimestre del 2023, así mismo deben ser personas natural o jurídica.
- **Criterio de Inclusión:** No se tomó en cuenta a clientes que no hayan comprado en el último trimestre del 2023 de igual manera a los clientes que no estén inscritos en el registro de datos de la compañía y que no sean persona natural o jurídica.

3.3.2 Muestra: El tamaño de la muestra para esta investigación fue compuesto por 130 clientes y determina por la fórmula de población finita. (Anexo 7) De acuerdo con, Hernández y Mendoza (2018) el cual menciona que la muestra es el fragmento distintivo de la población de estudio el cual cuentan con características similares por lo cual será el reflejo del total. Para la obtención de la muestra se aplicó un muestreo no probabilístico.

3.3.3 Muestreo: Para esta investigación se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia dado que permitirá facilitar el desarrollo de resultados asimismo estas tengan las mismas características. Para Ñaupás et al. (2018) los muestreos no probabilísticos son técnicas que seleccionan elementos que serán muestra asimismo no dependen de la probabilidad sino depende de los propósitos del autor siendo la característica de la investigación la que mejor se adapte.

3.3.4 Unidad de análisis: Un cliente que realizo compras el último trimestre de la empresa importadora Bellagio.

3.4 Técnicas e instrumento de Recolecion de datos

Son procedimientos y recursos los cuales nos permiten obtener información o data con ciertas particularices para la verificación de las hipótesis (Ñaupas et al., 2018). Para esta investigación, la técnica para el proceso de recolección de data obtenida por la muestra fue la encuesta. López-Roldán & Fachelli (2015) enuncian que la encuesta es una herramienta primordial que es usada para recolectar data de una población o universo con la finalidad de obtener el juicio de un tema o interrogante de manera metódica. Por ello la presente investigación realizo 248 encuestas para los clientes de la empresa de estudio. En esa misma línea, Pimienta et al. (2018) nos menciona que es una técnica basada en elaboraciones de cuestionarios con la finalidad de reunión de información dando a conocer los juicios de la población de estudio sobre el tema o discusión.

Por otro lado, los instrumentos son herramientas que construyen data con la finalidad de dar estructura a una variable cuyo propósito dar a conocer opiniones de la población de estudio (Ñaupas et al., 2018). Para esta investigación, se utilizó como instrumento el cuestionario con el propósito de recolectar las opiniones de los clientes mediante ítems establecidos por el autor mediante conceptos de temas de análisis de inferencia. Entonces, el cuestionario estuvo formado por una cadena de interrogantes dividido por las variables GA y SC contando con 20 interrogantes cada una, siendo un total de 40interrogantes así mismo en este caso, el cuestionario manejado tendrá una estructura de la escala ordinal.

Para la validación de los instrumentos de recolección de datos se utilizó el método juicio de expertos (Método Delphi), para ello se entregó para su revisión y calificación a profesionales expertos y con una amplia experiencia en el tema. (Anexo 4)

La confiabilidad de las encuestas, GA y SC, se estableció utilizando el coeficiente de alfa, con valores de 0,932 y 0,889 respectivamente (Anexo 3). Estos permitieron evaluar la consistencia y coherencia de los instrumentos, demostrando su fiabilidad para la recopilación de información. Según Sampieri et al. (2018), la fiabilidad es un aspecto de precisión en la medición y su estabilidad a lo largo del tiempo, lo que hace esencial que las mediciones realizadas con el instrumento sean válidas y confiables estos datos deben ser más cercanos a 1.

3.5. Procedimientos

Primero se identificó una problemática, luego se solicitó el permiso a la empresa mediante una carta de autorización luego se utilizó el instrumento de recolección de data el cual fue una encuesta física a la población de los clientes, la empresa solicitará los permisos necesarios para recibir respuestas o cooperación de todos los participantes. Luego se identificarán y examinarán los puntos de cada tema. Después de recibir el permiso de la empresa, se realizará una encuesta a los clientes al momento del recojo de sus pedidos. Después de completar la encuesta, la información recopilada se compilará en una planilla de cálculo de Excel como referencia luego de ser completada la encuesta se ingresará en hoja de cálculo del software SPSS27 para la obtención de resultado luego para ser contrastadas con los estudios previos investigados en la base teórica de igual manera se planteó las conclusiones y recomendaciones.

3.6. Método de análisis de datos

Para el análisis de la data obtenida y sintetizada se utilizó la estadística descriptiva para la obtención de frecuencias y porcentajes para la interpretación de las variables y dimensiones, asimismo se manejó la prueba de Kolmogórov-Smirnov para la contratación de las hipótesis para ello se inició estimando la normalidad para lo cual luego el estadístico adecuado fue el Rhode Spearman, tomando valores inferenciales ($\text{sig} < 0,05$) consideraran significativos. (Geoige y Mallery, 2020). Para la realización de esta actividad de manejo el Excel y el IBM SPSS Statistics 27 como instrumento procesador.

3.7. Aspectos éticos

Desde el panorama ético, esta investigación siguió los criterios establecidos en la séptima edición (APA) para la fundamentación teórica, garantizando el decoro a las opiniones manifestadas por los autores citados y la inclusión de referencias en el trabajo de investigación. Así mismo, también se cumplió los principios ceñidos en la guía N°062-2023-VI-UCV. Por ello las respuestas de las unidades analíticas serán tratadas de forma confidencial y protegidas en todo momento dado que se cuenta con la autorización de la entidad de estudio. Además, se hará con rigor metodológico, pero igualmente con compromiso y respeto por los sujetos de investigación y los elementos éticos que rigen cualquier actividad científica.

Finalmente, no existe ningún conflicto de beneficios en su ejecución y de igual manera se cuenta con la autorización de la empresa para poder utilizar su nombre y data para que esta investigación se ejecute con datos reales.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivos

Los resultados mostrados para ser analizados fueron obtenidos de cuarenta preguntas mediante

OG

Determinar la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y la Satisfacción del cliente empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

Tabla 1

Tabla cruzada - Gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente.

			Satisfacción del Cliente			Total
			Alto	Bajo	Medio	
Gestión de Abastecimiento	Medio	Recuento	1	3	120	124
		% del total	0,8%	2,3%	92,3%	95,4%
	Bajo	Recuento	0	2	1	3
		% del total	0,0%	1,5%	0,8%	2,3%
	Alto	Recuento	1	0	2	3
		% del total	0,8%	0,0%	1,5%	2,3%
Total	Recuento	2	5	123	130	
	% del total	1,5%	3,8%	94,6%	100,0%	

Nota: Autoría propia – SPSS – 26

En la tabla N°1, se visualiza que de los 130 encuestados el 95,4% considera que la gestión de abastecimiento se encuentra en un nivel medio, el 2,3% considera que es bajo y el 2,3% considera que es alto asimismo el 1,5% considera que la

satisfacción del cliente es alta, el 3,8% considera que es bajo y el 94,6% considera que se encuentra en un nivel medio, por ello la opinión de los clientes es que la GA de la empresa es medio por tanto su satisfacción también es medio.

OE

OE1: Determinar la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y la calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

Dimensión 1: Calidad de servicio,

Esta dimensión consta de 8 preguntas las cuales están divididas en 3 grupos las cuales han sido por tres indicadores.

Tabla 2

Tabla cruzada - Gestión de abastecimiento y calidad de servicio.

		Calidad de Servicio			Total	
		Alto	Bajo	Medio		
Gestión de Abastecimiento	Medio	Recuento	4	4	116	124
		% del total	3,1%	3,1%	89,2%	95,4%
	Bajo	Recuento	0	3	0	3
		% del total	0,0%	2,3%	0,0%	2,3%
	Alto	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	2,3%	2,3%
Total	Recuento	4	7	119	130	
	% del total	3,1%	5,4%	91,5%	100,0%	

Nota: Autoría propia – SPSS – 26

En la tabla N°2, se visualiza que de los 130 encuestados el 95,4% considera que la gestión de abastecimiento se encuentra en un nivel medio, el 2,3% considera que es bajo y el 2,3% considera que es alto asimismo el 3,1% considera que la calidad de servicio es alta, el 5,4% considera que es bajo y el 91,5% considera que se encuentra en un nivel medio, por ello la opinión de los clientes es que la gestión de abastecimiento de la empresa es medio por tanto su calidad de servicio también es medio.

OE2: Determinar la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y el nivel de satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

Dimensión 2: Nivel de satisfacción

Esta dimensión consta de 6 preguntas las cuales están divididas en 3 grupos las cuales han sido por tres indicadores.

Tabla 3

Tabla cruzada - Gestión de abastecimiento y nivel de satisfacción.

		Nivel de Satisfacción			Total	
		Alto	Bajo	Medio		
Gestión de Abastecimiento	Medio	Recuento	4	7	113	124
		% del total	3,1%	5,4%	86,9%	95,4%
	Bajo	Recuento	0	3	0	3
		% del total	0,0%	2,3%	0,0%	2,3%
	Alto	Recuento	2	0	1	3
		% del total	1,5%	0,0%	0,8%	2,3%
Total	Recuento	6	10	114	130	
	% del total	4,6%	7,7%	87,7%	100,0%	

Nota: Autoría propia – SPSS – 26

En la tabla N°3, se observan que de los 130 encuestados el 95,4% considera que la gestión de abastecimiento se encuentra en un nivel medio, el 2,3% considera que es bajo y el 2,3% considera que es alto asimismo el 4,6% considera que el nivel de satisfacción es alto, el 7,7% considera que es bajo y el 87,7% considera que se encuentra en un nivel medio, por ello la opinión de los clientes es que la gestión de

abastecimiento de la empresa es medio por tanto su nivel de satisfacción también es medio.

OE3: Determinar la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y las expectativas del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

Dimensión 3: Expectativas del cliente

Esta dimensión consta de 6 preguntas las cuales están divididas en 3 grupos las cuales han sido por tres indicadores.

Tabla 4

Tabla cruzada - Gestión de abastecimiento y expectativas del cliente.

