



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Estrategia de inventarios y la satisfacción de los clientes en la
empresa Corbax S.A.C

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORES:

Casusol Sandoval, Cinthia Aracely (orcid.org/0000-0003-0726-4407)

Tineo Perez, Jose Anibal ([orcid.org/ 0000-0001-5634-912X](https://orcid.org/0000-0001-5634-912X))

ASESOR:

Mg. Garcia Vera, Waldemar Ramon (orcid.org/0000-0002-4766-1290)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO - PERÚ

2022

DEDICATORIA

Este presente trabajo de investigación va dedicado principalmente a Dios y a mi padre. A Dios porque es el eje fundamental en mi vida, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida. A mi padre por enseñarme a valorar los resultados de un gran esfuerzo, papá ocupas un lugar muy especial en mi corazón.

A mi mamá por su apoyo incondicional en el trayecto de mi vida, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos, por enseñarme el verdadero valor de la fe y lucha constante, a mis hermanos que me han apoyado en todo momento y siempre nos hemos mantenido unidos.

Cinthia Aracely Casusol Sandoval

Este trabajo principalmente está dedicado a Dios por darme la vida y fuerzas para seguir a pesar de los obstáculos que se presentaron durante el camino.

A mi familia por brindarme absolutamente su apoyo incondicional, por estar apoyándome en todo momento sean buenos o malos.

José Aníbal Tineo Pérez

AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente a Dios quien nos da el privilegio de la vida y sabiduría para poder lograr nuestros objetivos. A nuestros padres por el apoyo incondicional, otorgándonos su total apoyo y confianza para poder cumplir nuestras metas.

De igual manera a nuestros asesores Dr. Abel Asalde Salazar y al Dr. Waldemar Warcia Vera quienes nos apoyaron en la realización de nuestro trabajo de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación	9
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	11
3.5. Procedimiento	13
3.6. Método de análisis de datos	13
3.7. Aspectos éticos.....	14
IV. RESULTADOS	15
V. DISCUSIÓN	28
VI. CONCLUSIONES.....	31
VII. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ud. se siente satisfecho con la atención recibida.....	19
Tabla 2: El producto que usted solicita llega en buenas condiciones y a tiempo requerido.....	20
Tabla 3: Si usted presenta dificultades es atendido de forma inmediata.....	21
Tabla 4: Los trabajadores de la empresa Corbax S.A.C. son amables al momento de atenderlo	22
Tabla 5: Los canales de atención telefónica siempre están activos y nunca ha tenido dificultad para comunicarse a través de ellos.....	23
Tabla 6: Los colaboradores le transmiten confianza.....	24
Tabla 7: Fue atendido de manera oportuna y eficaz al momento de solicitar su pedido.....	25
Tabla 8: Recomendaría usted los servicios que brinda la empresa a un conocido.....	26
Tabla 9: Considera que la empresa Corbax SAC brinda una atención diferenciada con respecto a la competencia.....	27

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ud. se siente satisfecho con la atención recibida.....	19
Figura 2: El producto que usted solicita llega en buenas condiciones y a tiempo requerido.....	20
Figura 3: Si usted presenta dificultades es atendido de forma inmediata.....	21
Figura 4: Los trabajadores de la empresa Corbax S.A.C. son amables al momento de atenderlo	22
Figura 5: Los canales de atención telefónica siempre están activos y nunca ha tenido dificultad para comunicarse a través de ellos.....	23
Figura 6: Los colaboradores le transmiten confianza.....	24
Figura 7: Fue atendido de manera oportuna y eficaz al momento de solicitar su pedido.....	25
Figura 8: Recomendaría usted los servicios que brinda la empresa a un conocido.....	26
Figura 9: Considera que la empresa Corbax SAC brinda una atención diferenciada con respecto a la competencia.....	27

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general establecer como inciden las estrategias de inventarios en la satisfacción de los clientes, para ello, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo básica o también llamada pura o teórica; por su alcance en un tiempo determinado fue transversal, su diseño fue no experimental adoptó tres niveles descriptivo, correlacional y explicativo; se determinó una muestra de 26 personas mediante el muestreo de población finita, la cual estaba conformada por el personal administrativo y clientes. Se aplicó las técnicas de recolección de datos la entrevista el cual consistió de preguntas abiertas y diferentes para cada colaborador mientras la encuesta constó de 9 preguntas para los clientes. Los principales resultados encontrados fueron la falta de políticas empresariales con respecto a los inventarios, la falta de un Manual de Organizaciones y Funciones que detallen las áreas y obligaciones de cada colaborador, por lo tanto, es de suma importancia aplicarlos en dicha empresa.

Palabras clave: Estrategia de inventarios, satisfacción de los clientes, almacén, servicio al cliente, existencias.

ABSTRACT

The present investigation had as a general objective to establish as an incident the inventory strategies in the satisfaction of the clients, for this, the investigation had a quantitative approach, of a basic type or also called pure or theoretical; Due to its scope in a determined time, it was cross-sectional, its design was non-experimental, effect on three descriptive, correlational and explanatory levels; A sample of 26 people will be extended by sampling the finite population, which was made up of administrative staff and clients. The interview data collection techniques were applied, which consisted of open and different questions for each collaborator while the survey consisted of 9 questions for clients. The main results found were the lack of business policies regarding inventories, the lack of a Manual of Organizations and Functions that detail the areas and obligations of each collaborator, therefore, it is of the utmost importance to apply them in said company.

