



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente  
de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**AUTORAS:**

Muñoz Serin, Nataly Anais ([orcid.org/0000-0002-5908-1947](https://orcid.org/0000-0002-5908-1947))

Sifuentes Flores, Diana Gina ([orcid.org/0000-0002-6716-4486](https://orcid.org/0000-0002-6716-4486))

**ASESORES:**

Mg. Pinglo Bazan, Miguel Elias ([orcid.org/0000-0001-7130-0156](https://orcid.org/0000-0001-7130-0156))

Mg. Ciudad Fernandez, Pablo Ricardo ([orcid.org/0000-0003-3099-5347](https://orcid.org/0000-0003-3099-5347))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

La presente tesis está dedicada a mi padre Emilio Juan Muñoz Pinedo y a mi madre Abigail Serin Sánchez quienes fueron mi principal fuente de apoyo, y principales motores de mis sueños, gracias a ellos que siempre confiaron y creyeron en mí, y gracias a todos sus sacrificios hoy puedo culminar mi carrera. A mis hermanos Evelyn y Luis que siempre me brindaron su apoyo en todo momento.

### **NATALY ANAIS MUÑOZ SERIN**

Quiero dedicar esta tesis a mi hijo Gabriel quien es mi mayor tesoro y motivación del día a día para seguir creciendo como profesional, como madre y como mujer. A mi esposo Ricardo por brindarme su apoyo incondicional durante todo el desarrollo de mi carrera universitaria y la realización de esta investigación, los amo infinitamente.

A mi padre Ceferino que ha sabido inculcarme con buenos valores los cuales me han ayudado a seguir adelante y no rendirme jamás. A mi Madre Felicitas por ser mi consejera, mi confidente, mi mayor apoyo y sé que desde el cielo me proteges e iluminas para seguir adelante cumpliendo mis sueños. A mi hermana Miriam por estar siempre a mi lado apoyándome en todo.

### **DIANA GINA SIFUENTES FLORES**

## **Agradecimiento**

Agradezco primeramente a Dios por darme salud, vida y todo lo necesario para poder llegar a esta etapa de mi formación académica y agradecer a todas las personas que estuvieron implicadas durante esta etapa brindándome su fortaleza y apoyo incondicional.

A Shakira Mia E.I.R.L por permitir realizar la investigación con los clientes de su empresa.

A los asesores por haber brindado sus conocimientos y consejos de manera oportuna.

### **NATALY ANAIS MUÑOZ SERIN**

Agradezco en primer lugar a Dios por brindarme salud, por bendecir mis días y permitirme culminar con éxito mi tan anhelada carrera.

A mi familia quienes fueron partícipes de esta hermosa aventura académica.

A la universidad Cesar Vallejo por darme la oportunidad de crecer profesionalmente, así mismo a los asesores por la orientación y ayuda que nos brindaron para la realización de esta tesis. A la empresa por permitirnos realizar la presente investigación.

### **DIANA GINA SIFUENTES FLORES**

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA .....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	17
3.2. Variables y operacionalización.....	17
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis . .....	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5. Procedimientos .....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos .....	20
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN .....	26
VI. CONCLUSIONES .....	31
VII. RECOMENDACIONES .....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Nivel de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022 .....	21
<b>Tabla 2</b> Niveles de las dimensiones de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022 .....	22
<b>Tabla 3</b> Nivel de Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022 .....	23
<b>Tabla 4</b> Niveles de las dimensiones de Satisfacción del Cliente la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022 .....	24
<b>Tabla 5</b> Correlación entre Gestión de Almacén y la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022 .....	25
<b>Tabla 6</b> Prueba de Normalidad .....	68
<b>Tabla 7</b> Rango e interpretación de Spearman.....	69

## Índice de gráficos y figuras

<b>Figura 1</b> Nivel de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022 .....	42
<b>Figura 2</b> Niveles de las dimensiones de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022 .....	42
<b>Figura 3</b> Nivel de Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022 .....	43
<b>Figura 4</b> Niveles de las dimensiones de Satisfacción del Cliente la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022 .....	43

## Resumen

La presente investigación titulada Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022, tuvo como objetivo determinar si la Gestión de Almacén influye en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

La metodología empleada en el estudio fue de tipo aplicada, con diseño no experimental – transversal correlacional, y los datos se recolectaron haciendo uso de una encuesta en una muestra censal compuesta por 100 clientes de la empresa Shakira Mia E.I.R.L.

Los resultados arrojaron que la gestión de almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L se encuentra en un nivel regular, y en cuanto a la satisfacción del cliente se encontró que los clientes están Ni Satisfechos Ni Insatisfechos con la empresa, finalmente el test de Rho de Spearman dio como resultado 0.807 con una significancia bilateral de 0.000, llegando así a concluir que, la Gestión de Almacén influye de forma positiva muy fuerte en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mía E.I.R.L., El Porvenir – 2022, es decir que, a medida que las actividades de gestión de almacén mejoren dentro de la empresa la satisfacción de los clientes incrementará.

**Palabras clave:** Satisfacción del cliente, Gestión de almacén, Almacén, Almacenamiento.

## **Abstract**

The present research entitled Warehouse Management and its influence on Customer Satisfaction of the company Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir - 2022, aimed to determine whether Warehouse Management influences Customer Satisfaction of the company Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir - 2022.

The methodology used in the study was applied, with a non-experimental - transversal correlational design, and the data were collected using a survey in a census sample composed of 100 customers of Shakira Mia E.I.R.L. company.

The results showed that the warehouse management of the company Shakira Mia E.I.R.L. is at a regular level, and in terms of customer satisfaction it was found that customers are neither satisfied nor dissatisfied with the company, finally the Spearman's Rho test resulted in 0.807 with a bilateral significance of 0.000, thus concluding that the warehouse management has a strong positive influence on customer satisfaction of the company Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022, that is to say that, as warehouse management activities improve within the company, customer satisfaction will increase.

**Keywords:** Customer satisfaction, Warehouse management, Warehouse. Storage.



## I. INTRODUCCIÓN:

La presente investigación estuvo enfocada en la mala gestión dentro del almacén que realizan las empresas, lo cual tuvo relación con lo que mencionó Notimex (2017) en su portal web acerca de la mala gestión de almacenes, que hoy en día muchas organizaciones no le brindan la importancia necesaria al área de almacén a pesar que es de gran utilidad tener una adecuada gestión de inventario y almacén, para así garantizar el buen funcionamiento de los procesos organizacionales.

En el ámbito internacional, el portal de Mecalux (2021) expuso en su artículo que la gestión de almacén es primordial dentro de una organización, ya que de ella depende el aseguramiento de la competitividad frente a otras empresas, pues hoy en día el almacén ya no es un simple lugar para guardar mercaderías, sino que ahora es pieza clave para la satisfacción del cliente, puesto que tener un almacén debidamente ordenado ayuda a dar una atención rápida e inmediata a los clientes.

Asimismo, Notimex (2017) mencionó en su artículo titulado “Mala gestión de inventarios, causa del fracaso entre las pequeñas empresas” publicado en su portal web, que la inadecuada gestión de inventario y almacén es una razón principal que conlleva a las MYPES al fracaso, ya que debido a ello se toman malas decisiones. Por otro lado, el portal web CIO México (2021) en sus artículo denominado “37 estadísticas que muestran la importancia que tiene la experiencia del cliente en 2021”, destacó que el 80% de los clientes de EE. UU prevalecen la rapidez en la entrega de los productos, la amabilidad en la atención y la asistencia informada como elementos indispensables para que un cliente se encuentre satisfecho.

En la realidad problemática a nivel nacional, el portal web Conexión ESAN (2017) publicó un artículo titulado ¿Cómo mejorar la gestión de tus inventarios?, en donde estudios realizados por INEI demuestran que en nuestro país se crean alrededor de 250 mil empresas por año, pero no llegan a mantenerse en el mercado por mucho tiempo. Un claro ejemplo es lo sucedido en el 2016 donde 47 mil empresas cerraron, y a pesar que las causas fueron

diversas, una de ellas principalmente fue la mala gestión de almacenes e inventarios. Por otra parte, en el blog de Quijano (2021) en una de sus publicaciones titulada ¿Cómo lograr la satisfacción del cliente?, expresó que 91% de clientes insatisfechos no se llegan a quejar por la mala atención, lo único que hacen es no comprar más en la empresa y optan por buscar otra, y esto se debe a que el cliente peruano es muy exigente al momento de realizar alguna compra.

La empresa comercial Shakira Mía E.I.R.L identificada con RUC 20602714951 es un negocio trujillano dedicado a la comercialización de insumos para calzado (plantas, adornos, hebillas, cuero sintético, etc.), cuyo inicio de actividades se dio en el año 2017; la empresa se encuentra ubicada en Av. Sánchez Carrión N°812, El Porvenir – Trujillo. Su sección de almacén se encuentra ubicado en el 2do piso del propio local de ventas. Shakira Mia ya va a cumplir cinco años dentro del mercado y se debe gracias a su clientela, sin embargo, si hablamos de gestión dentro del almacén, dicha organización no tiene un adecuado control en ese aspecto, ya que no se recepciona adecuadamente las mercancías que llegan a la empresa, a su vez no se realiza la inspección necesaria para contrastar que la mercadería que ingresa este conforme a lo solicitado y a lo que prescribe la guía de remisión; asimismo Shakira Mia no cuenta con un almacén amplio para los grandes volúmenes de mercancía que maneja y tampoco se encuentra dividido por sectores (plantas, telas, adornos, hebillas, etc.), no se realizan inventarios y además no se realiza un mantenimiento dentro de almacén para revisar los deterioros o productos dañados; por otro lado, no se llevan a cabo un adecuado registro y control de las mercancías que salen del almacén, es por ello que no saben si tienen déficit o sobre stock. Los problemas mencionados anteriormente en ciertas ocasiones conllevan a tener dificultades con algunos clientes, puesto que, a veces, debido a la falta de stock tienen que esperar varios días por su pedido, las mercancías salen con fallas, por mal conteo los pedidos de los clientes se van incompletos, etc. Por este motivo, se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cómo la gestión de almacén influye en la satisfacción del cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022?

Seguidamente, se exponen los siguientes criterios de justificación pertinentes a la investigación. La investigación es teórica, porque por medio de esta se realizó la contrastación de las teorías existentes en base a los resultados, y a su vez se comprobó si las variables de estudio tienen relación y causan cierto efecto. De igual manera, tuvo implicancias prácticas, porque permitió identificar el problema que aqueja a la organización al no tener una adecuada Gestión en su almacén y hallar aquellos errores que la empresa pueda mejorar, proponiendo alternativas de solución que le permitan llevar un buen manejo de inventario, mejor orden, minimizando riesgos y costos, etc. Tuvo relevancia social, porque generó un impacto positivo en la empresa Shakira Mia y demás MYPES de la localidad del Porvenir que se dedican a la venta de insumos para la fabricación del calzado, y que al ser proveedores de las empresas de Calzado, venden en grandes volúmenes y que cuentan con varios locales de almacén, necesitan gestionar sus almacenes de manera eficiente y así mejorar su competitividad dentro del mercado, puesto que podrán tener al alcance la cantidad exacta de sus existencias y brindar una atención rápida a sus clientes. Finalmente, tuvo justificación metodológica, porque el estudio de investigación puede usarse como referencia para próximas investigaciones, tomando en cuenta los instrumentos que se generaron a partir de la investigación. Esto permite que Shakira Mia minimice pérdidas y deterioro en sus mercancías, y además reducir el tiempo de despacho a sus clientes.

Para la presente investigación se tuvo como objetivo general: Determinar si la Gestión de Almacén influye en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022. Como objetivos específicos: Identificar el nivel de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022. Identificar el nivel de Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir –2022. Además, se tuvo como hipótesis nula, la Gestión de Almacén no influye positivamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022. Como hipótesis alternativa, la Gestión de Almacén influye positivamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir - 2022.

## II. MARCO TEÓRICO:

En antecedentes internacionales se consideraron los siguientes:

Marziali et al. (2021) en su artículo científico denominado *Problema de gestión de almacenes y enfoque de KPI*, Argentina, tuvo como objetivo hacer frente a la mala gestión de almacenes e inventarios por medio del uso de KPI's. Una vez desarrollado el proyecto, el problema de gestión de inventario y almacenes quedó resuelto de manera efectiva por medio del uso del concepto KPI, el cual ayudó a tener los inventarios en los niveles deseados, a interpretar fácilmente el flujo de mercancías dentro del almacén y a detectar algunas posibles causas que generen desviaciones. Por otra parte, el trabajo revela que poner en práctica estrategias de control es sumamente necesario en cada proceso y actividad de la cadena de suministro, en dicho sentido, el desarrollar indicadores es algo muy eficiente y de gran utilidad.