		Expectativas del Cliente			Total	
		Alto	Bajo	Medio		
Gestión de Abastecimiento	Medio	Recuento	3	3	118	124
		% del total	2,3%	2,3%	90,8%	95,4%
	Bajo	Recuento	0	2	1	3
		% del total	0,0%	1,5%	0,8%	2,3%
	Alto	Recuento	1	0	2	3
		% del total	0,8%	0,0%	1,5%	2,3%
Total	Recuento	4	5	121	130	
	% del total	3,1%	3,8%	93,1%	100,0%	

Nota: Autoría propia – SPSS – 26

En la tabla N°4, se visualiza que de los 130 encuestados el 95,4% considera que la gestión de abastecimiento se encuentra en un nivel medio, el 2,3% considera que es bajo y el 2,3% considera que es alto asimismo el 3,1% considera que el nivel de satisfacción es alto, el 3,8% considera que es bajo y el 93,1% considera que se encuentra en un nivel medio, por ello la opinión de los clientes es que la gestión de

abastecimiento de la empresa es medio por tanto las expectativas del cliente también es medio.

4.2. Análisis Inferenciales

Con la finalidad de realizar un diagnóstico de cómo se distribuye la muestra, se ha implementado una prueba de normalidad. Esta prueba se basa en el método de Kolmogórov-Smirnov dado que se aplica a conjuntos de datos que contienen más de 50 elementos. (Romero-Saldaña, 2016)

Pruebas de normalidad

Ho: Sig. > 0,05 Los datos poseen una distribución normal

Ha: Sig. < 0,05 Los datos no poseen una distribución normal.

Tabla 5

Resultado de pruebas de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de Abastecimiento	,138	130	,000
Calidad de Servicio	,183	130	,000
Nivel de Satisfacción	,179	130	,000
Expectativas del Cliente	,222	130	,000
Satisfacción del Cliente	,117	130	,000

Nota: Autoría propia – SPSS – 26

Análisis: En la tabla 5 podemos visualizar que los resultados obtenidos de la prueba Kolmogórov-Smirnov son < a 0.05 esto implica que se acepta la hipótesis alterna lo cual nos menciona que las variables y dimensiones partícipes no poseen una distribución normal para lo cual se utilizara prueba no paramétrica del Rho Spearman.

HG:

Ha: Existe relación significativa entre la Gestión Abastecimiento y la Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

Ho: NO existe relación significativa entre la Gestión Abastecimiento y la Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

Tabla 6*Correlación – Gestión de abastecimiento y Satisfacción del cliente.*

		Gestión de Abastecimiento	Satisfacción del Cliente
Gestión de Abastecimiento	Correlación Pearson	1,000	,880**
	Sig. bilateral	.	,000
	N	130	130
Satisfacción del Cliente	Correlación Pearson	,880**	1,000
	Sig. bilateral	,000	.
	N	130	130

Nota: Autoría propia – SPSS – 26

Análisis: En relación a la tabla 6, observamos la existencia de una correlación alta con un $r = 0.880$ con base en la significancia bilateral que es 0.00 damos por aceptado y confirmado la hipótesis de la investigación el cual afirma que Existe relación significativa entre la Gestión Abastecimiento y la Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

HE 1:

Ha: Existe relación significativa la Gestión de Abastecimiento y la calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

Ho: NO existe relación significativa la Gestión de Abastecimiento y la calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

Tabla 7*Correlación – Gestión de abastecimiento y calidad de servicio.*

		Gestión de Abastecimiento	Calidad de Servicio
Gestión de Abastecimiento	Correlación Pearson	1,000	,735**
	Sig. bilateral	.	,000
	N	130	130
Calidad de Servicio	Correlación Pearson	,735**	1,000
	Sig. bilateral	,000	.

N	130	130
---	-----	-----

Nota: Autoría propia – SPSS – 26

Análisis: En relación a la tabla 7, observamos la existencia de una correlación alta con un r 0.735 con base en la significancia bilateral que es 0.00 damos por aceptado y confirmado la hipótesis específica de la investigación el cual afirma que Existe relación significativa entre la Gestión Abastecimiento calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

HE 2:

Ha: Existe relación significativa la Gestión de Abastecimiento y el nivel de satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

Ho: NO existe relación significativa la Gestión de Abastecimiento y el nivel de satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

Tabla 8

Correlación – Gestión de abastecimiento y Nivel de satisfacción.

		Gestión de Abastecimiento	Nivel de Satisfacción
Gestión de Abastecimiento	Correlación Pearson	1,000	,864**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	130	130
Nivel de Satisfacción	Correlación Pearson	,864**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	130	130

Nota: Autoría propia – SPSS – 26

Análisis: En relación a la tabla 8, nos muestra correlación alta con un r 0.864 con base en la significancia bilateral que es 0.00 damos por aceptado y confirmado la hipótesis específica de la investigación el cual afirma que Existe relación significativa entre la Gestión Abastecimiento y el nivel de satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

Hipótesis Específica 3:

Ha: Existe relación significativa la Gestión de Abastecimiento y Expectativas del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

Ho: NO existe relación significativa la Gestión de Abastecimiento y Expectativas del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

Tabla 9

Correlación – Gestión de abastecimiento y Expectativas del cliente.

		Gestión de Abastecimiento	Expectativas del Cliente
Gestión de Abastecimiento	Correlación Pearson	1,000	,751**
	Sig. bilateral	.	,000
	N	130	130
	Expectativas del Cliente		
Expectativas del Cliente	Correlación Pearson	,751**	1,000
	Sig. bilateral	,000	.
	N	130	130
	Gestión de Abastecimiento		

Nota: Autoría propia – SPSS – 26

Análisis: En relación a la tabla 9, nos muestra una correlación alta con un r 0.751 con base en la significancia bilateral que es 0.00 damos por aceptado y confirmado la HE de la investigación el cual afirma que Existe relación significativa entre la GA y Expectativas del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.

V. DISCUSIÓN

En el transcurso de esta investigación, para facilitar una discusión adecuada de los datos obtenidos, se llevó a cabo una revisión minuciosa de varias fuentes con la finalidad de recopilar antecedentes vinculados a las variables de GA y SC. A continuación, se elaboró una matriz de operacionalización que abarcó las dimensiones, indicadores, ítems y categorías para cada variable examinada en este estudio. Al cotejar estos descubrimientos con el marco teórico, se detectaron similitudes y diferencias en relación a estudios anteriores sobre el mismo tema. Esta comparación ofreció una perspectiva más integral y contextual de los resultados obtenidos en este estudio.

En relación con la HG: Se infiere de los resultados obtenidos de una muestra de 130 clientes, que existe correlación entre la gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente en la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL, Lince 2023. Siendo comprobada con el $r = 0,880$ con un valor $p = 0,000$ de esta manera se concluyó que existe una existencia de una correlación fuerte y positiva. En esa línea con lo planteado por Pazos (2023) quien nos menciona que la en el programa Qali Warma tiene un nivel medio según la percepción de los padres encuestados asimismo se obtiene que el nivel de satisfacción del cliente también tiene un nivel medio teniendo una relación moderada con un $r = 0.541$ y con un valor $p = 0,000$. Estos resultados muestran vínculos positivos entre la GL y la SC asimismo muestran parecidos en metodología y el uso de la herramienta de recolección de dato el cuestionario en ambas investigaciones enfocando las preguntas a las variables de estudio. Del mismo modo en un estudio desarrollado por Vidaurre (2021) el cual llegó a la conclusión de una relación positiva y directa entre las variables GA y SC con $r = 0,157$ y con un valor $p = 0,003$. Mostrando coincidencias con esta investigación en lo metodológico, enfoque y el instrumento utilizado.

Podemos afirmar luego de una interpretación con lo planteado anteriormente que un adecuado manejo de la GA permitirá mejorar la SC mediante una comprensión de necesidades del consumidor y la exploración de la comprensión necesaria para así adoptar enfoques prácticos para la generación de ventajas competitivas (Copacino, 2019). Estos enfoques pueden verse reflejados en la

disponibilidad y variedad de productos, también en brindar productos de calidad con una respuesta oportuna y eficiente, en síntesis, el adecuado manejo de la gestión de abastecimiento garantiza productos variados y disponibles gracias a una compra oportuna, calidad de los productos gracias a buenos proveedores asimismo un buen almacenamiento y rotación de los productos. Todo ello conlleva a que el cliente disfrute de una experiencia satisfactoria y con ello incrementa su satisfacción en consecuencia la empresa generara una mayor rentabilidad. De igual manera Kotler y Armstrong (2018) nos menciona que la satisfacción del cliente es un factor importante para la obtención de beneficios económicos de una empresa mediante el cumplimiento de un buen desempeño al momento de la adquisición de un producto buscando cubrir las expectativas del comprador en cuanto a calidad, precio, tiempo de respuesta entre otros factores que generen una lealtad de los consumidores.

En referencia a la HE 1: Si existe relación significativa la Gestión de Abastecimiento y la calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023. Se infiere de los resultados obtenidos de la muestra que existe una correlación siendo comprobada con un $r = 0,735$ con un $p\text{-valor}=0.000$ de esta manera se demuestra que existe una correlación fuerte y positiva y se acepta la hipótesis alterna. En similitud con lo planteado por Tapullima (2021) concluye en su investigación básica la existencia de una relación positiva entre la gestión de abastecimiento y la calidad de servicio con Rho Spearman $0,745$ con un $p = 0,000$. También en esa línea Urquiaga (2020) concluye en su investigación cuantitativa que existe una relación positiva y muy fuerte entre sus variables gestión de abastecimiento y calidad de atención con un $r = 0.8000$ y un $p\text{-valor} = 0.01$. Estos resultados muestran vínculos positivos entre la GA y CS. Así mismo se observa similitudes en los resultados mostrando correlaciones entre la GA y CS.

Así mismo en base a lo comparado se puede inferir que la GA mejora la CS mediante la capacidad de respuesta de las empresas, también la fiabilidad de sus servicios y un adecuado manejo de los elementos tangibles. En efecto según Cuong y Long (2020) se refiere a la calidad de servicio como una evaluación que brinda el cliente a un servicio brindado mediante el cumplimiento de su orden siendo un

factor la puntualidad, confianza del servicio, y áreas adecuadas para una experiencia positiva la cual tiene un impacto directo con la satisfacción y fidelización del cliente. De igual manera (Mora, 2016) nos menciona que la gestión de abastecimiento permite a la empresa generar una mayor velocidad de respuesta de las áreas de ventas para con los clientes mediante un buen registro de la rotación de inventarios y de la misma manera el buen registro y clasificación de productos que optimicen el control del nivel de existencia. Ello muestra la importancia de una buena GA para mejorar la CS por ello esto permitirá minimizar los periodos mediante las soluciones rápidas y acertadas de los colaboradores hacia los clientes.