Keywords: Inventory strategy, customer satisfaction, warehouse, customer service, stock.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente muchas de las organizaciones presentan problemas con el control de sus productos generando una mala gestión en sus inventarios; siendo las principales causas; la inexistencia de un Kardex de almacén, pruebas de calidad y adquisición de insumos, también inconvenientes en los distintos procesos logísticos; generando una baja rentabilidad, clientes insatisfechos, mermas, o productos obsoletos, etc.; por ello es de suma importancia dar solución a dicha problemática para tener una mejor gestión y control de los inventarios.

Cardona et al. (2018) en su estudio realizado a las bodegas industriales del sector de alimentos concentrados, refiere que la mayoría de ellas no llevan una buena gestión y control de sus existencias; puesto que no cuentan con una política de gestión de almacenamiento, con un análisis de la demanda, además de esto sugiere que no solo se trata de tener buenas estrategias basadas en los inventarios.

Jung y Mittal (2020), como se citó en Fernandes et al., (2022) en su artículo presentado en Estados Unidos, para gerentes y ejecutivos que buscan mejorar la satisfacción de los clientes, refieren que las empresas de todas las categorías deben considerar la identidad política de los clientes para anticipar los niveles de la satisfacción de los distintos segmentos, trayendo como consecuencias las quejas de los clientes y devoluciones de los productos.

El control de inventarios es un proceso complicado en las empresas; en el artículo elaborado a una empresa ferretera de Manantay-Perú se constató una dificultad en sus inventarios; puesto que los suministros y repuestos almacenados se deterioran, oxidan o rompen, además se encontró que no se implementa políticas para un buen almacenamiento, produciendo retrasos en las ventas de los productos y en la atención al cliente (Pizzán et al., 2022).

Pino (2020) en su artículo científico desarrollado en el club departamental de Arequipa, menciona sobre la influencia que origina la satisfacción de los

trabajadores en el nivel de la satisfacción del cliente, ya que los directores responsables de la organización solo se interesan por el bienestar de los clientes, teniendo como consecuencia una baja rentabilidad dentro de la organización.

En el ámbito regional, Juárez y Merino (2021) en su investigación llevada a cabo en Lambayeque sobre la metodología 5S para mejorar el rendimiento del almacén de una empresa azucarera de Perú, menciona que el nivel de producción del almacén en la empresa azucarera es regular, pero no cuenta con una infraestructura suficiente e impide que la azucarera pueda realizar en forma adecuada sus inventarios.

Así mismo, Castañeda (2018) en el desarrollo de su investigación en Lambayeque sobre el mal servicio al cliente y la satisfacción del mismo, se encontró falta de empatía en los trabajadores de la entidad, teniendo como causa la insatisfacción por parte del consumidor ya que los trabajadores del restaurante no atienden sus sugerencias o reclamos, teniendo como consecuencias la inconformidad y disminución de clientes.

La empresa Corbax S.A.C, constituida en el año 2015, ubicada en la ciudad de Chiclayo, departamento Lambayeque, siendo su principal actividad económica la elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de agua de mesa, actualmente presenta dificultades en la gestión de sus inventarios; puesto que no se realiza un adecuado control de sus productos (no se realiza Kardex ni inventarios físicos), también presenta fallas en el proceso logístico de distribución, de tal modo se genera una insatisfacción por parte de los consumidores o clientes, la baja rentabilidad debido a la disminución de ventas en la empresa.

Dentro de una investigación el problema consiste en formularse preguntas relacionado al tema de estudio con la intención de probar si es cierto o falso y conocer en su totalidad el tema investigado (Morales et ál, 2018).

A tal efecto, la formulación del problema de esta investigación es ¿Cómo las estrategias de inventarios inciden en la satisfacción del cliente?

La justificación implica abordar preguntas, vacíos científicos que deben ser cubiertos total o parcialmente con un buen argumento para aquel desarrollo, es la importancia del porque se realiza dicha investigación (Álvarez, 2020).

Considerando la justificación práctica; con el presente trabajo se ha propuesto estrategias de inventarios y mantener un adecuado servicio y fidelización de los clientes.

Los objetivos se forman para precisar trabajos que se llevan a cabo por el investigador, son enunciados que describen las metas que se deben perseguir para promover el estudio y responder a la pregunta (Tapia et al., 2018).

De tal manera que la presente investigación muestra como objetivo general establecer como inciden las estrategias de inventarios en la satisfacción de los clientes; asimismo se tiene como objetivos específicos determinar las estrategias de control de inventarios que aplica la empresa y analizar la satisfacción de los clientes.

La hipótesis según Ladino et al. (2018) define que es una afirmación la cual puede o no ser correcta. Se forma debido a una prueba o secuencia de sucesos, su valor radica en poder establecer más relaciones entre eventos y explicar por qué sucedieron.

Por lo tanto, la hipótesis de la investigación es: Una adecuada implementación de estrategias de inventarios mejorarán la satisfacción de los clientes en la empresa Corbax S.A.C.

II. MARCO TEÓRICO

En lo que concierne a antecedentes previos en el ámbito internacional, Cárdenas (2021) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo desarrollar una estrategia que permita la gestión de los inventarios con la utilización de herramientas tecnológicas de información para la Pyme (TFI Colombia), desde la dirección de operaciones estableció un nivel de investigación explicativa y descriptiva y como instrumento de recolección de datos, el análisis documental. Teniendo como principales conclusiones el desarrollo de la indagación formativa que permitió potenciar la implementación y optimización de enfoques estratégicos, procesos y concebir diseños de métodos que facilitaron una adecuada gestión de inventarios.