Rebelo et al. (2021) en su artículo científico denominado *La relevancia del análisis del espacio en la gestión de almacenes*, Portugal, tuvo como objetivo mostrar que el almacén puede llegar a ser una ventaja competitiva y que el espacio disponible puede hacer incrementos en la capacidad con poca inversión, dicha investigación usó la metodología de investigación – acción, ya que permite tener un enfoque sistémico del problema y las soluciones. Finalmente, concluyeron que el adecuado uso de los espacios en almacén hizo posible disminuir costes, incrementar la seguridad, además incrementó la capacidad en un 9.77% y ayudó a reducir daños en los artículos.

Dede y Cengel (2020) en su artículo científico *Análisis de gestión eficiente de almacén en servicios logísticos*, Estambul, tuvo como Determinar la eficiencia de las empresas del sector logísticos en las actividades de almacén y determinar los factores inciden en la gestión de almacén, utilizaron diseño no experimental, transversal – Descriptivo, se realizaron encuestas de campo a las empresas de logística que brindan servicios al sector alimentario. Como población se tuvo a las empresas que operan en la actividad de almacenamiento en Estambul y para la muestra se usó 250 empleados que laboran en operación de almacén en los sectores logísticos de Estambul. Después de realizar el

análisis, se encontraron 6 factores de la gestión eficiente de almacén, entre ellos está el diseño y la estructura, satisfacción de clientes, el sistema de seguimiento de rendimiento operativo, sistemas de información, rendimiento de empleados y el sistema de recompensas y los indicadores financieros. Finalmente, la observación y la investigación que se hizo indican que los gerentes deben tener en cuentas los 6 factores durante la instalación de su almacén y dentro de los procesos de selección de gerente de almacén para así avalar una eficiente gestión de almacén.

Cunha et al. (2021) en su artículo científico titulado *Satisfacción de los clientes en los servicios de hospitalización pediátrica: Un análisis de satisfacción de criterios múltiples*, Portugal, tuvo como objetivo evaluar los determinantes de satisfacción del cliente en el hospital pediátrico y formular algunas estrategias para poder mejorar la experiencia del cliente, para dicha investigación se realizó un análisis de satisfacción de criterios múltiples para el cliente con la finalidad de estimar cada criterio en base a la satisfacción y valor respectivo del cliente (aptitudes y exigencias del cliente) utilizando el modelo KANO. El principal hallazgo fue que las estrategias de mejora de la satisfacción no se basan únicamente en los criterios menos satisfactorios y el valor estimado, sino en la exigencia que tiene cada cliente para el cumplimiento de cada requisito planteado. Finalmente se concluye que, el cliente para que se encuentra totalmente satisfecho merece ser atendido, tener una comunicación con el personal clínico, disponibilidad de atención y amabilidad tanto por parte de los profesionales de salud como también de los profesionales no clínicos.

Lai et al. (2021) en su artículo científico denominado *Determinantes de la Satisfacción del cliente con los servicios de consigna de paquetería logística en la logística de última milla*, República de Corea, tuvo como objetivo investigar estudios de antecedentes referentes a la satisfacción del cliente en servicios de paquetería en la logística de última milla. Esta investigación estuvo basada en el modelo SERQUAL el cual indica el hardware y equipos para brindar un mejor servicio, y modelo de calidad del servicio logístico (LSQ), la información fue recopilada de una encuesta que se realizó a 321 clientes de China. El principal resultado indica que, el tiempo de entrega oportuna impacta positivamente que

el cliente se encuentre satisfecho con los servicios de paquetería, así mismo la seguridad y la confiabilidad son indispensable junto con la capacidad de respuesta inmediata. Se puede concluir que las cinco dimensiones utilizadas en el estudio (tangibilidad, capacidad de respuesta, puntualidad, confiabilidad y seguridad) inciden enormemente sobre la satisfacción del cliente de la paquetería, por lo tanto, los jefes encargados deben esforzarse para cumplir con cada una de las dimensiones.

Zhiping (2021) en su artículo científico titulado *Investigación sobre los factores que influyen en la satisfacción del cliente en el comercio en el comercio electrónico de productos agrícolas característicos*, China, tuvo como fin estudiar aquellos factores que pueden incidir en la satisfacción del cliente en las compras en línea de productos agrícolas. Como resultado indica que la identidad de la organización, la calidad del servicio, la calidad del producto, la distribución de la mercancía tiene un nivel positivo en la satisfacción de los clientes. Finalmente se concluye que, esta investigación presenta sugerencias para poder mejorar en respecto a la satisfacción del cliente del comercio electrónico desde 4 perspectivas: satisfacción del cliente, factores de influencia, modelos estructurales y comercio electrónico en base a productos agrícolas característicos.

Como antecedentes nacionales se han considerado los siguientes:

Cobos y Veneros (2019) en su tesis *La gestión de almacén y su influencia en la satisfacción del cliente en la distribuidora Herich Motocross – Chimbote 2019*. Universidad César Vallejo, Perú, presentó como objetivo determinar la influencia de la gestión de almacén sobre la satisfacción del cliente, siendo dicha investigación cualitativa, no experimental, transversal - correlacional, teniendo la encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento respectivamente, su población y muestra estuvieron conformadas por 162 clientes de la distribuidora. Los resultados obtenidos fueron significativos, la significancia fue de 0.0000 y la prueba Rho fue de 0.624, dicho resultado demostró la presencia de una relación positiva considerable entre las variables. En conclusión, al ser la significancia inferior a 0.05 se llega a rechazar la H. Nula, aceptando la H. Alternativa.

Contreras y Granados (2019) en su tesis *Mejora continua en la gestión de almacén y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Wander S.A.C. – Huancayo 2017*. Universidad Peruana los Andes, Perú, presentó como propósito determinar el nivel de influencia que tiene la mejora continua de la gestión de almacén sobre la satisfacción del cliente, siendo esta investigación de tipo cuantitativa con diseño cuasi experimental, donde las técnicas usadas para recolectar datos son la encuesta y la observación, siendo su instrumento el cuestionario, su población y muestra estuvieron conformadas por 200 clientes. Los resultados arrojaron que la empresa se halla mal organizada, con desajustes en la mercadería que hay de forma física y en el sistema, y así mismo que la satisfacción del cliente es regular en cuanto a la amabilidad, rapidez y explicación que se da sobre los productos cuando el cliente lo solicita. Finalmente, se llegó a concluir que una adecuada gestión dentro del almacén si repercute en la satisfacción del cliente respecto al posicionamiento y al producto.

Huamán y Jara (2019) en su tesis *Gestión de almacén para incrementar la satisfacción del cliente en una empresa ferretera Ate, 2019*. Universidad César Vallejo, Perú, presentó como propósito determinar cómo la gestión de almacén incrementa la satisfacción del cliente, siendo dicho estudio de tipo cuantitativo, diseño experimental, donde se empleó como técnica al análisis de datos y a la observación, la población la conformaron las facturas de las ventas realizadas en septiembre, octubre y noviembre y la muestra la conformaron 40 facturas. Los resultados indican que realizar una buena gestión de almacén dentro de la organización ayudará a tener los procesos de recepción, almacén e inventario mucho más ordenados, logrando reducir la insatisfacción en al menos tres puntos porcentuales. Se concluyó que la gestión si ayuda a aumentar la satisfacción de los clientes, dicha satisfacción incrementó en 5.92%, así mismo la fiabilidad en 4.48% y finalmente la capacidad de respuesta en 2.71%.

Ariluz (2018), en su tesis *Aplicación de la gestión de almacenes para incrementar la satisfacción del cliente en el almacén de la empresa SCORPIO GROUP S.A., Cercado de Lima, 2018*. Universidad Cesar Vallejo, Perú,

presentó como fin determinar cómo el manejo de la gestión de los almacenes aumenta la satisfacción de los clientes, siendo tipo cuantitativa con un diseño cuasi – experimental, donde se usó a la observación como técnica y la ficha de recolección de datos como instrumento, la población y la muestra estuvo compuesta por todos los colaboradores de la organización y los procesos de atención al cliente. Los resultados indicaron que una buena gestión de almacén permite que se reduzcan los costos de los productos almacenados, de igual manera ayuda a incrementar la cantidad de órdenes de compra de los clientes, a realizar entregas a tiempo y cumplir con todos los despachos, generando así mayor confianza y seguridad hacia los clientes y consigo una mejor satisfacción. En conclusión, el aplicar la gestión de almacenes dentro de la organización si logró aumentar la satisfacción de sus clientes.

Lora (2017) en su tesis *Gestión de almacenes y la comunicación en la atención al cliente de la subgerencia de Almacenamiento de la Gerencia Central de Logística de la Sede Central de Essalud, Lima 2017*. Universidad César vallejo, Perú, la cual tuvo como fin identificar la correlación entre las variables gestión de almacén y comunicación en la atención al cliente, siendo tipo cuantitativa, diseño no experimental – transversal, usando la encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento respectivamente, además la población y la muestra estuvieron conformadas por 30 colaboradores. Como resultado se encontró que, el 57.1% de los encuestados indicaron que la gestión de almacenes es poco deficiente, mientras que por otro lado el 50% señala que la comunicación en la atención al cliente es regular. En conclusión, se pudo confirmar que, ambas variables si tienen relación, fundamentadas con una significancia de 0.000, y una correlación de Pearson de 0.927.

Tello (2019), en su tesis *La Gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019*. Universidad Cesar Vallejo, Perú, su objetivo fue determinar la relación de la variable gestión de almacenes con la variable atención oportuna a los clientes, fue de tipo aplicada con un diseño no experimental-transversal, usando la encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento respectivamente, así mismo tuvo una población de 350 empleados y una muestra de 183 empleados



de Anypsa Corporation SA. Se obtuvo como resultado que una adecuada gestión de las mercancías en almacén ayudará en la gestión de ingreso y salidas de dichas existencias permitiendo llevar el control y monitoreo de stock de los productos para así satisfacer de manera oportuna en el despacho al cliente. En conclusión, se puede determinar que si existe una relación entre las variables.

Como antecedentes locales se han considerado los siguientes:

Varas (2018) en su tesis *Gestión de almacén y su efecto en la productividad de la empresa BSP obras EIRL de construcción de viviendas modulares en Chao – Trujillo 2018*. Universidad Cesar Vallejo, Perú, tuvo como objetivo determinar cuál es el efecto de la variable gestión de almacén en la productividad de la organización, de tipo descriptivo – correlacional, de diseño relacional, las técnicas aplicadas fueron el análisis documentario y la observación semiestructurada, como instrumentos la ficha de acopio y registro de datos, su población está compuesta por 77 viviendas modulares de Chao, la muestra está compuesta por 35 viviendas modulares de Chao. Como resultado se encontró que, existe relación entre ambas variables. En síntesis, la gestión de almacén contribuye un nivel alto del 74% con respecto al costo de almacenamiento de las mercancías y un 47% con el tiempo de almacenamiento de las mercancías.

Sebastián (2020) en su tesis *Mejora de la Gestión de Inventarios para aumentar la Satisfacción del Cliente en la empresa Aviera SAC, Trujillo 2020*. Universidad Cesar Vallejo, Perú, el estudio realizado en la empresa dedicada a brindar servicios de limpieza y mantenimiento, tuvo como objetivo aumentar el nivel de satisfacción de los clientes mediante la mejora de gestión de inventarios, de tipo aplicada con diseño descriptiva, las técnicas usadas fue la encuesta, análisis documental de medición de indicadores y análisis documental de modelamiento de inventario, como instrumentos utilizados fue el SERVQUAL, Registro de indicadores y Método ABC, la población estuvo conformada por 2 poblaciones, la primera por los productos que conforman el inventario para la venta hacia los clientes de Aviera SAC, la segunda por 13 clientes de Aviera SAC, así mismo la muestra es igual a la población. Como resultado se obtuvo que, en un 31% los clientes se encuentran totalmente en

desacuerdo y en un 29% en desacuerdo con los procesos que realiza la Aviera SAC entre ellas tenemos: el retraso de la entrega de sus despachos ocasionado por la carencia de stock, la impuntualidad en la entrega y por no atender ni responder de manera oportuna sus interrogantes, todo esto le conlleva a un 60% de insatisfacción por parte del cliente. En conclusión, la satisfacción por parte del cliente de la organización no es la adecuada ya que, presenta retrasos en la entrega de sus mercancías permitiendo no cumplir con el requerimiento de los clientes.

Acuña (2018) en su tesis *Gestión de Almacén de insumos para mejorar el sistema de Inventarios de la empresa Pesquera Exalmar SAA, Chicama 2018*. Universidad Nacional de Trujillo, Perú, tuvo como objetivo explicar que la variable gestión de almacén de insumos mejora el sistema de inventarios de la empresa, de tipo descriptivo – transversal, las técnicas empleadas son la encuesta, la observación directa y por último, una revisión documental, como instrumentos utilizados fue el cuestionario, entrevista, tiene como población todos los materiales e insumos de la empresa dentro del periodo 2012-2017, la muestra estuvo compuesta por el departamento de almacén de insumos. Se obtuvo como resultado que, el 80% nunca y casi nunca existe un adecuado orden dentro de su almacén y que la mayoría de sus productos de la organización no están totalmente codificados según el rubro. En conclusión, la gestión de almacén de la empresa pesquera se identificó múltiples errores como un inadecuado inventario, productos sin stock, la base de datos del manejo de inventarios estaba desactualizada, los encargados de almacén no cumplían con las funciones encomendadas, entre otros.