Por otro lado, en referencia a la HE 2: Si existe relación significativa la Gestión de Abastecimiento y el nivel de satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023. Encontramos en los resultados inferenciales obtenidos un $r = 0.864$ y un $p\text{-valor} = 0,000$ de igual manera en los resultados descriptivos se obtuvieron que el 94,5% considera que la gestión de abastecimiento se encuentra en un nivel medio asimismo el nivel de satisfacción se encuentra 7,7% bajo, 87,7% medio y 4,6% alto, de esta manera se concluyó que existe una correlación positiva y altamente fuerte por consiguiente se acepta la hipótesis alterna. No obstante Chung y Oyague (2021) en su investigación evidencia que los resultados obtenidos fueron $t = 2.074$ con un nivel de significancia del 5% ello llevo a rechazar H_0 y aceptar H_1 , asimismo mostro resultados descriptivos los cuales fueron que los 37 encuestados consideran 51.35% excelente, 27,03% muy bueno, 16,22 bueno y tan solo el 6% deficiente que una adecuada administración de la GA influye positivamente con el nivel de satisfacción. De igual manera concuerda con el estudio correlacional realizado por Flores (2021) el cual mostro como resultado un $r = 0.324$ con un $p\text{-valor} = 0,000$ concluyendo que existe una correlación positiva moderada entre las variables. Estos resultados nos muestran vínculos positivos y fuertes entre la GA y nivel de satisfacción.

Por lo mencionado anteriormente se fundamenta con Kotler y Armstrong (2018) el cual se refiere al nivel de satisfacción como la percepción del cliente la cual está basada en la calidad del producto, precio lo cual genera una evaluación de un balance entre el costo sobre el valor obtenido y esto conlleva a una interacción con la entidad Igualmente, Mora (2023) menciona que la elección

correcta de proveedores permite obtener productos de calidad, menor tiempo de espera asimismo facilita la logística inversa y garantiza precios estables permitiendo la disminución de merma o productos dañados. En base a lo expuesto podemos afirmar que una percepción positiva del cliente sobre el servicio genera un incremento en la satisfacción del cliente esto vería generado mediante un buen manejo de la gestión logística dado que permitirá tener un precio acorde al mercado sin verse afectado la calidad del producto asimismo esto generaría que exista altas posibilidades de que el cliente recomiende a la empresa a conocidos generando un incremento en las ventas.

Por otro lado, en referencia a la HP 3: Si existe relación significativa entre la Gestión de Abastecimiento y las expectativas del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023. Se demostró mediante los resultados inferenciales obtenidos la existencia de una correlación con un Rho de Spearman 0,751 y un p-valor = 0,000 de igual manera en los resultados descriptivos se observa que la gestión de abastecimiento tiene un nivel bajo de 2,3%, nivel medio 95,4% y un nivel alto de 2,3% así mismo se obtuvo que el nivel de satisfacción tiene un nivel bajo de 3,8%, medio 93,1 y alto 3,1% en consecuencia se concluye que existe una correlación positiva y fuerte por lo tanto se acepta la hipótesis alterna. En contraste con lo planteado por Manrique (2018) el cual mostro como resultado inferencial de su investigación un $r = 0,679$ con un p-valor = 0,000 y como resultado descriptivo muestran que la gestión de abastecimiento se encuentra en 2,0% nivel inadecuado, 55,9% nivel regular y 42,1% nivel adecuado del mismo modo la satisfacción del cliente se encuentra en 2,0% insatisfecho, 56,6% medianamente satisfecho y 41,4% satisfecho llegando a la conclusión de una correlación media positiva. de igual manera concuerda con Vidal (2021) concluye en su investigación Pura que existe una correlación positiva moderada entre las variables gestión logística y satisfacción del cliente con un $r = 0,645$ y con un p-valor = 0,000. Estos resultados nos muestran vínculos positivos entre la gestión de abastecimiento y expectativas del cliente.

Así mismo en base a lo comparado la GA tiene relación positiva a las expectativas del cliente. Ante lo mencionado se fundamenta con Kamali et al. (2021) el cual se refiere a las expectativas del cliente como una variedad de factores

influyentes en la percepción de las creencias, de los individuos sobre el servicio o producto adquirido generando reclamos o fidelización. Por otro lado, Diaz (2017) nos comenta que la GA genera una ventaja competitiva esta puede ser determinada por un diseño adecuado de la gestión de abastecimiento. Esto puede proporcionar un gran beneficio sobre los competidores, ya que puede resultar en una reducción del tiempo de retraso en la entrega del producto al consumidor final, la posibilidad de resolver problemas de la cadena, o simplemente una reducción de costos cumpliendo expectativas de los compradores. Estos factores pueden reflejarse en una ventaja en el precio final del producto en comparación con la competencia. En base a lo expuesto podemos afirmar que el un buen manejo de la gestión de abastecimiento permitirá cumplir las expectativas del cliente y ello generará un incremento en la satisfacción del cliente mediante la percepción de personal capacitados, servicios que cubren las necesidades del comprador y una mejora continua mediante la toma de una crítica constructiva de los libros de reclamaciones o quejas de los clientes.

Por otro lado, existieron ciertas limitaciones para el desarrollo de esta investigación las cuales fueron la poca disponibilidad de los encuestados esto limitaba y generaba retrasos en la recolección de los datos para generar los resultados, lo cual se pudo resolver mediante visitas en algunos casos en otros se aprovechaba los tiempos de espera del empaque del producto lo cual pudo solucionar el inconveniente y poder lograr la muestra. Asimismo, otro factor limitante fue el acceso restringido a informaciones en inglés para lo cual la búsqueda de datos en i para completar el marco teórico para lo cual se solucionó adquiriendo un acceso a una plataforma en línea.

La presente investigación tiene un aporte metodológico dado que pretende contribuir a investigaciones futuras sea nivel nacional o internacional, sobre la GA y la relación con la SC. Teniendo como elementos esenciales la calidad de servicio, nivel de satisfacción y expectativa del cliente. Así mismo cuenta con un instrumento de recolección de dato diseñado para las características de la población de estudio de manera que sea compatible con investigaciones futuras ayudando y siendo guía modelo para estas.

Por otro lado, la presente investigación tiene un aporte teórico dado que permite identificar modelos o tendencias con la data obtenida, asimismo facilita

información de las variables para futuras investigaciones más profundas. Ello permitirá a empresas o estudiantes a diseñar estrategias de mejora de la GA de modo que deseen mejorar la SC. La cual sugiere la existencia de una correlación positiva y fuerte así mismo permitirán un mejor entendimiento de estas variables mediante las explicaciones de los conceptos e ideas referentes a estas.

Del mismo modo, la presente investigación tiene un aporte económico dado que permite identificar posibles soluciones a problemas con los datos obtenidos esto conlleva a tener un mejor panorama para futuras tomas de decisiones y minimizar la incertidumbre de tal modo que generen una mayor rentabilidad en empresas que busquen una mejora mediante de la GA. Teniendo como elementos esenciales la mejora del área de almacén reduciendo las incidencias por malas rotaciones, el área de compras generando ahorro mediante buenas cotizaciones y estrategias de igual manera reduciendo reprocesos al momento de entregar pedidos.

la presente investigación nos ha permitido establecer relaciones entre la GA y la SC para poder establecer posibles acciones de mejora que garanticen a la empresa un crecimiento o cumplimiento de las metas establecidas así mismo poder reducirla incertidumbre ante una toma de decisión importante por parte del gerente general de la empresa importadora corporación Bellagio y genere una reducción en su merma de productos, reducción de devoluciones y un incremento en la aceptación y aprobación de sus clientes. Por tal motivo este estudio genera que la importadora Bellagio mejore sus ventajas competitivas.

VI. CONCLUSIONES

Primero, referente al objetivo general, se determinó mediante la percepción de los clientes encuestados que la GA y la SC en la empresa Bellagio se encuentra en un nivel medio 95,4% y 94,6% sucesivamente por ello se refleja una relación la cual se confirma con una correlación positiva y fuerte con un $r = 0,880$ y un p-valor de 0,000. Por lo tanto, se concluye que el resultado acepta la hipótesis alterna esto conlleva a afirmar que al incrementar la GA asimismo la SC de la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL sufrirá un incremento.

Segundo, asimismo referente al objetivo específico 1 se determinó mediante la percepción de los clientes encuestados que la GA y la CS en la empresa Bellagio se encuentra en un nivel medio 94.5% y 91.5% sucesivamente por ello se refleja una relación positiva y fuerte con un $r = 0,735$ y con una significancia de 0,000. Por lo tanto, se concluye que el resultado desestima la hipótesis nula lo cual conlleva a afirmar que al sufrir un cambio la GA se verá afectada la CS de la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL.

Tercero, en ese mismo contexto referente al objetivo específico 2 se determinó mediante la percepción de los clientes encuestados que la GA y el nivel de satisfacción en la empresa Bellagio se encuentra en un nivel medio 94.5% y 87.7% sucesivamente por ello se refleja que la variable de GA y la dimensión nivel de satisfacción tienen una relación positiva y fuerte con un $r = 0,864$ y con una significancia de 0,000. Por lo tanto, se concluye que el resultado admite la hipótesis alterna de tal manera se puede afirmar que al verse un incremento en la gestión de abastecimiento el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL también incrementara.

Cuarto, para finalizar referente al objetivo específico 3 se determinó mediante la percepción de los clientes encuestados que la GA y las expectativas del cliente en la empresa Bellagio se encuentra en un nivel medio 94.5% y 91.5% sucesivamente por ello se refleja que la GA y la dimensión expectativa del cliente tienen una relación positiva y fuerte con un Rho de Spearman = 0,751 y con una significancia de 0,000. Esto infiere que las variables que a medida que la gestión de abastecimiento aumente también se incrementara proporcionalmente las expectativas del cliente de la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL.

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se detallan a continuación, son basándose en la información valiosa obtenidas significativamente de nuestras conclusiones, lo que nos facilita proponer sugerencias pertinentes para iniciativas futuras.