Rivera (2019) en su investigación, tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio ofrecido a fin de identificar la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador, a través del Modelo Teórico Servqual, desde la dirección de operaciones estableció un nivel de investigación descriptivo, cuantitativo y deductivo y como instrumento para la recolección de datos la encuesta y para los resultados el Software estadístico SPSS. Concluyendo que la calidad del servicio es un factor que influye en la satisfacción y fidelización de los clientes.

En lo que corresponde a antecedentes previos en el ámbito nacional, Chávez (2020) en el desarrollo de su investigación, tuvo como objetivo profundizar en el concepto de la gestión interna de inventarios y su relevancia en la administración de las empresas del sector retail, desde la dirección de operaciones estableció un nivel de investigación cualitativo, diseño narrativo de nivel descriptivo y de tipo básico. Los resultados extraídos luego del análisis y contraste de los distintos conceptos indagados muestran que la gestión interna de inventarios aporta a mejorar de forma esencial el control interno en los almacenes y/o tiendas de las empresas del sector retail. Teniendo como conclusiones que la gestión de inventarios es un factor decisivo para las empresas del rubro retail, sin embargo, se puede concretar e implementar dependiendo de muchos factores como la capacitación de personal especializado, las medidas tomadas por la dirección

estratégica, la implementación de tecnologías y el desarrollo de investigaciones sobre el comportamiento actual de la oferta y la demanda del mercado.

Caceres y Mamani (2020) en su trabajo de investigación, tuvo como objetivo determinar la relación de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú- Agencia J.L.B. y Rivero, BVV se utilizó el enfoque cuantitativo y corresponde a un estudio no experimental orientada al aspecto transaccional o transversal de manera descriptiva, la población y muestra estuvo representada por los beneficiarios de la red directa PDVAL. El instrumento utilizado fue la encuesta. El estudio concluyó que la insatisfacción por parte de los clientes se ve reflejado en la demora al ser atendidos, es decir que existen quejas de que el personal no se encuentra capacitado y motivado para cumplir con su función.

En lo que corresponde a antecedentes previos en el ámbito local, Sánchez (2019) en la elaboración de su investigación, tuvo como objetivo evaluar la gestión de inventario en la unidad de servicios generales del hospital de la región Lambayeque para disminuir el número de compras no planificadas; estableció un método multiplicativo Holt, y se usó como herramienta de recopilación e información la revisión documentaria de los inventarios; concluyendo que para la mejora en los inventarios se debe desarrollar políticas para el área del almacén; tales como: seguridad en el almacén, planificación en las compras, stock de productos y un adecuado personal capacitado.

Bernabé y Checa (2021) en su trabajo de investigación, estableció como objetivo proponer una mejora para la gestión de inventarios de micro y pequeñas empresas del sector gastronómico de la región Lambayeque para reducir sus mermas, se considera descriptivo y no experimental, y las técnicas que se utilizaron fueron la encuesta y las entrevistas. Teniendo como resultados que las micro y pequeñas empresas no cuentan con modelos adaptables para una eficaz gestión de inventarios; lo que constituyó un importante apoyo administrativo para la empresa ayudando de esta manera en la mejoría y progreso del desarrollo de abastecimiento de mercadería. Se realizaron propuestas de mejora como la aplicación de un modelo de Kardex para el registro de cada producto, evaluación y control de

proveedores, evaluación del MOF para la organización y jerarquización de los procesos logísticos.

Ramos (2018) en su investigación, el objetivo fue mejorar el servicio al cliente de la empresa Importadora RALAMN S.A.C., por medio de la Implementación de un Sistema de Gestión Logística, la investigación es no experimental y descriptiva, la población de la investigación corresponde a la empresa importadora RALAMN S.A.C. y sus clientes, para la muestra se ha considerado a los involucrados con el sistema logístico y los clientes más importantes. La investigación concluyó que se implementaron herramientas en la toma de decisiones para los pedidos y cumplir con las entregas del producto.

Paico y Aldana (2021) en su estudio realizado, tuvo el propósito de analizar el control de inventarios de la empresa Frutos Tongorrapi S.A., el modelo de indagación fue cualitativo, con diseño no experimental; la propia empresa fue la población, se emplearon como técnicas para la recolección de datos, la observación y como herramientas la lista de cotejo. En los resultados se halló que la entidad pudo demostrar el método de valoración en la situación actual del control de inventarios que no es el apropiado, ya que proporcionan mermas y disminuciones en los productos, ocasionando pérdidas de dinero con un elevado efecto en la utilidad de la compañía. Concluyendo que en la empresa debido a que no tienen los instrumentos requeridos para la inspección del almacén no pueden cumplir con las exigencias de los clientes, ni prevenir robos.

En lo referente a bases conceptuales acerca de la variable estrategia de inventarios y términos afines; se cita a Thumpson et al. (2014, como se citó en Benavides, 2017) manifiesta que la estrategia es un proceso o un conjunto de acciones con la finalidad de que una empresa sea más competente y así lograr el incremento de la utilidad, también ayuda a que la entidad logre sus objetivos y metas de manera eficaz y eficiente.

Un adecuado control de inventarios se caracteriza por las siguientes razones Mora (como se citó en Huerta, 2019): a) Naturaleza de la estructura: El sistema de control

se ajusta a las necesidades de la empresa. b) Oportunidad: Estricto control para evitar desvíos de producto. c) Accesibilidad: La implementación de un sistema de control de inventario debe ser simple y no confuso en las aplicaciones técnicas. d) Ubicación: La ubicación debe ser estratégica para poder controlar fácilmente las actividades de la empresa.