Lezcano (2019) en su tesis titulada *Calidad de servicio y la Satisfacción del Cliente de la empresa Calzature Gianella, en la Ciudad de Trujillo 2019*. Universidad Privada del Norte, Perú, tuvo como objetivo determinar la correlación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente de Calzature Gianella, fue de tipo no experimental - correlacional, con diseño transversal, usando la encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento respectivamente, se empleó como población a 324 clientes de Calzature Gianella, y una muestra de 176 clientes de dicha empresa. Se obtuvo como

resultado que, el 62.5 % de los encuestados manifestaron estar de acuerdo con la calidad de servicio y la satisfacción que le brinda la empresa. En conclusión, se encontró que, las variables si tienen relación con un valor de 0.493, y una significancia positiva moderada.

La primera variable es Gestión de Almacén, y la definen así: Rubio y Villaroel. (2012) en su libro señaló que esta variable hace referencia a aquel proceso logístico encargado de la recepción, almacenamiento y movimiento en un almacén (de materias primas, de productos semielaborados o terminados). (p.10). Iglesias (2012) indica que la gestión de almacén forma parte de la función logística la cual permite tener cerca los productos a los diferentes mercados, facilitando el servicio al cliente. Por otro lado, según los autores Stopka y Luptak (2018) expresan que dicha variable juega un papel clave en toda empresa, que involucra procesos dentro del almacén desde la recepción, almacenamiento y movimiento de materiales o productos, además realizar una adecuada gestión de almacenes conlleva a ser más competitivos porque permite soluciones de manera inmediata a las necesidades del cliente. Por otro lado, la Gestión de almacén inicia en la recepción de los pedidos hasta que sale el producto del almacén (Shashidharan y Shameem, 2021).

La primera dimensión es Recepción, Calzado (2020) expresa que la recepción inicia con la entrada de productos al almacén con las especificaciones detalladas de cada producto según la orden de compra, así mismo se debe realizar la verificación correspondiente para dar conformidad y posteriormente realizar los registros de los productos que ingresan, de no estar conforme con el producto se debe inmediatamente informar al proveedor.

A continuación, diversos autores definen los indicadores de la dimensión Recepción: El indicador Planificación para Dudziak y Szymlet (2020) es un procedimiento estratégico que proporciona soluciones, junto con los objetivos estratégicos de la organización, cuya finalidad es tener una ventaja competitiva.

El indicador descarga según Calzado (2019) expresa que es aquel desplazamiento que se expone las mercancías, es decir las mercancías salen del transporte para que se traslade al lugar de destino (almacén).

El indicador Verificación consiste en verificar la mercadería según los documentos brindados (guía de remisión) según las especificaciones del producto (modelo, cantidad, color, etc) para así dar conformidad a lo establecido, el cliente debe recibir su pedido de acuerdo a lo solicitado, sin errores (Dudziak y Szymlet, 2020).

Seguidamente, la segunda dimensión es Almacenamiento, donde Gonzales et al. (2019) manifiesta que una empresa de cualquier rubro debe disponer de un almacén amplio y ordenado para sus mercancías, pero para poder lograrlo se debe realizar un estudio de cómo será el almacén, que rol tendrá y que productos deben ser almacenados dependiendo del volumen, peso, color, modelo, etc., además al disponer de un adecuado almacén con las condiciones favorables permite ubicar más rápido un producto, obtener un mayor resguardo, custodia y control de los productos para posteriormente abastecer al cliente.

Y en cuanto a los indicadores referentes a la dimensión Almacenamiento se encuentran los siguientes: El indicador Custodia y Mantenimiento, Rebelo et al. (2021) menciona que tiene la finalidad de salvaguardar las mercancías según como fue ingresada al almacén, así mismo se debe realizar un mantenimiento o limpieza para prevenir deterioros o daños de los productos.

Según Pereira et al. (2019) manifiesta que el indicador disponibilidad de stock, es aquel conjunto de mercancías que se encuentra en almacenan para su posterior salida, permitiendo disponer de ello en el momento oportuno, además disponer de stock de un producto en almacén es importante porque permite poder satisfacer al cliente frente a un pedido que desea realizar, finalmente al no disponer de stock y al ser un producto más vendido, la empresa debe solicitar abastecimiento de dichos productos a sus proveedores.

El indicador Ubicación, según los autores Viera et al. (2017) manifiestan que la ubicación de los materiales y/o productos dentro del almacén deben ubicarse de manera ordenada de acuerdo a su clasificación del producto, rotación generada, relevancia para la organización y para un beneficio común permitiendo ubicar de manera rápida los productos y le sea fácil también para

los almaceneros, así mismo, expresan que los productos más vendidos o más urgentes su ubicación debe estar cerca al área de salida ya que son los que más ingresos dan; luego aquellos productos de intermedia rotación debe estar ubicados en las zonas intermedias del almacén y por ultimo los productos de menos importancia se debe almacenar en los lugares de menor salida porque su rotación es lenta.

El indicador Etiquetado, Shashidharan y Shameem (2021) manifiesta que la etiqueta es primordial en una mercancía, logrando estar a la vista en el empaque o colocada en el mismo producto, cuyo fin es brindar información a los clientes de lo que compra, así mismo le permite reconocer el producto con más facilidad.

Finalmente, el indicador Conocimiento de productos, según Gretel et al. (2017) es brindar una adecuada atención al cliente, el trabajador debe tener conocimiento e información del producto que ofrecen, así mismo la distribución de cada una de ellas y lo más importante el precio de cada mercadería para conocimiento del cliente.

La tercera dimensión Movimiento según Acuña (2018) manifiesta que es un subproceso dentro del almacén debido a la rotación de los materiales de un lugar a otro en dicho almacén, así mismo hace referencia que, las mercancías que ingresan y salen de almacén es muy diverso.

Los indicadores de la dimensión movimiento son definidos de la siguiente manera: Primeramente, el indicador Registro y Control hace referencia a la acción de registrar toda la información de las mercancías que tienen entrada y salida del almacén, cuya finalidad es llevar un control en el conteo y/o verificación de todos los productos, prevenir riesgos e irregularidades en las existencias, obtener una información exacta y detallada de todos los productos, entre otros (Pérez y Wong, 2018). Finalmente, el indicador Lead Time también conocido como tiempo de entrega, se refiere al tiempo transcurrido desde que se genera un pedido (orden de pedido) hasta que se realiza la entrega de dicho pedido al cliente. (Mauleón y Prado, 2021, p.376).

La segunda variable es Satisfacción del cliente, y a continuación la definen diversos autores: Kotler y Keller. (2012) indican que es aquel conjunto de sentimientos positivos o negativos que se originan en las personas como resultado de comparar el valor percibido al usar un producto frente a las expectativas. (p.128). En su artículo Kusumawati et al. (2021), manifiestan que dicha variable hace referencia a los niveles de sentimientos que muestra un individuo luego de haber realizado una compra y, comparar las expectativas que tenía sobre la atención y el producto. Por otro lado, tener un cliente satisfecho es primordial en una organización, el cliente al comprar un producto y/o adquirir un servicio se basa en la calidad, la atención, entrega oportuna de su pedido, precio y otros indicadores que cumplan con sus necesidades y expectativas (Castro et al., 2019).

Para esta segunda variable se tomó en cuenta las dimensiones que se presentan a continuación:

La primera dimensión es Calidad, donde Palma et al. (2018) se refieren a la calidad como aquella que convierte tanto necesidades como expectativas del cliente en algo cuantificable y medible, siendo esta la única ruta para diseñar y crear productos por los cuales los clientes estarían dispuestos a pagar, logrando así generar en ellos una plena satisfacción.

Los indicadores de la dimensión Calidad son definidos por diversos autores de la siguiente manera: La capacitación del personal es una pieza clave dentro de la organización para que así los colaboradores y responsables den lo mejor de sí, este proceso es asumido por cada empresa con la finalidad de potenciar las habilidades de los colaboradores logrando que sean más eficientes y productivos (Barrientos et al., 2018).

Jain y Vijita (2018) expresan que la calidad de servicio es la diferencia que hay en la percepción y las expectativas del cliente, esto quiere decir que mientras la diferencia sea mayor, mayor será la exigencia de mejora continua en la calidad de servicio para el proveedor de dicho servicio. Infraestructura, aquel conjunto de instalaciones, elementos y/ servicios que son indispensables para el buen funcionamiento de cualquier empresa (Kotler y Keller, 2012).

Equipos, son el conjunto de elementos (maquinas, dispositivos, etc.) que se requieren dentro de una organización para lograr conseguir las metas u objetivos (Kotler y Keller, 2012).

La segunda dimensión es Valor Percibido, Jianli et al. (2021) indican que es la evaluación que dan los clientes acerca de la utilidad del producto o servicio adquirido, y esta depende de la percepción de dos componentes “dado” y “recibido” y, además hace énfasis en que las personas muestran diferentes valores percibidos frente a un mismo producto o servicio.

Sus indicadores de la dimensión Valor Percibido se definen de la siguiente manera: El indicador valor económico está relacionado a la cantidad de dinero, tiempo, esfuerzo y de más recursos que un cliente/consumidor debe ofrecer para conseguir un producto o servicio (Gadeikiene y Svarcaite, 2021).

El indicador Percepción calidad, es aquella percepción que tienen los clientes sobre un producto o servicio y siempre estará relacionado aquello esperado con lo recibido, es por eso que toda empresa debe hacer el esfuerzo en brindar siempre lo que se promete con el producto y/o servicio (Solanelas y Macías, 2019).

La tercera dimensión es Confianza, Dewobroto et al. (2022) indican que la confianza del consumidor es aquella comprensión que tienen hacia los beneficios y atributos de un objeto (persona, producto, servicio, empresa, etc.). Así mismismo se refiere a todos los conocimientos que los clientes tienen y las conclusiones que estos sacan sobre sus características, intereses y propósitos.

Los indicadores de la dimensión Confianza son definidos por diversos autores de la siguiente manera: El indicador fidelidad es aquella actitud positiva que sale como resultado de la unión entre la satisfacción del cliente y, las acciones de consumo duradero y estable de los consumidores hacia una empresa (Duque et al., 2017).

El indicador Recomendación, es aquella acción de sugerir a otra persona algún producto, servicio o idea que en algún momento se ha adquirido (Kotler y Keller, 2012, p.138).

El indicador Innovación, Marín-García et al. (2021) mencionan que abarca los cambios que se realizan dentro de una organización ya sea en la marca, procesos, producto, servicio, atención al cliente, equipamiento, formas de organización, recursos humanos, entre otros, con el fin de ser más competitivos dentro del mercado y lograr la satisfacción del consumidor.

Indicador Necesidades, según Kotler y Keller. (2012) son requerimientos básicos del ser humano, estos pueden ser la vestimenta, educación, aire, agua, etc., los cuales luego se vuelven en deseos cuando se rigen a cosas específicas que podrían satisfacer alguna necesidad. (p.10).

La última dimensión es Expectativas, Dlamini y Barnard (2020), definen a la expectativa como aquella diferencia que hay entre el servicio adecuado y aquello que los clientes esperan, puesto que muchos de los consumidores vienen con ciertas expectativas sobre el producto que se ofrece y califican lo que recibieron contra lo que realmente esperaban.

Los indicadores de la dimensión expectativas son definidos por diferentes autores de la siguiente manera: El indicador Información es el conjunto de datos que permite conocer algo más a fondo, es por ello la información debe estar disponible para ser usada en cualquier momento y así reducir la incertidumbre (Chiavenato, 2019).

El indicador Conocimiento, es aquel activo invisible que se encuentra en el cerebro de ser humano o, en ciertos casos, se halla guardado en sistemas de información administrados a través de reportes, perfil de productos/servicios, etc. (p.80).



### **III. METODOLOGÍA:**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación:**

##### **3.1.1. Tipo de investigación:**

Este estudio fue de tipo aplicada, puesto que estuvo enfocada en establecer, por medio del juicio científico, aquellos medios necesarios para cubrir alguna necesidad reconocida o específica (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica [CONCYTEC], 2020, p. 5).

##### **3.1.2. Diseño de investigación:**

El estudio fue de diseño no experimental – transversal correlacional.

Un estudio de diseño no experimental es aquel que se basa en observar diferentes situaciones o fenómenos para posteriormente analizarlos, sin realizar ninguna manipulación entre variables. (Hernández et al., 2014, p. 152).

Es transversal, puesto que se recolectó información en un momento específico. (Hernández et al., 2014, p. 154).

El estudio fue correlacional, ya que se estableció relación entre una variable y otra, la cual se fundamenta en planteamientos e hipótesis correlaciones (Hernández et al., 2014, p. 157).

El enfoque fue cuantitativo, dado que se recogieron datos numéricos para comprobar la hipótesis planteada y estudio estadístico, con la finalidad de contrastar teorías (Hernández et al., 2014, p. 154).