Primera, Se recomienda al gerente general de la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL a implementar mejoras en la gestión de abastecimiento implementando herramientas que permitan mejorar la disponibilidad y verificación de los pedidos también manejar un adecuado reporte de su stock y rotación de productos asimismo realizar requerimientos con anticipación con sus proveedores dado que quedo demostrado en esta investigación la relación significativa que tiene la gestión de abastecimiento con la satisfacción del cliente. De esta manera garantizar una ventaja competitiva diferenciadora para un crecimiento positivo.

Segunda, Se propone al gerente general impartir capacitación y seminarios técnicos, además de promover un mejoramiento continuo en los colaboradores respecto al manejo correcto de las ordenes generando una capacidad rápida de respuesta, generando una mayor confiabilidad al cliente, para garantizar la calidad del servicio. Asimismo, se recomienda revisar los precios de los productos optimizando aquellos procesos que supongan un coste extra. para poder tener una mayor elasticidad a la hora de poner los precios a sus productos y brindar ofertas.

Tercera, se propone al gerente general que establezca criterios de rendimiento que se deben alcanzar en sus servicios. Esto incluye la manera cómo se debe atender al cliente buscando la satisfacción mediante la calidad de atención y percepción del cliente para maximizar los efectos positivos en su nivel de satisfacción.

Cuarto, se recomienda al gerente general mejorar la comunicación efectiva entre las áreas para evitar cometer errores que generen retrasos asimismo tomar como una oportunidad los índices de quejas para una mayor fidelización de los clientes mediante una atención personalizada y continua a través de todo el proceso de adquisición del bien superando las expectativas del cliente.

REFERENCIAS

- Acero, JP & Alarcón, DE (2021). *Gestión de proveedores: un enfoque hacia la creación de valor en la cadena de abastecimiento* [Tesis de maestría, Universidad EAN]. Recuperado: <http://hdl.handle.net/10882/11041>
- Aguilar Henao, E. (2017). *Gestión logística*. Fundación Universitaria del Área Andina. Recuperado: <https://doi.org/10.33132/9789585459267>
- Aguilera, H. (2021). Implementación de procesos logísticos en la empresa AVIDIGITAL para mejorar satisfacción del cliente. *Revista tecnológica ciencia & educación*. Recuperado de: <https://www.revistaedwardsdeming.com/index.php/es/article/view/76/130>
- Anner, M. (2020). *Abandoned? The Impact of Covid-19 on Workers and Businesses at the Bottom of Global Garment Supply Chains.*, ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/340460592_Abandoned_The_Impact_of_Covid-19_on_Workers_and_Businesses_at_the_Bottom_of_Global_Garment_Supply_Chains
- Arias, J., Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*, Enfoque Consulting EIRL
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. (2019). *Marketing: An introduction*. Pearson Educación
- Artiga, J. (2022, 16 de diciembre). BCR baja proyección de crecimiento económico de 3% a 2.9% para el 2022 y 2023. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/economia/bcr-baja-proyeccion-de-crecimiento-economico-de-3-a-29-para-el-2022-y-2023-noticia/>
- Avendaño, E., Henao, A. & De la Puente, M (2022). *Inteligencia de mercados: una visión integral e interdisciplinaria para la internacionalización de las Pymes*. <https://editorial.uninorte.edu.co/gpd-inteligencia-de-mercados-9789587892932.html>

- Becerra Andrade, C. A. (2023). *Aplicación de la gestión de abastecimiento para mejorar el costo operativo en una empresa panificación y pastelería* – Lima, 2022. Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/114859>
- Błaszcyk, M., Popović, M., Zajdel, K., & Zajdel, R. (2022). The Impact of the COVID19 Pandemic on the Organisation of Remote Work in IT Companies. *Sustainability*, 14(20), 13373. <https://doi.org/10.3390/su142013373>
- Castellano Ramírez, A. (2021). *Logística comercial internacional*. Universidad del Norte. <https://www.digitaliapublishing.com/a/101345>
- Child, J., 1972. Organizational Structure, Environment and Performance: The Role of Strategic Choice. *Sociology*.
- Chung, K & Oyague, G (2021). *Gestión del abastecimiento del bajo el enfoque de la norma Iso 20400 y la satisfacción del cliente en una empresa dedicada a la fabricación de traleros electrivos en media y baja tensión Bbti S.A.C.* Universidad del callao. Recuperado en <https://hdl.handle.net/20.500.12952/6229>
- Comex Perú. (2022). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2022*. Autor. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2022.pdf>
- Copacino, W. (2020). *Supply chain management: the basic and beyond*. APICS: <https://books.google.com.pe/books?id=muCsDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=supply+management&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiUxsyU0eL6AhVVHrkGHGHaGQByMQ6AF6BAgJEAl#v=onepage&q&f=false>
- Cumpa, J. (2022). *Mejora de gestión de la cadena de suministro para incrementar el nivel de servicio en Ecolodge Huaca de Piedra, Íllimo 2021*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12423/5396>

- Cuong, Dam & Long, Nguyen. (2020). The impact of Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Vietnam Fashion Market. *Test Engineering and Management*. 83. 389-398. <https://www.researchgate.net/publication/339940099> [The impact of Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Vietnam Fashion Market](https://www.researchgate.net/publication/339940099)
- David, F., 2013. *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Díaz, C. (2017). *Gestión de la cadena de abastecimiento*. Bogotá: AREANDINA. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1335>
- 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. Tesis para obtener el grado de Maestría en Administración de Empresas. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10842>
- Flynn Anna, J. P. F. (2012). *Administración de compras y abastecimientos* (14a ed.). Mcgraw Hill Educación.
- Flores, L. (2021). Logística Integral y satisfacción del cliente de los servicios logísticos en Guayaquil. Ecuador. Repositorio Universidad Técnica Salesiana. Tesis para obtener el grado de Maestría en Administración de Empresas. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20194/1/UPS-GT003194.pdf>
- George, D., & Mallery, P. (2020). *IBM SPSS Statistics 26 Step by Step A Simple Guide and Reference*. In Routledge (17th ed.). Routledge.
- Ghoumrassi,A. & Tigu,G.(2018).The impact of the logistics management in customer satisfaction. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*,12(1) 407-415. <https://doi.org/10.2478/picbe-2018-0036>

- Gómez, M. (2016). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Editorial Brujas. <https://www.digitaliapublishing.com/a/44342>
- Griswold, M., Stiffler, D., OConnor, T., Quah, K., Youssef, M., Becker, K., Aronow, S., Romano, J., & Ennis, K. (2022, September-October). THE GARTNER SUPPLY CHAIN TOP 25 FOR 2022: INSIGHTS ON LEADERS. *Supply Chain Management Review*, 26(5), 14+. <https://link.gale.com/apps/doc/A720260680/GBIB?u=univcv&sid=bookmark-GBIB&xid=50bbb158>
- Gómez-Montoya, R., Zuluaga-Mazo, A., Ceballos-Atehortua, N. & Palacio-Jiménez, D. (2019). *Gestión de la cadena de suministros y productividad en la literatura científica. I+D Revista de Investigaciones*, 14 (2), 40-51. DOI: <https://doi.org/10.33304/revinv.v14n2-2019004>
- Javed, F., & Cheema, S. (2017). Customer Satisfaction and Customer Perceived Value and its Impact on Customer Loyalty: The Mediation Role of Customer Relationship Management. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 1–14. <https://www.icommercecentral.com/open-access/customer-satisfactionand-customer-perceived-value-and-its-impact-on-customer-loyalty-themediation-role-of-customer-relationshipmanagement.php?aid=85790&view=mobile>
- Kalankesh, Leila & Nasiry, Zahra & Fein, Rebecca & Damanabi, Shahla. (2020). Scope of factors influencing user satisfaction with information systems. *Galen Medical Journal*. 9. e1686. https://www.researchgate.net/publication/342276564_Scope_of_factors_influencing_user_satisfaction_with_information_systems
- Knut Aliche, X.A., et al., *Supply-chain recovery in coronavirus times-plan for now and the future*. McKinsey & Company. 2020. p. 1-8. Disponible en: <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/supply-chain-recovery-in-coronavirus-times-plan-for-now-and-the-future>.
- Kamali, M., Zarea, H., & See, Z. (2021). The influence of value co-creation on customer loyalty, behavioural intention, and customer satisfaction in

emerging markets/la influencia de la co-creacion de valor en la lealtad del cliente, la intencion de comportamieimto y la satisfaccion del cliente eei los mercados emergentes. *AD-minister*, (39), 5+.

<https://link.gale.com/apps/doc/A687634718/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=f97e0cfc>

Kiseleva, J. Williams, K., Hassan Awadallah, A., Crook, A. C., Zitouni, I., & Anastasakos, T. (2016). Predicting User Satisfaction with Intelligent Assistants. *Proceedings of the 39th International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval, November 2017*, 45-54.
<https://doi.org/10.1145/2911451.2911521>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Marketing*. Pearson Educación.

La Cámara. (2021). Solo un tercio de empresas en Perú tiene nivel de gestión avanzado en cadena de suministros. Autor.
<https://lacamara.pe/solo-un-tercio-de-empresas-en-peru-tiene-nivel-de-gestion-avanzado-en-cadena-de-suministros/>

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Universidad Autónoma de Barcelona.
<https://ddd.uab.cat/search?f=author&p=L%C3%B3pez-Rold%C3%A1n%20Pedro&sc=1&ln=ca>

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México, México. Editorial MC Graw Hill Education.
<http://repositoriobibliotecas.uv.cl/handle/uvsc/1385>

Hugos, M. (2018). *Essentials of Supply Chain Management (4th Edition) - 1.1 Nothing Entirely New ... Just a Significant Evolution*. John Wiley & Sons. Retrieved from
<https://app.knovel.com/hotlink/pdf/id:kt0127Y8F1/essentials-supply-chain/nothing-entirely-new>.

Javed, F., & Cheema, S. (2017). Customer Satisfaction and Customer Perceived Value and its Impact on Customer Loyalty: The Mediational Role of Customer

Relationship Management. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 1–14.