La gestión de inventarios según Fontalvo et al. (2019) cuenta con los siguientes procesos: 1) Gestión de la demanda: Esta relacionada con las etapas de insertar un producto o servicio en el mercado, alguno de ellos son tácticas de pronóstico, servicio al cliente, procesamiento de pedidos de clientes y ventas. 2) Distribución: Es el proceso que enlaza la producción y el requerimiento del mercado. 3) Producción: Proceso que añade valor al flujo del producto, lo cual afecta el inventario, envío y tiempos de entrega. 4) Compras: Son los materiales que se adquieren para su comercialización o producción. 5) Devoluciones: Es el retorno de los productos que requieren ser remanufacturados.

De la misma manera se cita teorías de la variable la satisfacción de los clientes y términos afines:

La satisfacción de los clientes se logra mediante la calidad del servicio ya que al brindarse una buena atención y un buen producto se tendrá la suficiente confianza y fidelidad de los consumidores, (Henaó 2021).

Un cliente o consumidor es la persona que utiliza un servicio o producto, por ende, suelen individualizar y estandarizar su pedido según sus necesidades (Barreto y Silveira, 2018).

Ulloa (2018) nos señala las estrategias fundamentales para la fidelización de los clientes a) Convertir a los supuestos clientes en clientes potenciales calificados: Para construir una base rentable, es importante atraer a los tipos de clientes que podrán realizar compras repetidas durante un período prolongado de tiempo, identificando y seleccionando sus objetivos de mercado más lucrativos. b) Convertir a los clientes potenciales calificados en clientes que concretan: Prestar atención a

sus necesidades de los clientes, y ofrecerles soluciones. c) Convertir a los clientes leales en “predicadores” de las bondades del producto: Que los clientes comenten a sus conocidos sobre la calidad del producto o servicio que se brinda. d) Recuperar a los clientes perdidos: Solucionar los problemas que llevaron a que el cliente deje de comprar e informarle que ya está solucionado.

El servicio al cliente es un proceso vital en las compañías, ya que de esto depende la satisfacción de los clientes, dándole una buena experiencia de compra para que deseen adquirirlo de nuevo (Berry 2008 como se citó en Yllaconza, 2018).

La atención al cliente es un instrumento estratégico que ofrece al comprador un valor agregado en relación con las ofertas de los competidores y para permitir percepción de las diferencias de la oferta global de una empresa (Blanco 2001 como se citó en Valenzuela et al., 2019).

Las experiencias de compras según Puccinelli et al. (2009, como se citó en Jara,2019), que son las emociones positivas del consumidor, siendo el resultado de amabilidad y el servicio de atención personalizada.

Las expectativas del cliente según Bogdanski et al. (2015, como se citó en Zelada, 2020), hace referencia a lo que los clientes esperan de nuestro producto en relación a su calidad, precio y marca.

Según Monroy (2019), al realizar el análisis de la satisfacción de los clientes menciona que existen tres perfiles: a) Resultado o respuesta: la cual es el fruto que se obtiene por parte de los clientes por su experiencia de compra o consumo. b) Juicio de valor: La opinión que tiene un cliente sobre su experiencia de compra si esta fue buena o mala. c) La satisfacción específica de una transacción, o transaccional: Es el estado psicológico que se obtiene de la experiencia de compra o de consumo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es básica o también llamada pura o teórica; por su alcance es transversal ya que solo se consideran datos obtenidos en un tiempo determinado.

Sánchez (2018) nos menciona que el estudio con enfoque cuantitativo trata sobre el análisis de las variables para obtener resultados, lo que representa la utilización de métodos de análisis de datos y ocupa fenómenos medibles.

La investigación básica también conocida pura, se caracteriza únicamente en la teoría, no tiene en cuenta el propósito real. (Escuderoy Cortez, 2018)

El alcance transversal según Vega et al. (2021) se define como estudios observacionales, en los que se recopilan datos para estudiar una población en un solo momento y examinar la relación entre las variables de interés.

3.1.2. Diseño de investigación

El presente estudio tuvo un diseño no experimental, además adoptó tres niveles, en primer lugar, el correlacional, puesto que se demostró la relación que existe entre ambas variables; luego el nivel descriptivo y finalmente el nivel explicativo, ya que se detallaron causas y efectos de la problemática.

La investigación no experimental es una forma de estudio en la que los científicos no tienen control directo sobre las variables independientes porque su desempeño ha ocurrido o porque no son accionables (Rutberg y Bouikidis, 2018).

El nivel descriptivo da a conocer las características de la población y problemática de un estudio, respondiendo a la pregunta ¿por qué ocurre? (Ramos, 2020).

El nivel correlacional consiste en formular una hipótesis en la que se plantee la relación entre dos o más variables. (Ramos, 2020).

El nivel explicativo busca determinar los elementos de causa y efecto de las variables (Ramos, 2020).

3.2. Variables y operacionalización

Estrategias de inventarios, es la técnica usada por empresas de ventas al por mayor, esta resulta indispensable para así poder mantener el orden, un adecuado control y administración dentro de la organización, también nos lleva a varios beneficios como la satisfacción del cliente y el ahorro en gastos corporativos en la empresa (Parra,2015 como se citó en Jara et al,2019).