#### **3.2. Variables y operacionalización:**

Variable independiente (X): Gestión de Almacén

Variable dependiente (Y): Satisfacción del Cliente

La operacionalización se encuentra en anexos. (Anexo 04)

### **3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis:**

#### **3.3.1. Población:**

Los autores Hernández et al. (2014) expresaron que la población viene a ser el conjunto de elementos a estudiar y que tienen ciertas especificaciones en común (p. 174). Y la presente investigación estuvo conformada por 100 clientes de la empresa Shakira Mia E.I.R.L. en el año 2022, los cuales son la cantidad total de clientes frecuentes registrados en la base de datos.

Dentro de los criterios de selección esta lo siguiente:

**Criterios de inclusión:** Personas registradas en la base de datos de Shakira Mia que hicieron compras y personas mayores de edad ( $\geq 18$ ).

**Criterios de exclusión:** Personas no registradas en la base de datos de Shakira Mia que no hicieron compras y personas menores de edad ( $< 18$ ).

#### **3.3.2. Muestra:**

La muestra del estudio fue censal, ya que este tipo de muestra representa al total de la población, esto quiere decir que se usó como muestra a 100 clientes de la empresa Shakira Mia E.I.R.L. en el año 2022.

#### **3.3.3. Muestreo:**

El muestro que se usó fue por conveniencia no probabilístico.

#### **3.3.4. Unidad de análisis**

Un cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

El estudio tuvo a la encuesta como técnica y además al cuestionario como instrumento, los cuales fueron debidamente validados por expertos y con su respectiva confiabilidad. De acuerdo a lo expuesto por Hernández et al. (2014) en su libro, el cuestionario es aquel conjunto de interrogantes referentes a una o más variables de estudio las cuales serán medidas.

El cuestionario para la investigación estuvo compuesto por 23 ítems, el mismo que estuvo dividido en base a las dimensiones de las variables de análisis, dirigido a aquellos clientes frecuentes de Shakira Mia E.I.R.L., los ítems del cuestionario que se aplicó a los clientes fueron de naturaleza ordinal y con escala de Likert, con una categorización del 1 al 5, donde 1 equivale a “Nunca”, 2 “Casi Nunca”, 3 “A veces”, 4 “Casi Siempre” y 5 “Siempre”. El cuestionario para las variables de estudio fue utilizado de la tesis denominada La Gestión de Almacén y su Influencia en la Satisfacción del Cliente de la distribuidora Herich Motocross – Chimbote 2019, realizada por los autores Cobos, J. A. y Veneros, M. K. (2019).

En lo que respecta a la validez del cuestionario, este fue validado por 4 expertos en la rama de estudio, siendo el Mg. Chacón Arenas Edinson Miguel, Mg. Pulido Joo Luis Alexander, el Dr. Figueroa Rojas, Patricia del Valle y el Mg. Ciudad Fernández, Pablo Ricardo quienes corrigieron ciertas fallas en la redacción y aquella información innecesaria en el instrumento. (Anexo 05). Por otro lado, se determinó la confiabilidad del cuestionario con una prueba piloto aplicada a 35 clientes de Shakira Mia, donde se obtuvo una confiabilidad de 0.955, confirmando así que dicho instrumento es confiable. (Anexo 05)

### **3.5. Procedimientos:**

Para lograr definir el problema de investigación se había conversado previamente con el gerente de Shakira Mia, el cual comentó la situación problemática por la que atravesaba su área de almacén y las demoras que ocasionaban a los clientes con sus pedidos, lo que despertó mucho interés en los investigadores, para determinar si la Gestión de Almacén influye en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022, solicitando a Shakira Mia la autorización para lograr recoger los datos necesarios, luego de haber obtenido la autorización, se realizó una revisión bibliográfica, se establecieron los objetivos, se fijaron las hipótesis y se logró delimitar la población junto con la muestra. Finalmente, después de haber realizado una revisión por varios días se llegó a determinar el instrumento que serviría para el óptimo recojo de los datos.

### **3.6. Método de análisis de datos:**

Para procesar los datos se empleó la estadística descriptiva la cual sirvió para realizar tablas de frecuencia y figuras para lograr una comprensión clara y rápida acerca de las variables a estudiar. Así mismo se utilizó el método estadístico inferencial para comprobar la hipótesis planteada en el estudio. Por otro lado, para identificar la relación entre las variables de investigación se usó Rho de Spearman, mientras que para procesar los datos se usó los programas SPSS V. 27 y Microsoft Office Excel 2021.

### **3.7. Aspectos éticos:**

La investigación cumplió con ciertos criterios como el respeto a la producción científica por medio del uso de citas y referencias dando la autoría necesaria a los autores, el cumplimiento a lo dispuesto en la RESOLUCIÓN RECTORAL N° 760-2007/UCV CÓDIGO DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, en lo que respecta a la originalidad, se cumplió con citar adecuadamente las fuentes consultadas basándose en los estándares de publicación internacional y para ello se ha hecho uso de las Normas APA con la finalidad de hacer cumplir las buenas prácticas de investigación, velando por la independencia e integridad reservada de cada uno de los participantes, además se respetó la autenticidad y veracidad de la investigación siguiendo principios éticos:

Autonomía, porque las personas involucradas en la presente investigación tuvieron la opción de participar o retirarse de la investigación.

Respeto a la propiedad intelectual, porque se respetó los derechos de autor de los demás investigadores evitando de manera total o parcial el plagio de las investigaciones.

Probidad, porque se actuó con honestidad y autenticidad, ya que no existió manipulación alguna sobre los datos y los resultados que se obtuvieron.

Justicia, porque el trato a los participantes de la presente investigación fue igualitario.

#### IV. RESULTADOS:

**O. E 1:** Identificar el nivel de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

**Tabla 1**

*Nivel de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.*

Nivel	Clientes	
	fi	%
Muy Bueno	2	2%
Bueno	20	20%
Regular	66	66%
Malo	11	11%
Muy Malo	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Datos recolectados del cuestionario aplicado a clientes de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

Según la tabla 1, se puede identificar que el 66% de los clientes que fueron encuestados de Shakira Mia, indicaron que el nivel de Gestión de Almacén refleja un nivel Regular.

**Tabla 2**

*Niveles de las dimensiones de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.*

Nivel	Recepción		Almacenamiento		Movimiento	
	Fi	%	fi	%	fi	%
Muy Bueno	1	1%	9	9%	10	10%
Bueno	17	17%	20	20%	13	13%
Regular	58	58%	65	65%	44	44%
Malo	24	24%	5	5%	11	11%
Muy Malo	0	0%	1	1%	22	22%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Datos recolectados del cuestionario aplicado a clientes de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

Según la tabla 2, se puede apreciar que en la dimensión Recepción, el 58% de los clientes encuestados indicaron que la empresa Shakira Mia presenta un nivel Regular, mientras que el 65% de los encuestados de la empresa Shakira Mia indicaron que el nivel de almacenamiento de la mercadería está en un nivel Regular a Muy Malo, y, por último, el 44% de los clientes de Shakira Mia indicaron que el nivel de movimiento se encuentra situado en un nivel Regular.

**O. E 2:** Identificar el Nivel de Satisfacción del cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

**Tabla 3**

*Nivel de Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.*

Nivel	Clientes	
	Fi	%
Muy Satisfecho	11	11%
Satisfecho	22	22%
Ni Satisfecho Ni Insatisfecho	67	67%
Insatisfecho	0	0%
Muy Insatisfecho	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Datos recolectados del cuestionario aplicado a clientes de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

En la tabla 3, se aprecia según el Nivel de Satisfacción que, el 67% de los clientes encuestados de Shakira Mia indicaron estar en un nivel de Ni Satisfechos Ni Insatisfechos.

**Tabla 4**

*Niveles de las dimensiones de Satisfacción del Cliente la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.*

Nivel	Calidad		Valor Percibido		Confianza		Expectativa	
	Fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Muy Satisfecho	13	13%	11	11%	13	13%	6	6%
Satisfecho	19	19%	10	10%	18	18%	22	22%
Ni Satisfecho Ni Insatisfecho								
Insatisfecho	67	67%	61	61%	68	68%	56	56%
Insatisfecho	1	1%	17	17%	1	1%	16	16%
Muy Insatisfecho	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%
<b>TOTAL</b>	100	100%	100	100%	100	100%	100	100%

Fuente: Datos recolectados del cuestionario aplicado a clientes de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

De acuerdo con la tabla 4, se aprecia que el 67% de los clientes encuestados de Shakira Mia indicaron en la dimensión Calidad estar Ni Satisfechos Ni Insatisfechos, mientras que el 61% de los clientes precisaron en la dimensión Valor Percibido estar Ni Satisfechos Ni Insatisfechos, por otro lado, el 68% de los clientes indicaron en la dimensión Confianza estar Ni Satisfechos Ni Insatisfechos, finalmente el 56% de los clientes encuestados de Shakira Mia indicaron en la dimensión Expectativas estar Ni Satisfechos Ni Insatisfechos.



## Contrastación de hipótesis general

H0: La Gestión de Almacén no influye positivamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

Hi: La Gestión de Almacén influye positivamente en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir - 2022.

**Objetivo General:** Determinar si la Gestión de Almacén influye en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

### Tabla 5

*Correlación entre Gestión de Almacén y la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022*

			Gestión de Almacén	de Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Gestión de Almacén	Coefficiente de correlación	de 1,000	,807**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Satisfacción del Cliente	Coefficiente de correlación	de ,807**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

Fuente: Datos recolectados del cuestionario aplicado a clientes de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

Se puede observar en la tabla 5 que, hay suficiente evidencia para aceptar la hipótesis alternativa, por consiguiente, se puede afirmar que la Variable 1 tiene un efecto altamente significativo sobre la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022, ya que el p valor es menor a 0.01. Además, el Rho de Spearman de 0.807 señala que entre las variables existe una correlación positiva muy fuerte.

## V. DISCUSIÓN:

Después de los resultados que se llegaron a obtener se realizó una síntesis de todos los hallazgos comparándolos con los antecedentes incluidos en la presente investigación y a su vez con las teorías expuestas referente a las variables de estudio.

Respecto al primer objetivo específico:

Los resultados obtenidos de las tablas número 1 y número 2 señalan que el Nivel de Gestión de Almacén de Shakira Mia se encuentra en un nivel Regular con un 66%, y se debe a que no se recepciona adecuadamente la mercadería que llega a la empresa, no se almacena de acuerdo a los criterios pertinentes del producto, no se realizan inventarios, no existe un control sobre las salidas de mercancías, etc., y esto lo confirma la tabla número 2 donde se puede evidenciar que las tres dimensiones se encuentran en un nivel regular. La primera dimensión Recepción con un 58%, ya que entre las dificultades que presenta la empresa encontramos que, no se realiza una adecuada planificación de la demanda de los productos, los trabajadores descargan de manera rápida y sin cuidado la mercadería que ingresa, porque se enfocan más en el tiempo que les toma realizar dicha actividad, más no en el cuidado y el buen estado de los productos, además no realizan un control de la mercadería que llega para constatar que todo este conforme, solamente se guían a lo indicado por la guía de remisión del proveedor. La segunda dimensión Almacenamiento con un 65%, debido a que, el almacén de Shakira Mia no está ordenado de manera correcta según los criterios pertinentes de cada producto conllevando a que el trabajador no pueda ubicar rápidamente los productos solicitados por los clientes, a que desconozcan sobre la disponibilidad de stock por falta de la realización de inventarios, etc. La tercera dimensión Movimiento con un 44%, ya que los productos despachados a los clientes en ciertas ocasiones se van con fallas y/o faltantes, y el tiempo de entrega de los pedidos es un poco lento, es por ello que los clientes tienen que realizar su pedido con días de anticipación y/o estar insistiendo a la empresa para que lo alisten. Estos resultados son validados con la teoría de los autores Villaroel y Rubio (2012) quienes indican que al gestionar

de manera adecuada el almacén se logra mejorar el servicio que se brinda al cliente por medio de la aceleración de procesos de gestión de pedidos, optimización de las actividades de almacén suministrando mejor el inventario y una mejor distribución del almacén.

Por otra parte, los resultados son similares a los que obtuvieron los autores Cobos y Veneros (2019) en su investigación, donde el 55% de sus encuestados consideraron que el nivel de gestión de almacén de Herich Motocross se encuentra en un rango de regular a muy malo. Por otro lado, Lora (2017) obtuvo que el 57.1% de sus encuestados consideran que la gestión de almacén de la Subgerencia de Almacenamiento es Poco Eficiente. Por consiguiente, se confirma que Shakira Mia tiene que implementar estrategias para mejorar la gestión que lleva dentro de su almacén, tal como lo indicado por el autor Sebastián (2020) un plan de gestión de inventarios dentro del almacén (Análisis ABC y Modelo EOQ), el cual ayuda a incrementar la satisfacción de los clientes, pues en su investigación realizada logró mejorar de manera significativa el nivel de satisfacción en una empresa Aviera.