<https://www.icommercecentral.com/open-access/customer-satisfactionand-customer-perceived-value-and-its-impact-on-customer-loyalty-themediational-role-of-customer-relationshipmanagement.php?aid=85790&view=mobile>

Madriz Rodríguez, D. A. (2017). *Estrategias de gestión logística para el mejoramiento de la productividad y la calidad del servicio en hoteles y posadas del Estado Táchira. Provincia* (Mérida, Venezuela). <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=e37076c5-dbeb-47fd-a310-a5ecf346d3b6%40redis>

Manrique La Rosa, B. A. (2018). *La gestión de abastecimiento del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y la satisfacción de los padres de los usuarios en el asentamiento humano El Pino - La Victoria, 2017.* Universidad César Vallejo. https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma991002875941607001&context=L&vid=51UCV_INST:UCV&lang=es&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,gestion%20de%20abastecimiento&facet=rtype,include,tesis_maestr%C3%ADa&offset=0

Mora, L. (2011). *Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes.* Ecoe Ediciones. <https://www.digitaliapublishing.com/a/29964>

Mora, L. (2016). *Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento.* Ecoe Ediciones. <https://www.digitaliapublishing.com/a/48602>

Mora, L. (2023). *Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento.* Ecoe Ediciones. ISBN 978-958-503-567-6

Olivo, T. (2021). *Worker Satisfaction, Customer Satisfaction and Financial Health, The Three Pillars of Business Success*

- Patiño Espín, T. F., & Camino Jaramillo, P. J. (2015). *Modelo de gestión logística en medianas industrias para distribución de balanceado y su efecto en la calidad del servicio*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ambato, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/1469>
- Pazos Cribillero, Y. A. (2023). *Gestión de abastecimiento y nivel de satisfacción de los padres de familia respecto al Programa nacional de alimentación escolar Qali Warma. Ancash, 2022*. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/113392>
- Pimienta, J. De la Orden, A. & Estrada, R. (2018). Metodología de la Investigación. Pearson Educación. <https://anyflip.com/dxxw/yvto/basic>
- Porter, M. & Millar, V., 1985. *How information gives yo competitive ad- vantage*. *Harvard Business Review*, 25(3), pp. 149-160.
- Redacción G. (2023, 7 de Setiembre). Comercio exterior chino se contrae de nuevo en agosto, pero a menor ritmo. *Gestión*. <https://gestion.pe/mundo/comercio-exterior-chino-se-contrae-de-nuevo-en-agosto-pero-a-menor-ritmo-comercio-exterior-china-noticia/?ref=gesr>
- Stanton, D. (2023). *Supply Chain Management*. (3 ed.). For dummies.
- Taylor, F. W. (1969). Principios de la Administración Científica (11° edición). México: Herrero Hnos. S. A.
- Urquiaga Cabrera, L. I. (2020). *Relación entre la gestión del abastecimiento de bienes y servicios y la calidad de la atención al usuario en el Hospital III Chimbote de EsSalud*; 2020. Universidad César Vallejo. https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma991002876902107001&context=L&vid=51UCV_INST:UCV&lang=es&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,gesti%C3%B3n%20de%20abastecimiento%20y%20cliente&offset=0

- Tapullima Pacaya, A. (2021). *Gestión de abastecimiento de medicamentos y calidad de servicio en el Hospital II-1 Moyobamba, 2020*. Universidad César Vallejo. https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma991002881880407001&context=L&vid=51UCV_INST:UCV&lang=es&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,gestion%20de%20abastecimiento&facet=rtype,include,tesis_maestr%C3%ADa&offset=0
- Vidal Cerrato, R. C. (2021). *Gestión logística y satisfacción del cliente interno en la Unidad de Abastecimiento de una entidad del estado, 2021*. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67903/Vidal_C_RC-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y
- Vidaurre Ruiz, L. V. (2021). *Gestión de abastecimiento y satisfacción de pacientes atendidos en el área de odontología en el E.S. I-4 Moronacocha, Iquitos, 2020*. Universidad César Vallejo. https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/permalink/51UCV_INST/175ppoi/alma991002878208207001
- Villegas Casaverde, M. (2023). *Incidencia de la gestión logística en la satisfacción de clientes internos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023*. Universidad César Vallejo. https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma991002964940007001&context=L&vid=51UCV_INST:UCV&lang=es&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,gesti%C3%B3n%20log%C3%ADstica%20y%20satisfacci%C3%B3n%20de%20cliente&sortby=rank&facet=rtype,include,tesis_maestr%C3%ADa&offset=0

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Matriz de Consistencia						
Gestión de Abastecimiento y Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023						
Autor: Vilca Calero, Jose Antonio						
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e Indicadores			
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y la Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y la</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y la Satisfacción del cliente empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe relación significativa entre la Gestión de Abastecimiento y la Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corp oración Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023</p> <p>Hipótesis Específicos:</p> <p>Existe relación significativa la Gestión de</p>	Variable 1: Gestión de Abastecimiento			
			Dimensión	indicadores	ítems	Escala de Medición
			Gestión de Pedidos	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad. - Órdenes recibidas - Ordenes atendidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - La empresa cuenta con disponibilidad en todos productos permanentemente. - Los productos solicitados son entregados a tiempo. - Las características de los productos ordenados cumplen con las ofrecidas. - Las órdenes recibidas cuentan con garantía. - los productos atendidos son embalados correctamente. 	<p>Escala de Likert Ordinal</p> <p>1= <i>Totalmente desacuerdo</i></p> <p>2= <i>En desacuerdo</i></p> <p>3= <i>Ni en acuerdo ni en desacuerdo</i></p> <p>4= <i>De acuerdo</i></p> <p>5= <i>Totalmente</i></p>

<p>calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y el nivel de satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y las expectativas del cliente en la empresa importadora Corporación</p>	<p>Gestión de Abastecimiento y la calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023</p> <p>Determinar la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y el nivel de satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023</p> <p>Determinar la relación que existe entre la</p>	<p>Abastecimiento y la calidad de servicio en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023.</p> <p>Existe relación significativa entre la Gestión de Abastecimiento y el nivel de satisfacción en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023</p> <p>Existe relación significativa entre la Gestión de Abastecimiento y las expectativas</p>	<p></p> <p>Gestión de Compras</p> <p>Gestión de Almacén</p>	<p></p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de proveedores - Gestión de tiempo - Eficiencia en las compras - Ubicación y Clasificación - Rotación de inventario. - Nivel de stock 	<ul style="list-style-type: none"> - Se verifican los pedidos antes de ser entregados. - La empresa cuenta con una base de dato de sus proveedores. - Los proveedores son seleccionados previa evaluación. - Los proveedores de la empresa cuentan con respuesta inmediata. - Existe un seguimiento de las compras. - La empresa cumple su cronograma anual de compras. - Realiza sus requerimientos con anticipación. - La empresa evalúa precios en el mercado. - La empresa cuenta con políticas de compras. - La empresa cuenta con espacios óptimos para el almacenamiento de los productos. 	<p><i>de acuerdo</i></p>
--	--	---	---	---	---	--------------------------

Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023?	Gestión de Abastecimiento y las expectativas del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023	del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023			<ul style="list-style-type: none"> - Se clasifican los productos según sus características. - La empresa cuenta con políticas de rotación de los productos. - Se realiza adecuadamente la rotación de los productos. - Se realiza de manera ordenada y oportuna el registro del stock. - Existe una reposición adecuada del stock. 	
			Variable 2: Satisfacción del cliente			
			Calidad de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de Respuesta - Fiabilidad de Servicio - Elementos tangibles 	<ul style="list-style-type: none"> - El periodo de espera para ser atendido es breve. - El personal de ventas explica claramente los detalles de los productos. - El personal de ventas aclara sus dudas de manera rápida y sencilla. 	<i>Escala de Likert Ordinal</i> 1= Totalmente de acuerdo 2= En desacuerdo 3= Ni en

					<ul style="list-style-type: none"> - Los procesos implementados para el despacho confiables. - La empresa se pone en su lugar ante un evento no deseado. - Los cobros de los productos son correctos. - La empresa cuenta con infraestructura adecuada para recojo de los productos. - La tienda física es ordenada y visualmente atractiva 	<p>acuerdo y desacuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo</p>
			<p>Nivel de Satisfacción</p> <ul style="list-style-type: none"> - Percepción - Calidad - Recomendación 	<ul style="list-style-type: none"> - El personal que lo atiende lo recibe con amabilidad. - El personal muestra constantemente esfuerzos para mejorar su servicio. - La calidad de los productos satisface sus necesidades. - La calidad de atención satisface sus necesidades. 		

					<ul style="list-style-type: none"> - Como cliente recomendaría a sus amigos para que compren los productos de la empresa. - Como cliente recomendaría la atención del personal. 	
			Expectativas del cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Personal calificado - Fidelización - Índice de reclamos 	<ul style="list-style-type: none"> - La atención recibida por el personal de la empresa se realiza en función a las expectativas de sus clientes. - Los trabajadores cuentan con capacitación en atención al cliente. - La empresa brinda una atención personalizada para la fidelización del cliente. - El servicio que ofrece la empresa se adapta a tus necesidades como cliente. - la empresa suele solucionar de manera rápida los reclamos. 	