Según Hoffman & Bateson (2012, como se citó en Aduato, 2019) define que la satisfacción de los clientes es aquella que compara las percepciones que tiene un consumidor con sus expectativas, es decir que, si la percepción del cliente complace las expectativas y cumple con los requisitos, entonces se afirma la satisfacción del cliente con el servicio que adquirió.

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

3.3.1. Población

La población de la presente investigación está conformada por 80 personas, donde se consideró como criterio de inclusión al personal de la organización y los clientes (ya que estos forman parte de la problemática investigada), por ende, se excluyen a todas aquellas personas que no tengan una relación directa con la organización.

Se define población a el total de los elementos del estudio, definida por el investigador de acuerdo con las definiciones desarrolladas en el estudio. La población y el universo tienen las mismas características (Mejía, 2005 como se citó en Arias,2021).

3.3.2. Muestra

La muestra se calcula a partir de la población, es decir es el subconjunto de esta que cumplen con ciertas características elegidas por el investigador (Majid, 2018).

La fórmula para calcular la muestra es de población finita:

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N - 1)E^2 + Z^2pq}$$

Dónde: N = Tamaño de la población. 80

Z_{2u} = 1.962 nivel de confianza elegido.
(95%)

p = Proporción esperada. (5% = 0.05)

q = 1 - p (1 - 0.5 = 0.5)

$$N \frac{(80) * (1.96^2) * (0.05) (0.5)}{(80 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.05) * (0.5)}$$

$$N = \frac{7.68}{0.29}$$

N= 26

Para la muestra se aplicó la fórmula de población finita la cual se obtuvo un resultado de 26 personas.

3.3.3. Muestreo

Se optó por el muestreo aleatorio estratificado, debido a que la muestra se divide en subgrupos, siendo cuatro colaboradores administrativos de las siguientes áreas: gerencia, administración, producción y distribución; y 22 clientes de la empresa.

3.3.4. Unidad de análisis

Se utilizó el software estadístico SPSS versión 26 para el análisis de datos y contrarrestar los resultados.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos consiste en organizar datos relacionados sobre variables, hechos, categorías, etc. involucrados en una investigación (Useche et al., 2019).

Técnicas de investigación:

Las técnicas de investigación que se utilizaron son las siguientes: La encuesta y la entrevista.

La encuesta es una técnica de las investigaciones cuantitativas, donde se tiene en cuenta el carácter autoadministrado, ya que el diálogo aquí es entre el encuestado y el encuestador, mediado por el cuestionario (Laurez y Fernández, 2014 como se citó en Feria et al, 2020).

La entrevista es el intercambio de ideas y opiniones a través del diálogo entre dos o más personas, es una técnica muy útil en recolectar datos para la investigación (López y Deslauries, 2011 como se citó en Fernández, 2018)

Los instrumentos de investigación utilizados en el presente trabajo son: El cuestionario y la guía de entrevista.

El cuestionario proporciona la obtención y anotación de datos a través de interrogantes de diferentes tipos realizadas según las variables de estudio (Cisneros et al., 2022).

La guía de entrevista ayuda a organizar entrevistas cualitativas, contiene bloques de temas y preguntas planificadas para la entrevista y se le puede proporcionar al entrevistador con anticipación para que se prepare. (Feria et al., 2020).

La validez, busca incrementar la precisión con la que se puede medir lo que se propone, como resultado se tiene una mayor confianza en los hallazgos (Sürücü y Maslakci, 2020).

Se considera confiabilidad cuando se tiene un nivel alto de validez y consistencia para medir una variable (Villasis et al., 2018)

En el presente estudio considerando el enfoque cuantitativo se empleó la encuesta como técnica, su instrumento el cuestionario de 9 preguntas cerradas y diferentes opciones, el cual se aplicó a los clientes y esto sirvió para recolectar información

acerca de la gestión de los inventarios que se llevan a cabo en la empresa. Asimismo, se utilizó la entrevista para el mismo objetivo.

En cuanto a la validación del instrumento de recolección de datos lo realizó el CPCC. José María Vásquez Chingo y para la confiabilidad se empleó el Alfa de Cronbach con el SPSS.

3.5. Procedimiento

En el presente trabajo de investigación se logró identificar la problemática de la pérdida de clientes por el mal control de inventarios en la empresa Corbax S.A.C., para luego solicitar al gerente la autorización respectiva para el desarrollo del presente estudio, Se aplicó el cuestionario de tipo Likert para los clientes la cual se basó de 9 items y la entrevista para el personal administrativo las cuales fueron aplicados directamente, cabe resaltar que se contó con el permiso de la institución, en su análisis posterior se determinó la confiabilidad del instrumento, aplicando el coeficiente Alfa de Cronbach; asimismo, el programa también se usó para elaborar las figuras posteriormente a incluirse en los resultados.

3.6. Método de análisis de datos

El análisis de datos es un proceso que requiere de actividades como el uso y dominio de las herramientas de software estadístico, comprensión de los datos y capacidad para interpretar los resultados obtenidos (Heeringa et al., 2017).

La fiabilidad o consistencia es un principio inevitable de cualquier estudio; es aquel proceso que se obtiene mediante fórmulas o software estadísticos para conseguir resultados y conclusiones confiables (Manterola et al., 2018).

Para obtener la validez del cuestionario será validado por el experto Magister en contabilidad José María Vásquez Chingo y La fiabilidad del estudio se realizó mediante el programa estadístico SPSS.

3.7. Aspectos éticos

El trabajo de investigación es original por ende no es copia o plagio de nuestro estudio.

La veracidad es parte de nuestra investigación por lo tanto los datos registrados han sido obtenidos de fuentes reales.