Respecto al segundo objetivo específico:

Los resultados obtenidos de las tablas número 3 y número 4 señalan que el nivel de satisfacción del cliente de Shakira Mia se encuentra en un nivel de Ni Satisfecho Ni Insatisfecho con un 67%, y se debe a que sus pedidos en ciertas ocasiones salen con fallas retrasando la producción del cliente, pedidos incompletos, demoras en la entrega de pedidos, etc., y esto lo confirma la tabla 4 donde se puede evidenciar que sus cuatro dimensiones se encuentran en un nivel de Ni Satisfecho Ni Insatisfecho; la primera dimensión llamada Calidad con un 67%, porque los clientes consideran que la empresa Shakira Mia E.I.R.L cuenta con las instalaciones y equipos adecuados para brindar un buen servicio, sin embargo no cuentan con una buena planificación, organización y control dentro de su almacén, ni tampoco dan uso a los sistemas informáticos con los que cuenta la empresa para brindar una mejor atención al cliente; la segunda dimensión llamada Valor Percibido con un 61%, ya que sus clientes consideran que los precios de los productos son un poco elevados y la calidad de algunos

de sus productos es deficiente , puesto que no cuentan con un equipo capacitado que se encargue de verificar las mercancías; la tercera dimensión llamada Confianza con un 68%, dado que, algunos clientes señalan optarían por cambiar de proveedor si otras empresas comerciales ofrecieran los mismos productos que Shakira Mia a un menor precio, además algunos clientes si recomendarían a Shakira Mia con otros fabricantes de calzado, ya que es una de las empresas que puede abastecer productos en grandes volúmenes, por otro lado los clientes consideran que la empresa puede mejorar en diferentes aspectos e implementar mejoras en su almacén para dar un buen servicio al cliente, finalmente, los clientes señalan que no siempre los productos ofrecidos se adaptan a sus necesidades. La cuarta dimensión llamada Expectativas con un 56%, debido a que el cliente espera aún más de la información y explicaciones que brinda el personal sobre los productos y/o pedidos. Estos resultados son validados con la teoría expuesta por los autores Kotler y Keller (2012) quienes señalan que, para que un cliente defina un buen nivel de satisfacción la empresa debe tener en cuenta la calidad de sus productos o el servicio que se brinda, como por ejemplo, realizar entregas satisfactorias, es decir, hacer una entrega a tiempo, anticipada, recepcionar pedidos completos, evitar enviar productos con fallas etc., de tal manera que los distintos clientes puedan afirmar que se sienten altamente satisfechos.

Por otro lado, los resultados de la investigación son similares a los que obtuvieron diversos autores en sus estudios, dentro de ellos están Cobos y Veneros (2019) quienes, en su investigación, obtuvieron que el 54% de los clientes encuestados de Herich Motocross consideraron que su nivel de Satisfacción se encuentra en un rango de Ni Satisfechos Ni Insatisfechos a Muy Insatisfechos. Por otro lado, los autores Contreras y Granados (2019) en su investigación encontraron que el 54.5% de los clientes de Wander SAC calificaron su nivel de satisfacción como Regular, de igual forma, Sebastián (2020) en sus resultados más sobresalientes destacó que los clientes en tres dimensiones se encuentran insatisfechos debido al mala gestión de inventarios que realiza la empresa Aviera. Por consiguiente, se corrobora que Shakira Mia

necesita incrementar el nivel de satisfacción de sus clientes, para así lograr fidelizarlos y que se identifiquen con la empresa de manera positiva.

Respecto al objetivo general:

Los resultados obtenidos en la tabla número 5 señalan que entre la Gestión de Almacén y la Satisfacción del Cliente existe una relación positiva muy fuerte, con un Rho de Spearman igual a 0.807, además los resultados permiten tener evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula y aceptar la alternativa, ya que la significancia fue inferior a 0.05, por lo tanto, se puede afirmar que la Satisfacción del Cliente esta influenciada por la forma en la que se gestiona el almacén en la empresa Shakira Mia E.I.R.L. por ende la satisfacción de los clientes incrementará si la empresa realiza una buena gestión en su almacén y esto significa que, se debe recepcionar de manera adecuada los productos que ingresan al almacén para tener un mejor control en las existencias, así mismo un buen almacenamiento para un mejor orden en los productos y finalmente contar un registro adecuado del movimiento de las mercancías dentro de almacén. Dichos resultados son validados con la teoría expuesta por el autor Iglesias (2012) quien señala que el almacén se ha llegado a convertir en un factor clave dentro de la cadena logística, debido a la influencia que tiene sobre el servicio que se brinda a los clientes, y a su vez indica que la gestión adecuada del almacén permite llegar a los clientes con la cantidad suficiente de stock (productos y/o materias primas), para así lograr un mejor nivel de satisfacción del cliente.

Desde otra perspectiva, los hallazgos de la investigación son similares a los resultados encontrados en los estudios realizados por los autores Cobos y Veneros (2019) quienes obtuvieron una significancia=0.0000 menor a 0.05, pudiendo así aceptar su hipótesis alterna, y además un resultado de Rho = 0.624, demostrando así la existencia de una relación positiva considerable entre Gestión de Almacén y Satisfacción del Cliente. Por otro lado, Contreras y Granados (2019) llegaron a concluir que existe influencia modera entre Gestión de Almacén y Satisfacción del Cliente, T-Student=25.36. Adicionalmente, Huamán y Jara (2019) en su estudio pudieron evidenciar mejoras en la

Satisfacción del Cliente al aplicar la Gestión de Almacén dentro de una ferretería de Ate, pues esta pasó de un 65.84% a un 71.76%, asimismo, Ariluz (2018) por medio de su investigación pudo evidenciar grandes mejorías en la satisfacción del cliente de la empresa SCORPIO GROUP S.A. al aplicar la metodología 5s dentro de la gestión de almacén, la cual pasó de 62.17% a 93.33%.

## VI. CONCLUSIONES:

1. De acuerdo al objetivo específico 1, se identificó el nivel de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mía E.I.R.L., El Porvenir – 2022, donde se obtuvo que la empresa presenta un Nivel Regular, ya que el proceso de recepción de mercaderías no es el adecuado (se obvia el contraste de la mercadería que llega frente a lo que prescribe la guía de remisión), no se realiza la clasificación pertinente de materiales cuando se almacena y no existe un registro del movimiento que tiene la mercadería dentro del almacén.
2. De acuerdo al objetivo específico 2, se identificó el nivel de Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mía E.I.R.L., El Porvenir –2022, donde se halló que los clientes se encuentran en un nivel de Ni Satisfechos Ni Insatisfechos. Y esto se debe a que la calidad de algunos productos no cumple con las expectativas de los clientes, además el precio fijado no está alineado a la calidad que se ofrece, y es por ello que algunos clientes prefieren cambiar de proveedor y evitar recomendar a otras personas el servicio y/o productos que ofrece Shakira Mia.
3. En base al objetivo general, se determinó que la Gestión de Almacén influye de forma positiva muy fuerte en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mía E.I.R.L., El Porvenir – 2022, puesto que se obtuvo la Rho de Spearman igual a 0.624, así mismo se rechazó la hipótesis nula de forma altamente significativa y se aceptó la hipótesis alternativa, ya que el valor de significancia fue de 0.000, inferior a 0.01, esto indica que, si hay una buena gestión de almacén dentro de Shakira Mia, la satisfacción de los clientes van a incrementarse debido a que, el cliente siempre espera que su mercadería que se le entrega sea la adecuada, sin fallas ni errores y en un tiempo oportuno, sin esperas ni retrasos para que permanezca fidelizado satisfactoriamente con la empresa, es por ello que una adecuada gestión dentro del almacén es la pieza clave para que el cliente se encuentre satisfecho.

## **VII. RECOMENDACIONES:**

Se recomienda implementar estrategias de mejora dentro de la gestión de almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., tales como el método ABC, método de las 5s y método EOQ, los cuales permitirán a la empresa mejorar la fluidez en la que se desarrollan sus procesos de recepción, almacenamiento y movimiento, logrando así satisfacer todos los requerimientos de sus clientes.

Se recomienda realizar capacitaciones al personal de almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L sobre el uso del software con el que cuenta para el manejo de inventarios, para así tener un registro adecuado de todo aquello que entra y sale, logrando evitar déficit o sobre stock de productos, y consigo atender de manera rápida y oportuna a los clientes, brindando respuestas inmediatas ante sus requerimientos.

Se recomienda a la empresa Shakira Mia E.I.R.L contar con un equipo cualificado para el control de calidad de los productos que ingresan al almacén, para así evitar generar disgustos a los clientes con productos que presentan fallas, y con ello lograr fidelizarlos y atraer nuevos.

Se recomienda a la empresa Shakira Mia E.I.R.L almacenar la mercadería en un espacio adecuado de acuerdo a las características pertinentes y clasificarlos de acuerdo a su nivel de rotación, para la inmediata atención de la mercadería solicitada por los clientes.

A futuros investigadores se recomienda realizar investigaciones de mayor profundidad con diseño exploratorio tomando en cuenta aquellas dimensiones que permiten mejorar la satisfacción de los clientes.

A la escuela de Administración se recomienda dictar charlas y/o capacitaciones a las Mypes de los diferentes sectores sobre cómo se debe llevar a cabo una adecuada gestión de almacén, para que así puedan incrementar los niveles de satisfacción de sus clientes.



## REFERENCIAS:

- Acuña, C. E. (2018). *Gestión de Almacén de insumos para mejorar el sistema de Inventarios de la empresa Pesquera Exalmar SAA, Chicama 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Universidad Nacional de Trujillo. [https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11339/acu%c3%b1ajara\\_cesar.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11339/acu%c3%b1ajara_cesar.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ariluz, Y.G.R. (2018). *Aplicación de la Gestión de Almacenes para incrementar la satisfacción del cliente en el almacén de la empresa SCORPIO GROUP S.A., Cercado de Lima, 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29062/Ariluz\\_QYGR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29062/Ariluz_QYGR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Barrientos, V. H., Díaz, L. P., y Ledesma, M.J. (2018). Capacitación de personal: Gestión de atención en Call Center de EsSalud. *Redalyc*. 23(84), 1-10. <https://www.redalyc.org/journal/290/29058776014/>
- Calzado, D. (2020). La Gestión Logística de almacenes en el desarrollo de los operadores logísticos. *Ciencias Holguín*. 26(1), 1 – 11. <https://www.redalyc.org/journal/1815/181562407005/181562407005.pdf>
- Castro, J. C., Pazos, B. A. y Quisimalin, H. M. (2019). Satisfacción del cliente: Perspectiva de medición en el sector Hotelero. *Revista Científica Multidisciplinaria Mikarimin*, 5(1), 59 – 65. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1374/1185>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones*. (10ma ed.). McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (10ma ed.). McGraw-Hill Publishing Co.
- CIO México. (21 de enero de 2021). 37 estadísticas que muestran la importancia que tiene la experiencia del cliente en 2021. *CIO México*.

<https://cio.com.mx/37-estadisticas-que-muestran-la-importancia-que-tiene-la-experiencia-del-cliente-en-2021/>

Cobos, J.A., y Veneros, M.K. (2019). *La Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la distribuidora Herich Motocross – Chimbote 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40853/Cobos\\_CJA-Veneros\\_RMK.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40853/Cobos_CJA-Veneros_RMK.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Conexión ESAN. (04 de diciembre de 2017). *¿Como mejorar la gestión de tus inventarios?* Conexión ESAN. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-mejorar-la-gestion-de-tus-inventarios>

Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – CONCYTEC. (2020). *Guía Práctica Para La Formulación Y Ejecución De Proyectos De Investigación y Desarrollo (I+D)*. [http://www.untels.edu.pe/documentos/2020\\_09/2020.09.22\\_formuacionproyectos.pdf](http://www.untels.edu.pe/documentos/2020_09/2020.09.22_formuacionproyectos.pdf)

Contreras, Y.L. y Granados, M. R. (2019). *Mejora continua en la gestión de almacén y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa “Wander” S.A.C. – Huancayo, 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana Los Andes]. Repositorio Universidad Peruana Los Andes. [https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1479/TESIS%20DE%20CONTRERAS%20JERONIMO\\_GRANADOS%20ANDRADE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1479/TESIS%20DE%20CONTRERAS%20JERONIMO_GRANADOS%20ANDRADE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cunha, D., Cunha, R., Morais, A. y Rui, J. (2021). Customers satisfaction in pediatric inpatient services: A multiple criteria satisfaction analysis [Satisfacción de los clientes en los servicios de hospitalización pediátrica: un análisis de satisfacción de criterios múltiples]. *ScienceDirect*, 78, 1-22. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0038012121000288>

Dede, B., y Cengel, Ö. (2020). Efficient warehouse management analysis in logistics services\* [Análisis de la gestión eficaz de los almacenes en los servicios logísticos\*]. *Istanbul Ticaret Universitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37),

341-352.