					- El índice de quejas es tomado como una oportunidad para mejorar el servicio brindado.	
Nivel y diseño de investigación		Población y muestra		Técnica e instrumento		Estadística por utilizar
<p>Tipo de investigación: <i>Básica</i> Diseño: <i>No experimental de corte transversal con alcance Correlacional descriptiva</i> Método: <i>Hipotético deductivo</i> Enfoque: <i>Cuantitativo</i></p>		<p>Población: <i>195 clientes fecha indicada para la encuesta</i> Muestra: <i>130 clientes</i> Técnica de recolección de datos: <i>Encuestas</i> Tipo de muestro: <i>No Probabilístico</i></p>		<p>variable 1: <i>Gestión de abastecimiento</i> Técnica: <i>encuestas</i> Instrumentos: <i>cuestionario</i> variable 2: <i>satisfacción del cliente</i> Técnica: <i>Encuestas</i> Instrumentos: <i>cuestionario AC</i></p>		<p>Descriptiva: <i>Se aplico el, el SPSS 27</i> Inferencial: <i>Para la prueba de la hipótesis se aplicó el Estadístico Rho de Sperman y se determinara el alfa de Cronbach para cuantificar el nivel de confiabilidad del instrumento</i></p>

Anexo 2 Matriz de Operacionalización

Título: Gestión de Abastecimiento y Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023 Autor: Vilca Calero, Jose Antonio						
Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Razón o intervalo
Gestión Abastecimiento	Proceso de la gestión logística que abarca la adquisición de bienes y servicios para un óptimo desarrollo de la cadena de suministro. Siendo una de sus funciones la compra, recepción y revisión de los productos adquiridos y vendidos. (Mora, 2016)	La gestión de abastecimiento se mide con 20 ítems mediante las dimensiones gestión de pedidos, gestión de compras y gestión de almacén.	Gestión de pedidos	- Disponibilidad. - Órdenes recibidas - Órdenes atendidas.	Escala Ordinal 1= <i>Totalmente de acuerdo</i> 2= <i>En desacuerdo</i> 3= <i>Ni en acuerdo y desacuerdo</i> 4= <i>De acuerdo</i> 5= <i>Totalmente de acuerdo</i>	Bajo Medio Alto
			Gestión de compras	- Evaluación de proveedores. - Gestión de tiempo. - Eficiencia en las compras.		
			Gestión de almacén	- Ubicación y clasificación. - Rotación de inventario. - Nivel de stock		
Satisfacción del cliente	Kotler y Armstrong (2018) Nos menciona que un resultado del consumidor como respuesta a una experiencia cognitiva al realizar la adquisición de un bien o servicio.	La satisfacción del cliente se mide con 20 ítems mediante las dimensiones calidad de servicio, nivel de satisfacción y expectativas del cliente.	Calidad de servicio	- Capacidad de respuesta. - Fiabilidad de servicio. - elementos tangibles.		
			Nivel de Satisfacción	- Percepción - Calidad - Recomendación		
			Expectativas del cliente	- Personal calificado - Fidelización - Índice de reclamos		

Anexo 3: Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

Estadísticas de Fiabilidad de la variable Gestión de abastecimiento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,932	20

Fuente: SPSS 26

Estadísticas de Fiabilidad de la Variable Satisfacción del cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,889	20

Fuente: SPSS 26

Anexo 4: validación por juicio de expertos

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Carlos Fidel Ponce Sanchez
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X)
Área de formación académica:	Clinica () Social () () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Ordinario-Principal
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA UNI
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autor:	Jose Antonio Vilca Calero
Procedencia:	Investigación realizada respecto a gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente en la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL
Administración:	Directa por el investigador a los clientes de la empresa.
Tiempo de aplicación:	15 minutos.
Ámbito de aplicación:	Cientes de la empresa corporación Bellagio Perú EIRL.
Significación:	El presente instrumento cuenta con la variable Gestión de abastecimiento la cual cuenta con las siguientes dimensiones gestión de pedidos, gestión de compras y gestión de almacén. Esta variable cuenta con un cuestionario de 20 preguntas lo cual están relacionadas con las dimensiones de estudio y sus indicadores.

4. Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Ordinal Likert	Gestión de Pedidos	Es la acción que inicia el tránsito de la mercancía mediante la atención con la finalidad de cumplir con los plazos de entrega y asegurar la disponibilidad de acuerdo a las demandas del cliente y con una entrega que satisfaga las expectativas (Diaz, 2017)
	Gestión de Compras	Es la actividad donde se adquiere bienes y servicios por parte de la entidad con finalidad de garantizar su proceso de producción (Mora, 2023)
	Gestión de Almacén	Es la actividad que acumula recursos siendo su objetivo principal controlar, clasificar y certificar la calidad para luego ser utilizados (Diaz, 2017)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Gestión de abastecimiento elaborado por Jose Antonio Vilca Calero en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
------------------	---------------------	------------------

CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Gestión de abastecimiento

- **Primera dimensión:** (Gestión de Pedidos)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el desempeño y mejorar la gestión de pedidos en la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-------------	------	----------	-------------	------------	--------------------------------

Disponibilidad.	La empresa cuenta con disponibilidad en todos productos permanentemente	4	4	4	
	Los productos solicitados son entregados a tiempo.	4	4	4	
Órdenes Recibidas.	Las características de los productos ordenados cumplen con las ofrecidas.	4	4	4	
	Las órdenes recibidas cuentan con garantía.	4	4	4	
Ordenes atendidas.	los productos atendidos son embalados correctamente.	4	4	4	
	Se verifican los pedidos antes de ser entregados.	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** (Gestión de Compras)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el desempeño y mejorar la gestión de compras en la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Evaluación de proveedores	La empresa cuenta con una base de dato de sus proveedores.	4	4	4	
	Los proveedores son seleccionados previa evaluación.	4	4	4	
	Los proveedores de la empresa cuentan con respuesta inmediata.	4	4	4	
Gestión de tiempo	Existe un seguimiento de las compras.	4	4	4	
	La empresa cumple su cronograma anual de compras	4	4	4	
	Realiza sus requerimientos con anticipación.	4	4	4	
Eficiencia en las compras	La empresa evalúa precios en el mercado.	4	4	4	
	La empresa cuenta con políticas de compras.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** (Gestión de Almacén)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el desempeño y mejorar la gestión de almacén en la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ubicación y Clasificación	La empresa cuenta con espacios óptimos para el almacenamiento de los productos.	4	4	4	
	Se clasifican los productos según sus características.	4	4	4	
Rotación de inventario.	La empresa cuenta con políticas de rotación de los productos.	4	4	4	
	Se realiza adecuadamente la rotación de los productos.	4	4	4	
Nivel de stock	Se realiza de manera ordenada y oportuna el registro del stock.	4	4	4	
	Existe una reposición adecuada del stock.	4	4	4	

Noviembre 10 de 2023

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

_____ Si hay suficiencia. _____

Opinión de Aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []



Firma del Experto Validador

DNI: 10212510

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "SATISFACCIÓN DEL CLIENTE". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Carlos Fidel Ponce Sanchez		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica () Educativa (X)	Social () Organizacional ()	
Áreas de experiencia profesional:	Ordinario-Principal		
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA UNI		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)		
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autor:	Jose Antonio Vilca Calero
Procedencia:	Investigación realizada respecto a gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente en la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL
Administración:	Directa por el investigador a los clientes de la empresa.
Tiempo de aplicación:	15 minutos.
Ámbito de aplicación:	Clientes de la empresa corporación Bellagio Perú EIRL.

Significación:	El presente instrumento cuenta con la variable satisfacción del cliente la cual cuenta con las siguientes dimensiones calidad de servicio, nivel de satisfacción y expectativas del cliente. Esta variable cuenta con un cuestionario de 20 preguntas lo cual están relacionadas con las dimensiones de estudio y sus indicadores.
-----------------------	--

4. Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Ordinal Likert	Calidad de Servicio	Cuong y Long (2020) se refiere a la evaluación de cómo un servicio proporcionado cumple con las expectativas del cliente mediante Cualquier acción o beneficio proporcionado por una parte a otra, son de naturaleza intangible y no crean propiedad sobre nada.
	Nivel de satisfacción	La base para mejorar la calidad es prestar atención al nivel de satisfacción y la uniformidad de la calidad del servicio. Siempre la satisfacción está determinada por la percepción del cliente, las empresas deben medir periódicamente. (Kotler y Armstrong 2018)
	Expectativas del cliente	Son las anticipaciones o creencias de un individuo sobre cómo un producto o servicio se desempeñará. Estas expectativas pueden ser influenciadas por una variedad de factores, incluyendo la percepción de la empresa, experiencias pasadas con la empresa, características personales del individuo y recomendaciones de terceros. Kamali et al. (2021)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Satisfacción del cliente elaborado por José Antonio Vilca Calero en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Satisfacción del Cliente

- **Primera dimensión:** (Calidad de servicio)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Capacidad de Respuesta	El periodo de espera para ser atendido es breve.	4	4	4	
	El personal de ventas explica claramente los detalles de los productos.	4	4	4	
	El personal de ventas aclara sus dudas de manera rápida y sencilla.	4	4	4	
Fiabilidad de Servicio	Los procesos implementados para el despacho confiables.	4	4	4	

	La empresa se pone en su lugar ante un evento no deseado.	4	4	4	
	Los cobros de los productos son correctos.	4	4	4	
Elementos tangibles	La empresa cuenta con infraestructura adecuada para recojo de los productos.	4	4	4	
	La tienda física es ordenada y visualmente atractiva	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** (Nivel de Satisfacción)
- Objetivos de la Dimensión: (Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Percepción	El personal que lo atiende lo recibe con amabilidad.	4	4	4	
	El personal muestra constantemente esfuerzos para mejorar su servicio.	4	4	4	
Calidad	La calidad de los productos satisface sus necesidades.	4	4	4	
	La calidad de atención satisface sus necesidades.	4	4	4	
Recomendación	Como cliente recomendaría a sus amigos para que compren los productos de la empresa.	4	4	4	
	Como cliente recomendaría la atención del personal.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** (Expectativas del Cliente)
- Objetivos de la Dimensión: (Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Personal calificado	La atención recibida por el personal de la empresa se realiza en función a las expectativas de sus clientes.	4	4	4	
	Los trabajadores cuentan con capacitación en atención al cliente.	4	4	4	
Fidelización	La empresa brinda una atención personalizada para la fidelización del cliente.	4	4	4	
	El servicio que ofrece la empresa se adapta a tus necesidades como cliente.	4	4	4	
Índice de reclamos	La empresa suele solucionar de manera rápida los reclamos.	4	4	4	
	El índice de quejas es tomado como una oportunidad para mejorar el servicio brindado.	4	4	4	

noviembre 10 de 2023

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

_____ Si hay suficiencia. _____

Opinión de Aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir

No aplicable



Firma del Experto Validador

DNI: 10212510

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Melanie Yunnete Baldeón Montalbo		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Ordinario-Principal		
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autor:	Jose Antonio Vilca Calero
Procedencia:	Investigación realizada respecto a gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente en la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL
Administración:	Directa por el investigador a los clientes de la empresa.
Tiempo de aplicación:	15 minutos.
Ámbito de aplicación:	Clientes de la empresa corporación Bellagio Perú EIRL.