La ética son los comportamientos que tiene todo ser humano, implica valores y principios morales (Changizi et al.,2020).

Autonomía: Las personas que participen en la investigación tienen la capacidad de elegir su participación o retiro del presente estudio en el momento que lo requieran.

Beneficencia: La investigación muestra beneficios para la entidad, ya que alcanzó algunas estrategias que minimicen la problemática encontrada.

Justicia: Debido a el trato igualitario a los participantes de la investigación, sin exclusión alguna, para el mejor desarrollo de la misma.

Libertad: Ya que la presente investigación se desarrolla de manera libre e independiente de intereses económicos, políticos, religiosos o de otro tipo.

IV. RESULTADOS

Objetivo específico 1: Determinar las estrategias de control de inventarios que aplica la empresa.

Entrevista N°1

Entrevistada: Gerente general

ÍTEMS	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Se cuenta con un almacén en óptimas condiciones para almacenar los productos?	Si, nuestro almacén es amplio, y con espacios para clasificar.
2	¿El almacenero registra el ingreso y salida de la mercadería? De ser positivo ¿En dónde lo registra?	El almacenero no realiza ningún registro.
3	¿Se hace toma de inventarios físicos? De ser positivo ¿Con qué frecuencia? ¿por qué lo hace?	No se realiza toma de inventarios.
4	¿Cómo puede asegurar Ud. o que alternativa puede considerar para que los envíos de los productos se lleven a tiempo, sin daños y en las cantidades requeridas?	Para el envío de los productos se deben enviar en varias unidades de transporte con un recorrido de ruta programada, así evitaremos tiempos muertos.
5	¿La empresa cuenta con stock suficiente para entregar o poder realizar los pedidos?	Siempre contamos con stock de diferentes tipos del producto para cada cliente que tenemos.
6	¿En cuánto tiempo aproximado despachan sus pedidos?	Entre una hora de demora, según la zona donde lo requieran.
7	¿Existe alguna persona encargada del área de almacén? ¿Cuáles son sus funciones y obligaciones?	No contamos con personal encargado netamente en almacén.
8	¿Aplican algún método de valuación de inventarios?	No se aplica ningún método de valuación.
9	¿Considera que el uso adecuado de estrategias de inventarios contribuirá al rendimiento de la empresa?	La estrategia utilizada ayuda mucho porque evitamos perdidas ya que es un producto perecible.
10	¿Cree usted que se debe implementar o proponer nuevas políticas de inventarios?	Sí, para tener un mejor control de los inventarios en la entidad.

Interpretación: Según la entrevista podemos observar que la empresa si cuenta con un stock suficiente, pero no cuenta con un personal que se encargue netamente del almacén, por otro lado, no tienen un Kardex ni método de valuación, tampoco se registran las entradas y salidas de la mercadería, no realizan inventarios, se concluye que la empresa Corbax no cuenta con suficientes estrategias de inventarios para el desarrollo de la empresa.

Entrevista N°2

Entrevistada: Administradora

ÍTEMS	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Cuáles son sus políticas de inventarios?	<ul style="list-style-type: none">✓ Fácil acceso o bienes en existencia.✓ Productos son guardados en orden con su respectivo nombre de etiqueta.
2	¿La empresa cuenta con un área apropiado para la recepción de mercaderías?	La empresa si cuenta con un área apropiado para la recepción de mercaderías.
3	¿Qué documento utiliza para entregar el producto a los clientes?	Guías de remisión y factura.
4	¿Qué personal está directamente relacionado con el almacenamiento y distribución del producto?	Practicantes y administración.

Interpretación: En la entrevista realizada se puede ver que la empresa Corbax S.A.C. cuenta con dos políticas de inventarios, tiene un área apropiada para la recepción del producto, los documentos que utilizan para entregar el producto son; Guías de remisión y factura, los practicantes y administración están encargados con el almacenamiento y distribución del producto.

Entrevista N°3

Entrevistado: jefe de producción

ÍTEMS	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Cómo solicita los insumos para procesar el agua?	Se hace un conteo y de acuerdo a la existencia en número de productos se va solicitando.
2	Usted cuándo solicita los insumos para procesar el agua, ¿le envían a tiempo?	Sí me envían a tiempo.
3	¿Qué formulario utiliza para hacer el pedido de los insumos?	Orden de pedido.
4	¿Cómo y a quién le entrega la producción terminada?	Las entregas son asignadas a cada repartidor, dichos encargados se aseguran de que el producto terminado sea entregado en óptimas condiciones respetando los protocolos de bioseguridad, la entrega se realiza a la persona que haya realizado el pedido con anterioridad.

Interpretación: Para solicitar los insumos se hace inventario y lo solicitado se envía a tiempo, el orden de pedido es el formulario que utilizan para hacer el pedido de insumos, la producción terminada se asigna a cada repartidor la cual se encargan de que el producto terminado llegue en buenas condiciones al cliente.

Entrevista N°4

Entrevistado: Encargado de la distribución

ÍTEMS	PREGUNTA	RESPUESTA
1	Antes de salir a realizar entrega de pedidos, ventas o distribución ¿Elabora una hoja de ruta para planificar su recorrido?	Si elaboramos una hoja de ruta, empezando por los lugares más cerca.
2	¿La empresa realiza mejoras en el proceso de distribución, despacho con base en las quejas presentados por los clientes?	Sí se hace mejora con respecto a la distribución, pero igual hay veces que no se avanza por motivos de tráfico.
3	¿En cuánto tiempo aproximado despachan sus pedidos?	Despachamos entre 1 hora a 2 horas aproximadamente según la zona donde lo requieran.
4	¿Cuáles son los obstáculos que presentan a la hora de realizar la entrega del producto?	Uno de los obstáculos que tenemos es el tráfico, por otro lado, que a veces llaman distribuidores y le damos la preferencia a ellos.