<https://www.proquest.com/docview/2428567689/fulltext/95F3561C902F42E7PQ/1?accountid=37408>

Dewobroto, W., Nimran, U., Arifin, Z., y Yulianto, E. (2022). The Role of Customer Value and Customer Trust as a Mediator of Flexibility Influence on Customer Retention [El papel del valor y la confianza del cliente como mediadores de la influencia de la flexibilidad en la retención de clientes]. *Webology*, 19(1), 37 – 50.

[https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=b55119d8-bce7-4361-a9ca-](https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=b55119d8-bce7-4361-a9ca-751cc9f156bb%40redis&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=lih&AN=154745843)

[751cc9f156bb%40redis&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=lih&AN=154745843](https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=b55119d8-bce7-4361-a9ca-751cc9f156bb%40redis&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=lih&AN=154745843)

Dlamini, M., y Bernard, B. (2020). Customer expectation, satisfaction and loyalty: A study of grocery retail sector in south Africa [Expectativas, satisfacción y fidelidad de los clientes: Un estudio sobre el sector de la distribución de comestibles en Sudáfrica]. *IUP Journal of Marketing Management*, 19(3), 7-62.

<https://www.proquest.com/docview/2461025874/fulltext/7453DF2D466D4AF4PQ/10?accountid=37408>

Dudziak, S. y Szymlet, D. (2020). Flow of goods in the warehouse management systems—problem analysis [Flujo de mercancías en los sistemas de gestión de almacén - análisis de problemas]. *Proquest*, 47 (1), 27 – 34.

<https://www.proquest.com/docview/2450761442/66305D23E705414CPQ/20>

Duque, V. K., Abendaño, M.E., y Velásquez, A.V. (2017). Análisis de los factores de comunicación que inciden en la fidelización de los públicos universitarios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 751 – 764.

[https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=cd9cf8c8-d6a8-482d-b726-](https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=cd9cf8c8-d6a8-482d-b726-8fc961ee0aab%40redis&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=155809932&db=a9h)

[8fc961ee0aab%40redis&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=155809932&db=a9h](https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=cd9cf8c8-d6a8-482d-b726-8fc961ee0aab%40redis&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=155809932&db=a9h)

- Gadeikiene, A., y Svarcaite, A. (2021). Impact of Consumer Environmental Consciousness on Consumer Perceived Value from Sharing Economy [Impacto de la conciencia medioambiental del consumidor en el valor percibido por el consumidor de la economía colaborativa]. *Engineering Economics*, 32(4), 350 – 361. <https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=240d2059-23ad-4953-b0d8-842ef8b157d5%40redis&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=bth&AN=153334943>
- Gonzales, G. E., Farfán, K. A. y Fuentes, E. A. (2019). Desarrollo de un sistema de Gestión de almacenamiento para empresa productoras de vino (Caso bodegas Añejas LTDA). *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 6 (11), 45 – 71. <https://www.proquest.com/docview/2233044316/34C1902B71D041E4PQ/2>
- Gretel, C., Palmero, Y. y Gonzáles, L. (2017). Mejora en las condiciones de almacenamiento del almacén de insumos de la empresa Transcupet. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(2), 76 - 82. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202017000200009](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000200009)
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Mc Graw Hill Education. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huamán, G. E. y Jara, N. (2019). *Gestión de almacén para incrementar la satisfacción del cliente en una empresa ferretera Ate, 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42614/Huaman\\_PGE-Jara\\_EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42614/Huaman_PGE-Jara_EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Iglesias, A. (2012). *Manual de Gestión de Almacén*. Balanced Life S.L. <https://logispyme.files.wordpress.com/2012/10/manual-de-gestic3b3n-de-almacc3a9n.pdf>

- Jain, P., y Vijita, S.A. (2018). Developing a service quality scale in contexto f organized grocery retail of India [Desarrollo de una escala de calidad de servicio en el contexto del comercio minorista organizado de comestibles de la India]. *Management Decision*, 56(9), 1969 – 1990. <https://www.proquest.com/docview/2101237986/fulltext/F38F5496B00C4CECPQ/13?accountid=37408>
- Jianli, Liying, Wei y Min. (2021). Understanding FinTech Platform Adoption: Impacts of Perceived Value and Perceived Risk [Comprender la adopción de plataformas FinTech: Impactos del valor y el riesgo percibidos]. *Journal of Theoretical & Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1893 – 1911. <https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=940e60ce-83f9-4b4b-b263-b205d20ae2d8%40redis&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGI2ZQ%3d%3d#db=iih&AN=151111577>
- Kotler, P., y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14.a ed.). Pearson. <http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/direccion-de-marketing-philip-kotler-1.pdf>
- Kusumawati, A., Wusko, A. U., Suharyono, y Pangestuti, E. (2021). Relational Benefit on Customer Satisfaction: Sharia Empirical Study in indonesia [Beneficios relacionales en la satisfaccion del cliente: estudio empirico de la Sharia en Indonesia]. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 1(26), 312-312. <https://eds.s.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=3eb66b6d-1cd3-4a8f-b9c2-961f9feda432%40redis&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGI2ZQ%3d%3d#AN=149402183&db=fua>
- Lai, P., Jang, H., Fang, M. y Peng, K. (2021). Determinants of customer satisfaction with parcel locker services in last-mile logistics [ Determinantes de la satisfacción del cliente con los servicios de consigna de paquetes en logística de última milla]. *ScienceDirect*, 38(1), 25-30. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2092521221000493>

- Lezcano, A.A. y Novoa, E.V. (2019). *La Calidad de servicio y la Satisfacción del Cliente de la empresa Calzature Gianella, en la Ciudad de Trujillo 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Universidad Privada del Norte. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23299/Novoa%20Sánchez\\_Lezcano%20Cruz.pdf?sequence=7&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23299/Novoa%20Sánchez_Lezcano%20Cruz.pdf?sequence=7&isAllowed=y)
- Lora, E. (2017). *Gestión de almacenes y la comunicación en la atención al cliente de la Subgerencia de Almacenamiento de la Gerencia Central de Logística de la Sede Central de Essalud, Lima 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10345/Lora\\_CE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10345/Lora_CE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Marín-García, A., Gil-Saura, I., y Ruiz-Molina, M. (2021). ¿Cómo afecta la innovación en la satisfacción y la lealtad hacia el establecimiento minorista? *Estudios Gerenciales*, 37(161), 622 – 635. <https://eds.p.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=4183bae3-f721-48dc-8d2c-fb5d526a99be%40redis>
- Marziali, M., Rossit, D.A., y Toncovich, A. (2021). Warehouse Management Problem and a KPI Approach: a Case Study [El problema de la gestión de almacenes y el enfoque de los KPI: un estudio de caso]. *Management and Production Engineering Review*, 12(3), 51-62. <https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=3159c7fc-e74c-4316-b6aa-af176f478aaa%40redis&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=edsbaz.171630058&db=edsbaz>
- Mauleón, M., y Prado, M. (2021). *Logística Inbound: Logística Para el Siglo XXI* (1era ed.). Diaz de Santos. <https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490523124.pdf>
- Mecalux. (15 de septiembre de 2021). La buena gestión de almacenes. *Mecalux News*. <https://www.mecalux.com.mx/blog/gestion-de-almacenes>

- Notimex. (15 de agosto de 2017). Mala gestión de inventarios, causa del fracaso entre las pequeñas empresas. *El Economista*. [https://www.eleconomista.es/emprendedores-eAm-mx/noticias/8553388/08/17/Mala-gestion-de-inventarios-causa-de-fracaso-entre-las-pequenas-empresas.html#:~:text=Mala%20gesti%C3%B3n%20de%20inventarios%20causa%20de%20fracaso%20entre%20las%20peque%C3%B1as%20empresas,-\(Foto%3A%20Reuters\)&text=El%20control%20inadecuado%20de%20inventarios,de%20decisiones%20err%C3%B3neas%2C%20destac%C3%B3%20Microsip.](https://www.eleconomista.es/emprendedores-eAm-mx/noticias/8553388/08/17/Mala-gestion-de-inventarios-causa-de-fracaso-entre-las-pequenas-empresas.html#:~:text=Mala%20gesti%C3%B3n%20de%20inventarios%20causa%20de%20fracaso%20entre%20las%20peque%C3%B1as%20empresas,-(Foto%3A%20Reuters)&text=El%20control%20inadecuado%20de%20inventarios,de%20decisiones%20err%C3%B3neas%2C%20destac%C3%B3%20Microsip.)
- Palma, H. G. H., Parejo, I. B., y Sierra, D. M. (2018). Gestión de la calidad: Elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 179 – 195. <https://www.proquest.com/docview/2125262792/fulltext/2722B97F90C14394PQ/13?accountid=37408>
- Pereira, M., Sousa, J., Ferreira, L. P., Sá, J. C. y Silva, F. (2019). Localization System for Optimization of Picking in a Manual Warehouse [ Sistema de Localización para la Optimización del Picking en un Almacén Manual]. *ScienceDirect*, 38, 1220 – 1227. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2351978920302146>
- Pérez, M. M. y Wong, H. G. (2018). Gestión de Inventario en la empresa Soho Color Salón & Spa en Trujillo (Perú), en 2018. *Redalyc*, 14(27), 1 – 19. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409658132010>
- Quijano, V. (2021). ¿Cómo lograr la satisfacción del cliente? *Víctor Quijano*. <https://victorquijano.com/cursos-de-capacitacion/como-lograr-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Rebelo, C.G.S., Pereira, M. T., Silva, F.J.G., Ferreira, L.P., y Sá, J.C. ((2021). The relevance of space análisis in warehouse management. *Procedia Manufacturing*, 55(2021), 471-478. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2351978921002614>

- Salonellas, F. y Macías, L. F. (2019). Análisis comparativo sobre la percepción de la calidad de los servicios deportivos municipales del Baix Llobregat. *Revista De Psicología Del Deporte*, 28(1), 105 – 114.  
<https://www.proquest.com/docview/2250586040/1B900704A7AB4158PQ/10?accountid=37408>
- Sebastián, Z. E. (2020). *Mejora de la Gestión de Inventarios para aumentar la Satisfacción del Cliente en la empresa Aviera SAC, Trujillo 2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86026/Sebasti%C3%A1n\\_GZE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86026/Sebasti%C3%A1n_GZE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Shashidharan, M. y Shameem, A. (2021). Importance of an Efficient Warehouse Management System [ Importancia de un Sistema de Gestión de Almacén Eficiente]. *ProQuest*, 12(5), 1185 – 1188.  
<https://www.proquest.com/docview/2623047716/66305D23E705414CPQ/33>
- Stopka, O. y Luptak, V. (2018). Optimization of Warehouse Management in the Specific Assembly and Distribution Company: A Case Study [ Optimización de la Gestión de Almacenes en la empresa específica de Montaje y Distribución: Un Caso de Estudio]. *Proquest*, 65(24), 266 – 269.  
<https://www.proquest.com/docview/2131585533/66305D23E705414CPQ/51>
- Tello, R. (2019). *La Gestión de almacenes y la Atención oportuna en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo - Lima 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42929/Tello\\_PR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42929/Tello_PR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vara, A. A. (2012). *Desde la idea inicial hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres.*  
<https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS->



PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf

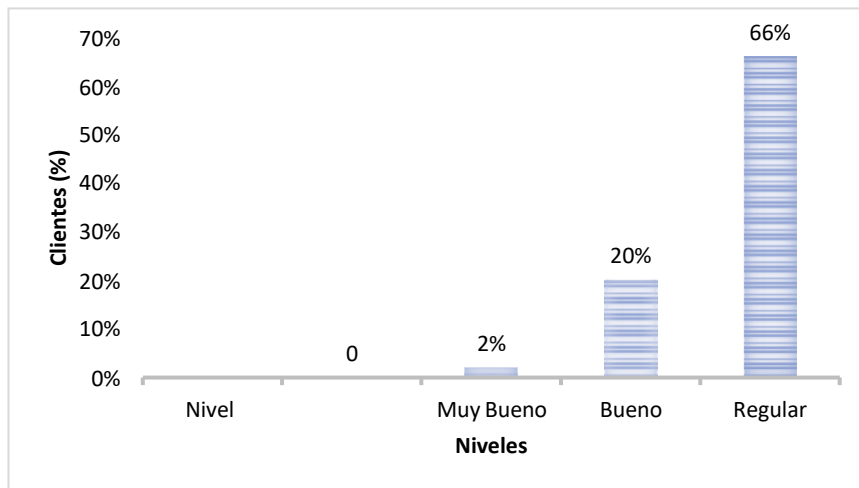
- Varas, C. S. (2018). *Gestión de almacén y su efecto en la productividad de la empresa BSP obras EIRL de construcción de viviendas modulares en Chao. Trujillo, 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33711/varas\\_lc.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33711/varas_lc.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Viera, E., Cardona, D. C., Torres, R. M. y Mera, B. C. (2017). Diagnóstico de los modelos de gestión de inventarios de alimentos en empresas hoteleras. *Revista Científica EcoCiencia*, 4(3), 28 – 51. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/31/24>
- Villarroel, S., y Rubio, J. (2012). *Gestión de Pedidos y Stock*. Aula Mentor. <https://books.google.com.pe/books?id=1C8bAgAAQBAJ&lpg=PA1&dq=gesti%C3%B3n%20de%20pedidos%20y%20stock&hl=es&pg=PA1#v=onepage&q=conocimiento&f=false>
- Zhiping, X. L. (2021). Research on influencing factors of customer satisfaction of ecommerce of characteristic agricultural products [ Investigación sobre los factores que influyen en la satisfacción del cliente del comercio electrónico de productos agrícolas característicos]. *ScienceDirect*, 199, 1505 – 1512. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050922001934>