Significación:	El presente instrumento cuenta con la variable Gestión de abastecimiento la cual cuenta con las siguientes dimensiones gestión de pedidos, gestión de compras y gestión de almacén. Esta variable cuenta con un cuestionario de 20 preguntas lo cual están relacionadas con las dimensiones de estudio y sus indicadores.
----------------	---

4. Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Ordinal Likert	Gestión de Pedidos	Es la acción que inicia el tránsito de la mercancía mediante la atención con la finalidad de cumplir con los plazos de entrega y asegurar la disponibilidad de acuerdo a las demandas del cliente y con una entrega que satisfaga las expectativas (Díaz, 2017)
	Gestión de Compras	Es la actividad donde se adquiere bienes y servicios por parte de la entidad con finalidad de garantizar su proceso de producción (Mora, 2023)
	Gestión de Almacén	Es la actividad que acumula recursos siendo su objetivo principal controlar, clasificar y certificar la calidad para luego ser utilizados (Díaz, 2017)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Gestión de abastecimiento elaborado por Jose Antonio Vilca Calero en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
		El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.

indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Gestión de abastecimiento

- **Primera dimensión:** (Gestión de Pedidos)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el desempeño y mejorar la gestión de pedidos en la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Disponibilidad.	La empresa cuenta con disponibilidad en todos productos permanentemente	4	4	4	
	Los productos solicitados son entregados a tiempo.	4	4	4	
Órdenes Recibidas.	Las características de los productos ordenados cumplen con las ofrecidas.	4	4	4	
	Las órdenes recibidas cuentan con garantía.	4	4	4	

Ordenes atendidas.	los productos atendidos son embalados correctamente.	4	4	4	
	Se verifican los pedidos antes de ser entregados.	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** (Gestión de Compras)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el desempeño y mejorar la gestión de compras en la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Evaluación de proveedores	La empresa cuenta con una base de dato de sus proveedores.	4	4	4	
	Los proveedores son seleccionados previa evaluación.	4	4	4	
	Los proveedores de la empresa cuentan con respuesta inmediata.	4	4	4	
Gestión de tiempo	Existe un seguimiento de las compras.	4	4	4	
	La empresa cumple su cronograma anual de compras	4	4	4	
	Realiza sus requerimientos con anticipación.	4	4	4	
Eficiencia en las compras	La empresa evalúa precios en el mercado.	4	4	4	
	La empresa cuenta con políticas de compras.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** (Gestión de Almacén)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el desempeño y mejorar la gestión de almacén en la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ubicación y Clasificación	La empresa cuenta con espacios óptimos para el almacenamiento de los productos.	4	4	4	

	Se clasifican los productos según sus características.	4	4	4	
Rotación de inventario.	La empresa cuenta con políticas de rotación de los productos.	4	4	4	
	Se realiza adecuadamente la rotación de los productos.	4	4	4	
Nivel de stock	Se realiza de manera ordenada y oportuna el registro del stock.	4	4	4	
	Existe una reposición adecuada del stock.	4	4	4	

noviembre 10 de 2023

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

_____ Si hay suficiencia _____

Opinión de Aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []



MELANIE YUNNETE
BALDEON MONTALVO
Ingeniera Industrial
CIP N° 307109

Firma del Experto Validador

DNI:47460661

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "SATISFACCIÓN DEL CLIENTE". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Melanie Yunette Baldeón Montalbo
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Ordinario-Principal
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autor:	Jose Antonio Vilca Calero
Procedencia:	Investigación realizada respecto a gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente en la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL
Administración:	Directa por el investigador a los clientes de la empresa.
Tiempo de aplicación:	15 minutos.

Ámbito de aplicación:	Clientes de la empresa corporación Bellagio Perú EIRL.
Significación:	El presente instrumento cuenta con la variable satisfacción del cliente la cual cuenta con las siguientes dimensiones calidad de servicio, nivel de satisfacción y expectativas del cliente. Esta variable cuenta con un cuestionario de 20 preguntas lo cual están relacionadas con las dimensiones de estudio y sus indicadores.

4. Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Ordinal Likert	Calidad de Servicio	Cuong y Long (2020) se refiere a la evaluación de cómo un servicio proporcionado cumple con las expectativas del cliente mediante Cualquier acción o beneficio proporcionado por una parte a otra, son de naturaleza intangible y no crean propiedad sobre nada.
	Nivel de satisfacción	la base para mejorar la calidad es prestar atención al nivel de satisfacción y la uniformidad de la calidad del servicio. Siempre la satisfacción está determinada por la percepción del cliente, las empresas deben medir periódicamente.
	Expectativas del cliente	(Kotler y Armstrong 2018) son las anticipaciones o creencias de un individuo sobre cómo un producto o servicio se desempeñará. Estas expectativas pueden ser influenciadas por una variedad de factores, incluyendo la percepción de la empresa, experiencias pasadas con la empresa, características personales del individuo y recomendaciones de terceros. Kamali et al. (2021)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Satisfacción del cliente elaborado por Jose Antonio Vilca Calero en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.

El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Satisfacción del Cliente

- **Primera dimensión:** (Calidad de servicio)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Capacidad de Respuesta	El periodo de espera para ser atendido es breve.	4	4	4	
	El personal de ventas explica claramente los detalles de los productos.	4	4	4	
	El personal de ventas aclara sus dudas de manera rápida y sencilla.	4	4	4	
Fiabilidad de Servicio	Los procesos implementados para el despacho confiables.	4	4	4	
	La empresa se pone en su lugar ante un evento no deseado.	4	4	4	
	Los cobros de los productos son correctos.	4	4	4	

Elementos tangibles	La empresa cuenta con infraestructura adecuada para recojo de los productos.	4	4	4	
	La tienda física es ordenada y visualmente atractiva	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** (Nivel de Satisfacción)
- Objetivos de la Dimensión: (Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Percepción	El personal que lo atiende lo recibe con amabilidad.	4	4	4	
	El personal muestra constantemente esfuerzos para mejorar su servicio.	4	4	4	
Calidad	La calidad de los productos satisface sus necesidades.	4	4	4	
	La calidad de atención satisface sus necesidades.	4	4	4	
Recomendación	Como cliente recomendaría a sus amigos para que compren los productos de la empresa.	4	4	4	
	Como cliente recomendaría la atención del personal.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** (Expectativas del Cliente)
- Objetivos de la Dimensión: (Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Personal calificado	La atención recibida por el personal de la empresa se realiza en función a las expectativas de sus clientes.	4	4	4	

	Los trabajadores cuentan con capacitación en atención al cliente.	4	4	4	
Fidelización	La empresa brinda una atención personalizada para la fidelización del cliente.	4	4	4	
	El servicio que ofrece la empresa se adapta a tus necesidades como cliente.	4	4	4	
Índice de reclamos	La empresa suele solucionar de manera rápida los reclamos.	4	4	4	
	El índice de quejas es tomado como una oportunidad para mejorar el servicio brindado.	4	4	4	

noviembre 10 de 2023

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

_____ Si hay suficiencia _____

Opinión de Aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable



MELANIE YUNNETE
BALDEON MONTALVO
Ingeniera Industrial
CIP Nº 307109

Firma del Experto Validador

DNI

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

“**GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	CHICCHON MENDOZA, OSCAR GUILLERMO		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Administración, Finanzas		
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autor:	Jose Antonio Vilca Calero
Procedencia:	Investigación realizada respecto a gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente en la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL
Administración:	Directa por el investigador a los clientes de la empresa.
Tiempo de aplicación:	15 minutos.

Ámbito de aplicación:	Clientes de la empresa corporación Bellagio Perú EIRL.
Significación:	El presente instrumento cuenta con la variable Gestión de abastecimiento la cual cuenta con las siguientes dimensiones gestión de pedidos, gestión de compras y gestión de almacén. Esta variable cuenta con un cuestionario de 20 preguntas lo cual están relacionadas con las dimensiones de estudio y sus indicadores.

4. Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Ordinal Likert	Gestión de Pedidos	Es la acción que inicia el tránsito de la mercancía mediante la atención con la finalidad de cumplir con los plazos de entrega y asegurar la disponibilidad de acuerdo a las demandas del cliente y con una entrega que satisfaga las expectativas (Diaz, 2017)
	Gestión de Compras	Es la actividad donde se adquiere bienes y servicios por parte de la entidad con finalidad de garantizar su proceso de producción (Mora, 2023)
	Gestión de Almacén	Es la actividad que acumula recursos siendo su objetivo principal controlar, clasificar y certificar la calidad para luego ser utilizados (Diaz, 2017)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Gestión de abastecimiento elaborado por Jose Antonio Vilca Calero en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Gestión de abastecimiento

- **Primera dimensión:** (Gestión de Pedidos)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el desempeño y mejorar la gestión de pedidos en la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Disponibilidad.	La empresa cuenta con disponibilidad en todos productos permanentemente	4	4	4	
	Los productos solicitados son entregados a tiempo.	4	4	4	
Órdenes Recibidas.	Las características de los productos ordenados cumplen con las ofrecidas.	4	4	4	

	Las órdenes recibidas cuentan con garantía.	4	4	4	
Órdenes atendidas.	los productos atendidos son embalados correctamente.	4	4	4	
	Se verifican los pedidos antes de ser entregados.	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** (Gestión de Compras)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el desempeño y mejorar la gestión de compras en la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Evaluación de proveedores	La empresa cuenta con una base de dato de sus proveedores.	4	4	4	
	Los proveedores son seleccionados previa evaluación.	4	4	4	
	Los proveedores de la empresa cuentan con respuesta inmediata.	4	4	4	
Gestión de tiempo	Existe un seguimiento de las compras.	4	4	4	
	La empresa cumple su cronograma anual de compras	4	4	4	
	Realiza sus requerimientos con anticipación.	4	4	4	
Eficiencia en las compras	La empresa evalúa precios en el mercado.	4	4	4	
	La empresa cuenta con políticas de compras.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** (Gestión de Almacén)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el desempeño y mejorar la gestión de almacén en la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ubicación y Clasificación	La empresa cuenta con espacios óptimos para el almacenamiento de los productos.	4	4	4	
	Se clasifican los productos según sus características.	4	4	4	
Rotación de inventario.	La empresa cuenta con políticas de rotación de los productos.	4	4	4	
	Se realiza adecuadamente la rotación de los productos.	4	4	4	
Nivel de stock	Se realiza de manera ordenada y oportuna el registro del stock.	4	4	4	
	Existe una reposición adecuada del stock.	4	4	4	

noviembre 10 de 2023

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

_____ Si hay suficiencia _____

Opinión de Aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable



Firma del Experto

Validador DNI:

08478538

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "SATISFACCIÓN DEL CLIENTE". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	CHICCHON MENDOZA, OSCAR GUILLERMO		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Administración, Finanzas		
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autor:	Jose Antonio Vilca Calero
Procedencia:	Investigación realizada respecto a gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente en la empresa importadora corporación Bellagio Perú EIRL
Administración:	Directa por el investigador a los clientes de la empresa.
Tiempo de aplicación:	15 minutos.