Interpretación: En esta área nos mencionan que ellos elaboran su hoja de ruta al momento de ir a entregar los pedidos, la empresa si realiza mejoras en el proceso de distribución, pero cabe resaltar que el tráfico es un obstáculo para cumplir a la hora determinada con la entrega de los productos.

Objetivo específico 2: Analizar la satisfacción de los clientes en la empresa Corbax S.A.C.

Tabla 1

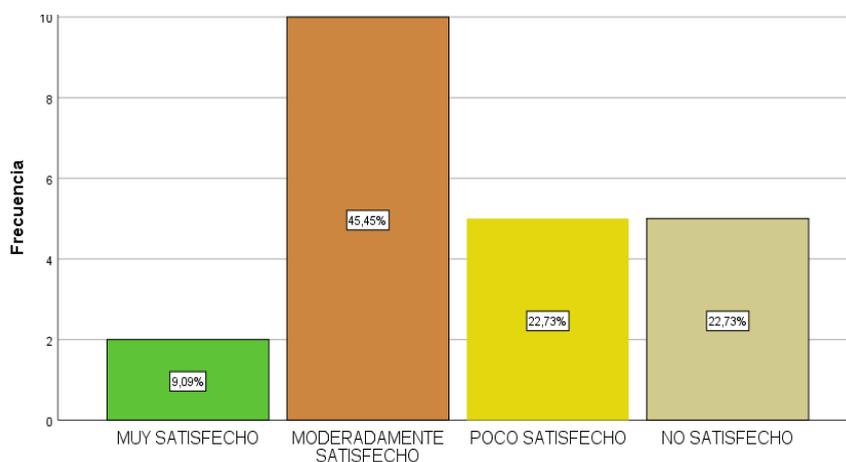
1.- Ud. se siente satisfecho con la atención recibida.

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	2	9,1
Moderadamente Satisfecho	10	45,5
Poco Satisfecho	5	22,7
No Satisfecho	5	22,7
Total	22	100,0

Nota. SPSS versión 26

Figura 1

1.-Usted se siente satisfecho con la atención brindada.



Nota. SPSS versión 26

Interpretación: En la tabla o gráfico se puede observar que la mayoría de personas (45.45%) se encuentran moderadamente satisfecho con la atención brindada por la empresa, así mismo un 22.73% se encuentran pocos satisfechos, 22.73% no satisfechos y una minoría se encuentran muy satisfechos.

Tabla 2

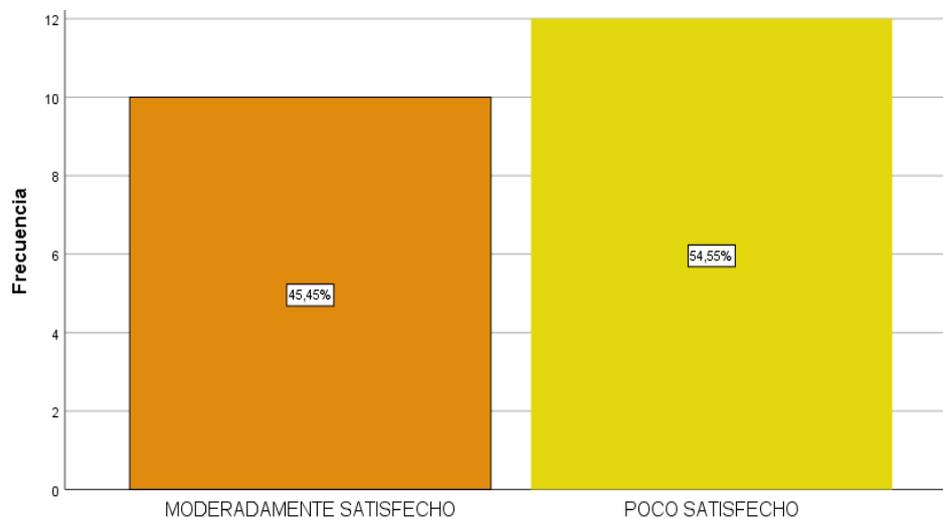
2.- El producto que usted solicita llega en buenas condiciones y a tiempo requerido.

	Frecuencia	Porcentaje
Moderadamente Satisfecho	10	45.5
Poco Satisfecho	12	54.5
Total	22	100.0

Nota. SPSS versión 26

Figura 2

2.- El producto que usted solicita llega en buenas condiciones y a tiempo requerido.



Nota. SPSS versión 26

Interpretación: Se puede visualizar que la mayoría de personas (54.55%) están pocos satisfechos respecto a que el producto lo reciben en buenas condiciones y a tiempo requerido y un 45.45% se encuentran moderadamente satisfechos.