## ANEXOS:

### Anexo 1: Figuras

#### Figura 1

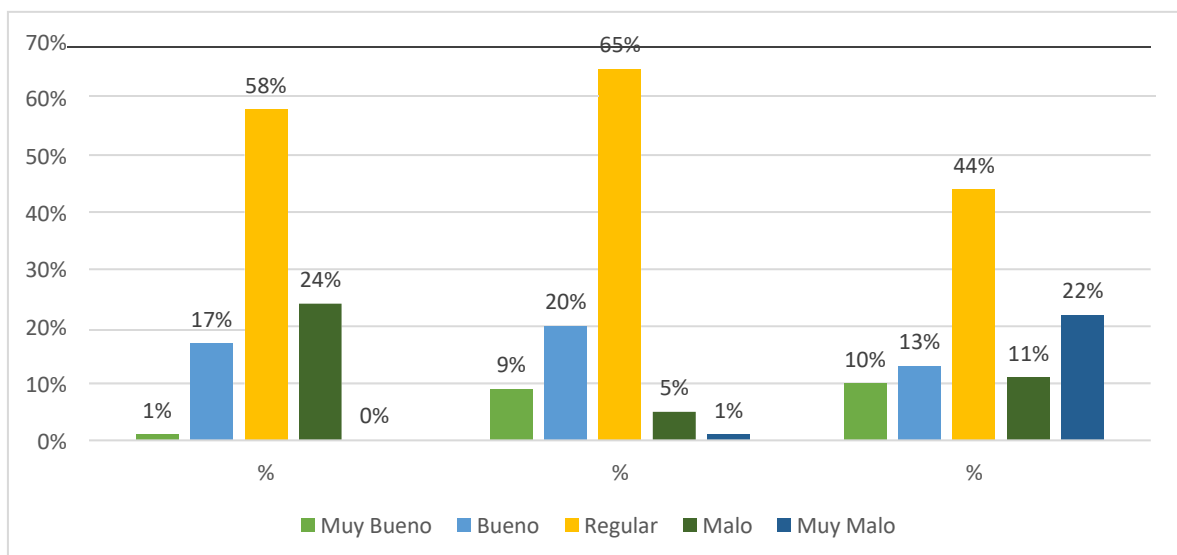
*Nivel de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.*



Fuente: Datos obtenidos de la tabla 1.

#### Figura 2

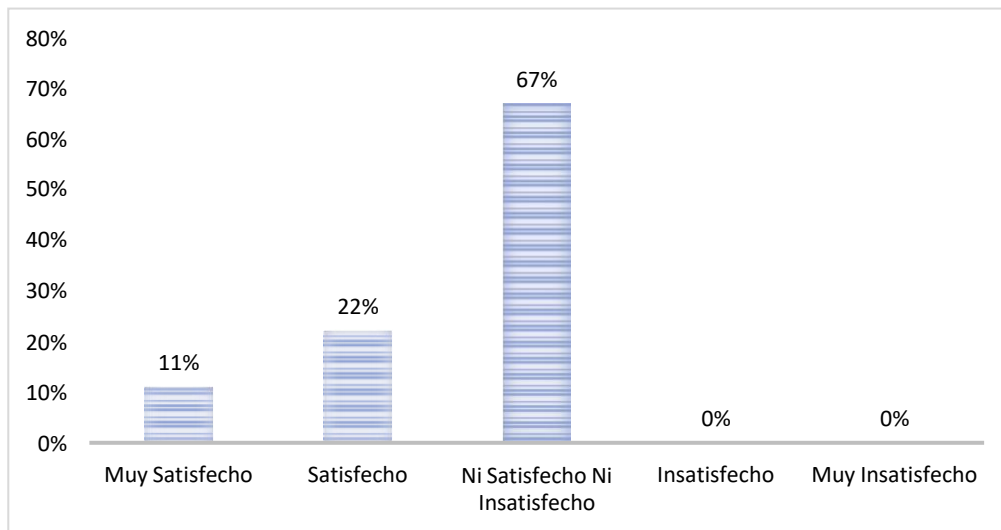
*Niveles de las dimensiones de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022*



Fuente: Datos obtenidos de la tabla 2.

**Figura 3**

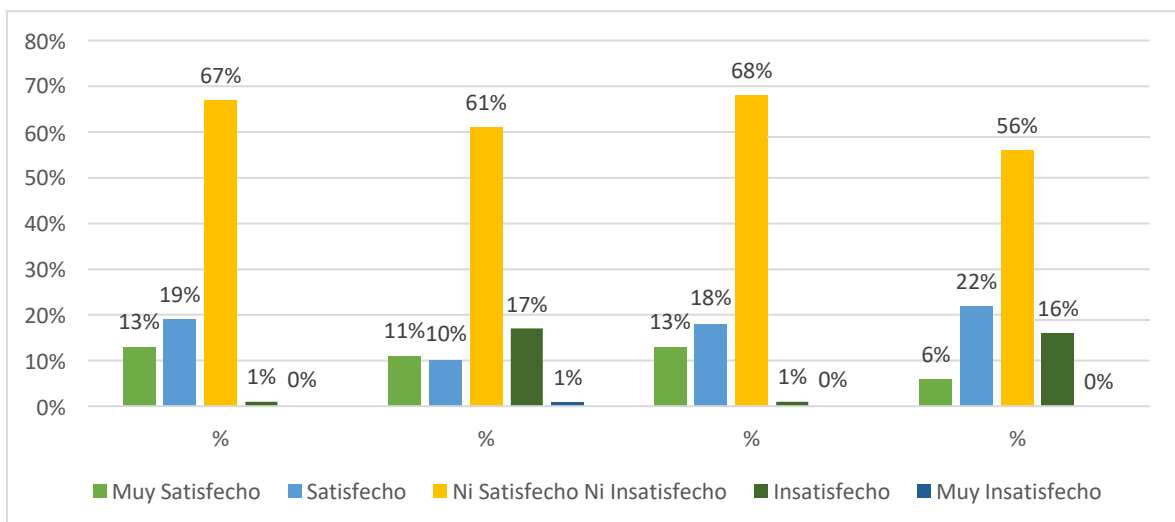
*Nivel de Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.*



Fuente: Datos obtenidos de la tabla 3.

**Figura 4**

*Niveles de las dimensiones de Satisfacción del Cliente la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.*



Fuente: Datos obtenidos de la tabla 4.

## Anexo 2: Base de datos

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23
1	4	3	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	3	2	3	3	4	3	4
2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	1	3	3	5	3	5	5	3	5	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3
6	2	2	5	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3
7	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3
8	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	5	3	2	2
9	5	4	2	1	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
10	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
11	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
14	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3
15	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5
16	5	5	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
18	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	2	2	5	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3
20	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2
28	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
29	4	5	1	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4
30	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	5	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	5	4	4	4	4
32	5	4	3	3	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4
33	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3
34	4	3	5	3	4	4	5	3	4	3	4	3	5	4	1	4	4	4	4	5	4	4	4
35	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3
36	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	3	3	2	5	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3	5	4	5	4	5	4	3	4
39	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	5	3	2	1	3	3	3	3	5	4	3	4	5	5	3	3	5	5	4	5	5	3	3
42	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	5	2	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
47	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3
48	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
49	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3



### Anexo 3: Matriz de consistencia

Título de la investigación	Problema de Investigación	Objetivos de Investigación	VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022. ¿Cómo la Gestión de Almacén influye en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022?		<b>Objetivo general:</b> Determinar si la Gestión de Almacén influye en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.	Gestión de almacén	Rubio y Villaroel. (2012) en su libro señalan que la gestión de almacén es aquel proceso logístico encargado de la recepción, almacenamiento y movimiento dentro de un almacén (de materias primas,	La medición de la variable de Gestión de Almacén se realizará a través de una encuesta, por medio del uso de un cuestionario con escala Likert, elaborado por Cobos Cumpa y	Recepción	Planificación	1	Ordinal
				Descarga	2				
				Verificación	3				
				Custodia y mantenimiento	4				
				Disponibilidad de Stock	5				
				Ubicación	6				
				Etiquetado	7				
				Conocimiento de productos	8				
				Registro y control	9				

<b>Objetivos específicos:</b>	de productos semielaborados o terminados).	Veneros Richarte (2019).		Lead Time	10
-Identificar el nivel de Gestión de Almacén de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.	Satisfacción del cliente	Kotler y Keller. (2012) indican que la satisfacción del cliente es aquel conjunto sentimientos positivos o negativos que se originan en las personas como resultado de comparar el valor percibido al usar un producto frente a las expectativas.	La medición de la variable de Satisfacción del Cliente se realizará a través de una encuesta, por medio del uso de un cuestionario con escala Likert, elaborado por Cobos Cumpa y Veneros Richarte (2019).	Personal capacitado	11
-Identificar el nivel de Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.				Calidad	12
				Infraestructura y equipos	13, 14
				Valor económico	15
				Valor percibido	16
				Fidelidad	17
				Confianza	18
				Innovación	19
				Necesidades	20
				Expectativa	21
	Conocimiento	22, 23			

Ordinal

#### Anexo 4: Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de almacén	Rubio y Villaroel. (2012) en su libro señalan que la gestión de almacén es aquel proceso logístico encargado de la recepción, almacenamiento y movimiento dentro de un almacén (de materias primas, de productos semielaborados o terminados).	La gestión de almacén son aquellas actividades que implican el almacenamiento y la conservación de los productos de una empresa. La medición de esta variable se realizará a través de una encuesta, por medio del uso de un cuestionario con escala Likert, elaborado por Cobos Cumpa y Veneros Richarte (2019).	Recepción  Almacenamiento  Movimiento	Planificación Descarga Verificación Custodia y mantenimiento Disponibilidad de Stock Ubicación Etiquetado Conocimiento de productos Registro y control Lead Time	Ordinal
Satisfacción del cliente	Kotler y Keller. (2012) indican que la satisfacción del cliente es aquel conjunto de sentimientos positivos o	La satisfacción del cliente es aquel resultado que se obtiene por medio de la comparación de la	Calidad	Personal capacitado Calidad de servicio Infraestructura y equipos	Ordinal



negativos que se originan en las personas como resultado de comparar el valor percibido al usar un producto frente a las expectativas.

experiencia del cliente y las expectativas del bien o servicio al momento de comprarlos. La medición de esta variable se realizará a través de una encuesta, por medio del uso de un cuestionario con escala Likert, elaborado por Cobos Cumpa y Veneros Richarte (2019).

Valor  
percibido

Confianza

Expectativa

Valor económico  
Percepción calidad

Fidelidad

Recomendación

Innovación

Necesidades

Información

Conocimiento

---

## Anexo 5: Instrumento, Matriz de Validación y Confiabilidad.

### CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA SHAKIRA MIA E.I.R.L.

Estimado cliente,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo Determinar si la Gestión de Almacén influye en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla a los correos: Dsifuentesf@ucvvirtual.edu.pe

Nmunozs@ucvvirtual.edu.pe

**Instrucciones:** Marque con una X la alternativa que usted considere conveniente de acuerdo con cada ítem en los casilleros que se muestran a continuación.

SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
5	4	3	2	1

#### GESTIÓN DE ALMACEN

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1	¿Cree que la planificación que realiza la empresa Shakira Mia EIRL en relación a la demanda de productos que usted adquiere con mayor frecuencia es la correcta?					

2	¿Considera usted que los trabajadores descargan de manera correcta los productos que llegan a la empresa?					
3	Al momento que recibe su mercadería, ¿Ha notado que le falta algo en su pedido?					
4	¿Ha observado que los trabajadores de almacén cuentan con las medidas de prevención adecuadas para el cuidado de los productos?					
5	¿Cuándo busca un producto, la empresa cuenta con disponibilidad de stock?					
6	¿Considera usted que el personal tiene una respuesta inmediata de la ubicación del producto solicitado?					
7	Cuando le explican las características adheridas al producto por adquirir, ¿Éste cumple con lo explicado?					
8	¿El personal le brinda información de los productos para que pueda realizar su pedido?					
9	¿Los productos que usted recibe se encuentran en óptimas condiciones?					
10	¿El tiempo que transcurre desde que usted tiene la necesidad de compra hasta que el producto es entregado, es el adecuado?					

**CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE EN LA EMPRESA SHAKIRA MIA E.I.R.L.**

Estimado cliente,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo Determinar si la Gestión de Almacén influye en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla a los correos: Dsifuentesf@ucvvirtual.edu.pe

Nmunozs@ucvvirtual.edu.pe

**Instrucciones:** Marque con una X la alternativa que usted considere conveniente de acuerdo con cada ítem en los casilleros que se muestran a continuación.

SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
5	4	3	2	1

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1	¿Percibe usted que el personal de la empresa está capacitado para desarrollar sus funciones?					
2	¿Considera usted que la empresa le brinda un servicio adecuado?					
3	¿La empresa Shakira Mia EIRL cuenta con las instalaciones adecuadas acorde a su rubro?					
4	¿La empresa cuenta con equipos adecuados para brindar un buen servicio al cliente?					
5	¿Considera usted que los precios de los productos de la empresa son adecuados?					
6	¿Cree usted que la empresa Shakira Mia, cuenta con productos de calidad?					
7	Si otro establecimiento le ofrece los mismos productos, ¿Usted preferiría regresar a la empresa Shakira Mia?					
8	¿Usted recomendaría a otras personas los productos que brinda esta empresa?					
9	¿Cree usted que la empresa está en constante cambio e implementa mejoras?					

<b>10</b>	¿Los productos que ofrece la empresa se adaptan a sus necesidades?					
<b>11</b>	¿Considera que la empresa muestra interés en cumplir sus expectativas con nuevos productos?					
<b>12</b>	¿Cree usted que el personal de la empresa es claro con las explicaciones o información dadas al cliente?					
<b>13</b>	¿Considera usted que el personal de la empresa posee los conocimientos acerca de los productos que ofrece?					

## Matriz de Validación

### MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

**TÍTULO DEL ESTUDIO:** GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA SHAKIRA MIA E.I.R.L., EL PORVENIR – 2022.

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** CUESTIONARIO SOBRE LA GESTIÓN DE ALMACÉN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.


VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Opción de respuesta					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Gestión de Almacén	Recepción	Planificación	1. ¿Cree que la planificación que realiza la empresa Shakira Mia EIRL en relación a la demanda de productos que usted adquiere con mayor frecuencia es la correcta?								X		X		X		
		Descarga	2. ¿Considera usted que los trabajadores descargan de manera correcta los productos que llegan a la empresa?						X		X		X		X		
		Verificación	3. Al momento que recibe su mercadería ¿Ha notado que le falta algo en su pedido?								X		X		X		
	Almacenamiento	Custodia y mantenimiento	4. ¿Ha observado que los trabajadores de almacén cuentan con las medidas de prevención adecuadas para el cuidado de los productos?								X		X		X		

		Disponibilidad de Stock	5. ¿Cuándo busca un producto, la empresa cuenta con disponibilidad de stock?							X		X		X			
		Ubicación	6. ¿Considera usted que el personal tiene una respuesta inmediata de la ubicación del producto solicitado?								X		X		X		
		Etiquetado	7. Cuando le explican las características adheridas al producto por adquirir, ¿Este cumple con lo explicado?								X		X		X		
		Conocimiento de productos	8. ¿El personal le brinda información de los productos para que pueda realizar su pedido?								X		X		X		
	Movimiento	Registro y control	9. ¿Los productos que usted recibe se encuentran en óptimas condiciones?							X		X		X			
		Lead Time	10. ¿El tiempo que transcurre desde que usted tiene la necesidad de compra hasta que el producto es entregado, es el adecuado?							X		X		X			
	Calidad	Personal Capacitado	11. ¿Percibe usted que el personal de la empresa está capacitado para desarrollar sus funciones?							X		X		X			
		Calidad de Servicio	12. ¿Considera usted que la empresa le brinda un servicio adecuado?							X		X		X			

Satisfacción del Cliente	Infraestructura y Equipos	13. ¿La empresa Shakira Mia EIRL cuenta con las instalaciones adecuadas acorde a su rubro?									X		X		X			
		14. ¿La empresa cuenta con equipos adecuados para brindar un buen servicio al cliente?										X		X		X		
	Valor Percibido	Valor Económico	15. ¿Considera usted que los precios de los productos de la empresa son adecuados?							X		X		X				
		Percepción Calidad	16. ¿Cree usted que la empresa Shakira Mia, cuenta con productos de calidad?								X		X		X			
	Confianza	Fidelidad	17. Si otro establecimiento le ofrece los mismos productos, ¿Usted pensaría en cambiar de proveedor?								X		X		X			
		Recomendación	18. ¿Usted recomendaría a otras personas los productos que brinda esta empresa?							X		X		X				
		Innovación	19. ¿Cree usted que la empresa está en constante cambio e implementa mejoras?							X		X		X				
		Necesidades	20. ¿Los productos que ofrece la empresa se adaptan a sus necesidades?							X		X		X				
	Expectativa	Información	21. ¿Considera que la empresa muestra interés en cumplir sus expectativas con nuevos productos?								X		X		X			



		Conocimiento	22. Cree usted que ¿El personal de la empresa es claro con las explicaciones o información dadas al cliente?						X		X		X		
			23. ¿Considera usted que el personal de la empresa posee los conocimientos acerca de los productos que ofrece?								X		X		X



PABLO RICARDO CIUDAD FERNANDEZ  
 LICENCIADO EN ADMINISTRACION  
 REGUC CLAD 01640  
 CORLAD - LA LIBERTAD

---

Ms. Pablo Ricardo Ciudad Fernández  
 DNI N° 17873919

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO SOBRE LA GESTIÓN DE ALMACÉN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

OBJETIVO: Determinar si la Gestión de Almacén influye en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

DIRIGIDO A: Clientes de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : CIUDAD FERNANDEZ PABLO RICARDO

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Ms. EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO



PABLO RICARDO CIUDAD-FERNANDEZ  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
REGDC CLAD 01640  
CORLAD - LA LIBERTAD

DNI N° 17873919

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignar una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

Validación del instrumento del cuestionario obtenido de la tesis La Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la distribuidora Herich Motocross – Chimbote 2019 (Cobos y Veneros, 2019).

### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para medir LA GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CUENTE DE LA DISTRIBUIDORA HERICH MOTOCROSS - CHIMBOTE 2019

OBJETIVO: Determinar la influencia de la gestión de almacén en la satisfacción del cliente de la DISTRIBUIDORA HERICH MOTOCROSS - CHIMBOTE 2019

DIRIGIDO A: Clientes de la DISTRIBUIDORA HERICH MOTOCROSS - CHIMBOTE 2019

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :

Adrián Arenas Edinson Miguel

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :

Magister



DNI: 25573328

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignar una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para medir LA GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA DISTRIBUIDORA HERICH MOTOCROSS - CHIMBOTE 2019

OBJETIVO: Determinar la influencia de la gestión de almacén en la satisfacción del cliente de la DISTRIBUIDORA HERICH MOTOCROSS - CHIMBOTE 2019

DIRIGIDO A: Clientes de la DISTRIBUIDORA HERICH MOTOCROSS - CHIMBOTE 2019

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		—		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Figueroa Rojas, Patricia del Valle

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTORADO

Patricia Figueroa

DNI: 001899351

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para medir LA GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA DISTRIBUIDORA HERICH MOTOCROSS - CHIMBOTE 2019

OBJETIVO: Determinar la influencia de la gestión de almacén en la satisfacción del cliente de la DISTRIBUIDORA HERICH MOTOCROSS - CHIMBOTE 2019

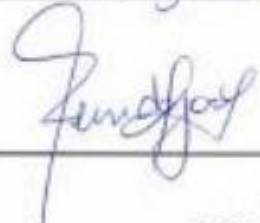
DIRIGIDO A: Clientes de la DISTRIBUIDORA HERICH MOTOCROSS - CHIMBOTE 2019

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Potido Joa Luis Alexander

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister.



DNI: 71038942

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

### Confiabilidad del instrumento.

N° Encuestas Piloto	Preguntas/ítems																							Total	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	Sum fila (t)	
1	4	3	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	3	2	3	3	4	3	4	77	
2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	63	
3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	81	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69	
5	4	3	1	3	3	5	3	5	5	3	5	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	83	
6	2	2	5	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	64	
7	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	63	
8	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	5	3	2	2	76	
9	5	4	2	1	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	92	
10	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	75	
11	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	67	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69	
13	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	95	
14	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	63	
15	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	98	
16	5	5	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	107	
17	5	5	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	107	
18	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68	
19	2	2	5	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	64	
20	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	63	
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69	
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69	
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69	
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69	
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69	
26	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68	
27	3	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	75	
28	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	75	
29	4	5	1	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	98	
30	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68	
31	4	5	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	5	4	4	4	4	87	
32	5	4	3	3	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	95	
33	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	63	
34	4	3	5	3	4	4	5	3	4	3	4	3	5	4	1	4	4	4	4	5	4	4	4	88	
35	2	2	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	63	
<b>PROMEDIO</b>	3.20	3.06	3.20	2.86	3.34	3.49	3.51	3.43	3.54	2.69	3.26	3.46	3.71	3.37	2.71	3.71	3.23	3.46	3.51	3.51	3.31	3.34	3.34	Varianza Total	
<b>DESV EST S<sub>i</sub></b>	1.02	0.94	1.05	0.85	0.59	0.78	0.74	0.74	0.74	1.13	0.89	0.66	0.86	0.88	0.86	0.67	0.88	0.78	0.85	0.74	0.63	0.64	0.73	Columnas	
<b>VARIANZA por ítem</b>	1.05	0.88	1.11	0.71	0.35	0.61	0.55	0.55	0.55	1.28	0.78	0.43	0.74	0.77	0.74	0.45	0.77	0.61	0.73	0.55	0.40	0.41	0.53	Varianzas total de ítems S <sub>r</sub> <sup>2</sup>	
<b>SUMA DE VARIANZAS de los ítems S<sub>i</sub><sup>2</sup></b>	<b>15.53</b>																							<b>K = 23</b> <b>Alfa (α) = 0.955</b>	<b>180.20</b>



## Anexo 6: Autorización de la organización



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20602714951
Shakira Mia E.I.R.L.	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos	DNI:
Ricardo Sosa Rodríguez	70033661

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo , no autorizo  publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.	
Nombre del Programa Académico:	
Proyecto de Investigación	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Nataly Anais, Muñoz Serin	70602321
Diana Gina Sifuentes Flores	47327415

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Trujillo, 12 de mayo de 2022

Firma: \_\_\_\_\_

**SHAKIRA MIA E.I.R.L.**  
  
**RICARDO SOSA RODRÍGUEZ**  
GERENTE GENERAL

(\* ) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## Anexo 8: Prueba de normalidad

Tabla 6

### *Prueba de Normalidad*

	Pruebas de normalidad			Shapiro-Wilk		
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Estadístico	gl	Sig.
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Recepción	,310	100	,000	,859	100	,000
Almacenamiento	,233	100	,000	,890	100	,000
Movimiento	,168	100	,000	,940	100	,000
Gestión de Almacén	,175	100	,000	,912	100	,000
Calidad	,262	100	,000	,856	100	,000
Valor Percibido	,259	100	,000	,888	100	,000
Confianza	,250	100	,000	,836	100	,000
Expectativas	,318	100	,000	,843	100	,000
Satisfacción del Cliente	,208	100	,000	,858	100	,000

Nota: <sup>a</sup>. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Datos obtenidos de SPSS V.25

La tabla 6 muestra los resultados de la prueba Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup>, donde la significancia fue de 0.000 para las variables de estudio y sus respectivas dimensiones, llegando así concluir que los datos son no paramétricos, y es por tal razón que se usó la Rho Spearman para el análisis inferencial de los datos. Cabe precisar que se usó la siguiente escala:



**Tabla 7***Rango e interpretación de Spearman*

Rango	Interpretación
- 0,91 a -1,00	Correlación negativa perfecta
- 0,76 a -0,90	Correlación negativa muy fuerte.
- 0,51 a -0,75	Correlación negativa considerable.
- 0,26 a -0,50	Correlación negativa media.
- 0,11 a -0,25	Correlación negativa débil.
- 0,01 a -0,10	Correlación negativa muy débil.
0,00	No existe correlación alguna entre las variables.
+ 0,01 a + 0,10	Correlación positiva muy débil.
+ 0,11 a + 0,25	Correlación positiva débil.
+ 0,26 a + 0,50	Correlación positiva media.
+ 0,51 a + 0,75	Correlación positiva considerable.
+ 0,76 a + 0,90	Correlación positiva muy fuerte.
+ 0,91 a + 1,00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernandez-Sampieri y Mendoza (2018, p.346)



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, PINGLO BAZAN MIGUEL ELIAS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la empresa Shakira Mia E.I.R.L., El Porvenir – 2022.", cuyos autores son SIFUENTES FLORES DIANA GINA, MUÑOZ SERIN NATALY ANAIS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, 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.

TRUJILLO, 28 de Noviembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
PINGLO BAZAN MIGUEL ELIAS <b>DNI:</b> 40717454 <b>ORCID:</b> 0000-0001-7130-0156	Firmado electrónicamente por: MPINGLO el 29-11- 2022 12:36:52

Código documento Trilce: TRI - 0457560