Ámbito de aplicación:	Clientes de la empresa corporación Bellagio Perú EIRL.
Significación:	El presente instrumento cuenta con la variable satisfacción del cliente la cual cuenta con las siguientes dimensiones calidad de servicio, nivel de satisfacción y expectativas del cliente. Esta variable cuenta con un cuestionario de 20 preguntas lo cual están relacionadas con las dimensiones de estudio y sus indicadores.

4. Soporte teórico (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Ordinal Likert	Calidad de Servicio	Cuong y Long (2020) se refiere a la evaluación de cómo un servicio proporcionado cumple con las expectativas del cliente mediante Cualquier acción o beneficio proporcionado por una parte a otra, son de naturaleza intangible y no crean propiedad sobre nada.
	Nivel de satisfacción	la base para mejorar la calidad es prestar atención al nivel de satisfacción y la uniformidad de la calidad del servicio. Siempre la satisfacción está determinada por la percepción del cliente, las empresas deben medir periódicamente.
	Expectativas del cliente	son las anticipaciones o creencias de un individuo sobre cómo un producto o servicio se desempeñará. Estas expectativas pueden ser influenciadas por una variedad de factores, incluyendo la percepción de la empresa, experiencias pasadas con la empresa, características personales del individuo y recomendaciones de terceros.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Satisfacción del cliente elaborado por Jose Antonio Vilca Calero en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se Comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Satisfacción del Cliente

- **Primera dimensión:** (Calidad de servicio)
- **Objetivos de la Dimensión:** (Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Capacidad de Respuesta	El periodo de espera para ser atendido es breve.	4	4	4	
	El personal de ventas explica claramente los detalles de los productos.	4	4	4	
	El personal de ventas aclara sus dudas de manera rápida y sencilla.	4	4	4	
Fiabilidad de Servicio	Los procesos implementados para el despacho confiables.	4	4	4	
	La empresa se pone en su lugar ante un evento no deseado.	4	4	4	

	Los cobros de los productos son correctos.	4	4	4	
Elementos tangibles	La empresa cuenta con infraestructura adecuada para recojo de los productos.	4	4	4	
	La tienda física es ordenada y visualmente atractiva	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** (Nivel de Satisfacción)
- Objetivos de la Dimensión: (Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Percepción	El personal que lo atiende lo recibe con amabilidad.	4	4	4	
	El personal muestra constantemente esfuerzos para mejorar su servicio.	4	4	4	
Calidad	La calidad de los productos satisface sus necesidades.	4	4	4	
	La calidad de atención satisface sus necesidades.	4	4	4	
Recomendación	Como cliente recomendaría a sus amigos para que compren los productos de la empresa.	4	4	4	
	Como cliente recomendaría la atención del personal.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** (Expectativas del Cliente)
- Objetivos de la Dimensión: (Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa corporación Bellagio).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-------------	------	----------	------------	------------	--------------------------------

Personal calificado	La atención recibida por el personal de la empresa se realiza en función a las expectativas de sus clientes.	4	4	4	
	Los trabajadores cuentan con capacitación en atención al cliente.	4	4	4	
Fidelización	La empresa brinda una atención personalizada para la fidelización del cliente.	4	4	4	
	El servicio que ofrece la empresa se adapta a tus necesidades como cliente.	4	4	4	
Índice de reclamos	La empresa suele solucionar de manera rápida los reclamos.	4	4	4	
	El índice de quejas es tomado como una oportunidad para mejorar el servicio brindado.	4	4	4	

noviembre 10 de 2023

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

_____ Si hay suficiencia _____

Opinión de Aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable



Firma del Experto Validador
DNI: 08478538

Anexo 5: Cuestionarios

CUESTIONARIO N° 1: GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO									
Objetivo General: Determinar la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y la Satisfacción del cliente empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023									
Autor: Vilca Calero, José Antonio									
Indicaciones: Realizar la encuesta aplicando la valoración de acuerdo a la escala de Likert, tomando en cuenta la siguiente ponderación (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre									
Gestión de Pedidos					Calificación				
					1	2	3	4	5
1	La empresa cuenta con disponibilidad en todos productos permanentemente.								
2	Los productos solicitados son entregados a tiempo.								
3	Las características de los productos ordenados cumplen con las ofrecidas.								
4	Las órdenes recibidas cuentan con garantía.								
5	Los productos atendidos son embalados correctamente.								
6	Se verifican los pedidos antes de ser entregados.								
Gestión de Compras					Calificación				
					1	2	3	4	5
7	La empresa cuenta con una base de dato de sus proveedores.								
8	Los proveedores son seleccionados previa evaluación.								
9	Los proveedores de la empresa cuentan con respuesta inmediata								
10	Considera que existe un seguimiento de las compras.								
11	La empresa cumple su cronograma anual de compras.								
12	Considera que se realiza sus requerimientos con anticipación.								
13	La empresa evalúa precios en el mercado.								
14	La empresa cuenta con políticas de compras.								
Gestión de Almacén					Calificación				
					1	2	3	4	5
15	La empresa cuenta con espacios óptimos para el almacenamiento de los productos.								
16	Considera que se clasifican los productos según sus características.								
17	La empresa cuenta con políticas de rotación de los productos.								
18	Se realiza adecuadamente la rotación de los productos.								
19	Se realiza de manera ordenada y oportuna el registro del stock								
20	Existe una reposición adecuada del stock.								

CUESTIONARIO N° 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Objetivo General: Determinar la relación que existe entre la Gestión de Abastecimiento y la Satisfacción del cliente empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

Autor: **Vilca Calero, José Antonio**

Indicaciones:

Realizar la encuesta aplicando la valoración de acuerdo a la escala de Likert, tomando en cuenta la siguiente ponderación

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

Calidad de Servicio		Calificación				
		1	2	3	4	5
1	El periodo de espera para ser atendido es breve.					
2	El personal de ventas explica claramente los detalles de los productos.					
3	El personal de ventas aclara sus dudas de manera rápida y sencilla.					
4	Los procesos implementados para el despacho confiables.					
5	La empresa se pone en su lugar ante un evento no deseado.					
6	Los cobros de los productos son correctos.					
7	La empresa cuenta con infraestructura adecuada para recojo de los productos.					
8	La tienda física es ordenada y visualmente atractiva					
Nivel de Satisfacción		Calificación				
		1	2	3	4	5
9	El personal que lo atiende lo recibe con amabilidad.					
10	El personal muestra constantemente esfuerzos para mejorar su servicio.					
11	La calidad de los productos satisface sus necesidades.					
12	La calidad de atención satisface sus necesidades.					
13	Como cliente recomendaría a sus amigos para que compren los productos de la empresa.					
14	Como cliente recomendaría la atención del personal.					
Expectativas del cliente		Calificación				
		1	2	3	4	5
15	La atención recibida por el personal de la empresa se realiza en función a las expectativas de sus clientes.					
16	Los trabajadores cuentan con capacitación en atención al cliente.					
17	La empresa brinda una atención personalizada para la fidelización del cliente.					
18	El servicio que ofrece la empresa se adapta a tus necesidades como cliente.					
19	La empresa suele solucionar de manera rápida los reclamos.					
20	El índice de quejas es tomado como una oportunidad para mejorar el servicio brindado.					

Anexo 6: CERTIFICACIÓN DE CONDUCTA RESPONSABLE EN INVESTIGACIÓN CRY - CONCYTEC

PERFIL

JOSE ANTONIO VILCA CALERO



Calificación, Clasificación y Registro de Investigadores

Solicitar Incorporación

✓ Conducta Responsable
en Investigación

Fecha: 21/10/2023

Anexo 7: Cálculo del tamaño de muestra finita

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = tamaño de muestra

$N = 195$ Tamaño de la Población o Universo

$Z = 1,96$ Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

$e = 5\%$ Error de estimación máximo aceptado

$p = 0.5$ Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

$q = (1 - p) = 0.5$ Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

$$n = \frac{195 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (195 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 129.57$$

$$n = 130$$

Anexo 8: Carta de permiso a la empresa



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

Lima, 25 de septiembre de 2023

Carta P. 0436-2023-UCV-VA-EPG-F01/J

Sr. Gang Zhou

Gerente de Corporación Bellagio Perú E.I.R.L

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a Vilca Calero, Jose Antonio; identificado con DNI N° 73145413 y con código de matrícula N° 6500022069; estudiante del programa de MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA quien, en el marco de su tesis conducente a la obtención de su grado de MAESTRO, se encuentra desarrollando el trabajo de investigación titulado:

Gestión de Abastecimiento y Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú EIRL, Lince, 2023

Con fines de investigación académica, solicito a su digna persona otorgar el permiso a nuestro estudiante, a fin de que pueda obtener información, en la institución que usted representa, que le permita desarrollar su trabajo de investigación. Nuestro estudiante investigador Vilca Calero, Jose Antonio asume el compromiso de alcanzar a su despacho los resultados de este estudio, luego de haber finalizado el mismo con la asesoría de nuestros docentes.

Agradeciendo la gentileza de su atención al presente, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,



Helga R. Majo Marrufo

Dra. Helga R. Majo Marrufo
Jefe
Escuela de Posgrado UCV
Filial Lima Campus Los Olivos

Anexo 9: Carta de Autorización de la empresa



CARTA DE AUTORIZACION

Lima, 28 de Setiembre de 2023

Doctora Helga R. Majo Marrufo

Presente. -

Por medio de la presente le informamos que la empresa importadora Corporación Bellagio Perú E.I.R.L acepta su solicitud. El cual autoriza al señor Vilca Calero Jose Antonio con DNI 73145413 a:

- 1.- Utilizar el nombre de la empresa en el título de la tesis Gestión de Abastecimiento y Satisfacción del cliente en la empresa importadora Corporación Bellagio Perú E.I.R.L, Lince, 2023 y así mismo se coloque en el repositorio de la Universidad Cesar Vallejo.
- 2.- Recolectar todos los datos que necesite para el desarrollo de su investigación.

Se expide la presente a solicitud del interesado

Atentamente

.....
**CORPORACIÓN
BELLAGIO PERÚ E.I.R.L.**
ZHOU GANG
C.E. 000218017