Tabla 3

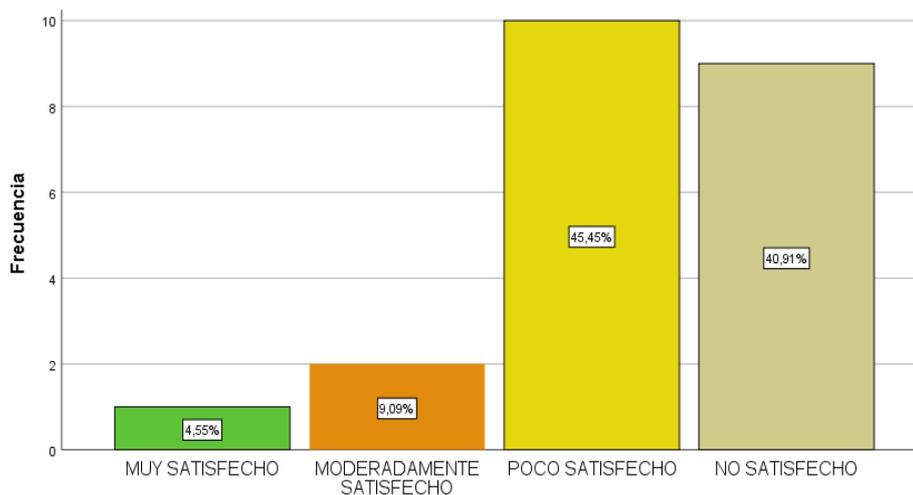
3.- Si usted presenta dificultades es atendido de forma inmediata.

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	1	4.5
Moderadamente Satisfecho	2	9.1
Poco Satisfecho	10	45.5
No Satisfecho	9	40.9
Total	22	100.0

Nota. SPSS versión 26

Figura 3

3.- Si usted presenta dificultades es atendido de forma inmediata.



Nota. SPSS versión 26

Interpretación: En la figura se puede observar que la gran mayoría de encuestados (86.36%) manifestó que cuando presentan dificultades no se les atiende de forma inmediata.

Tabla 4

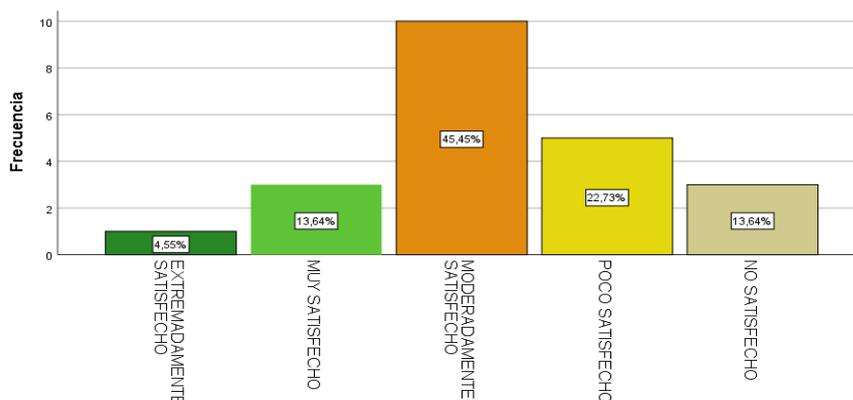
4.- Los trabajadores de la empresa Corbax S.A.C. son amables al momento de atenderlo.

	Frecuencia	Porcentaje
Extremadamente Satisfecho	1	4.5
Muy Satisfecho	3	13.6
Moderadamente Satisfecho	10	45.5
Poco Satisfecho	5	22.7
No Satisfecho	3	13.6
Total	22	100.0

Nota. SPSS versión 26

Figura 4

4.- Los trabajadores de la empresa Corbax S.A.C. son amables al momento de atenderlo.



Nota. SPSS versión 26

Interpretación: En el gráfico se puede ver detalladamente que la mayoría de clientes se encuentran moderadamente satisfechos, el 22.73% están pocos satisfechos, hay una igualdad entre personas que se encuentran muy satisfecho y no satisfecho, mientras que el 4.55% de clientes responden a que se sienten extremadamente satisfechos, esto quiere decir que el personal de la empresa Corbax S.A.C. no son amables al 100% con los clientes.

Tabla 5

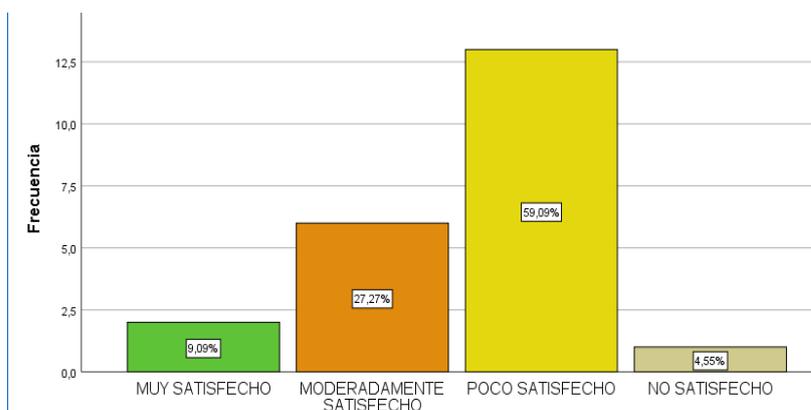
5.- Los canales de atención telefónica siempre están activos y nunca ha tenido dificultad para comunicarse a través de ellos.

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	2	9.1
Moderadamente Satisfecho	6	27.3
Poco Satisfecho	13	59.1
No Satisfecho	1	4.5
Total	22	100.0

Nota. SPSS versión 26

Figura 5

5.- Los canales de atención telefónica siempre están activos y nunca ha tenido dificultad para comunicarse a través de ellos.



Nota. SPSS versión 26

Interpretación: En la tabla se puede ver que la mayoría (59.09%) están pocos satisfechos, 27.27% se encuentran moderadamente satisfechos, y hay un 9.09% de clientes muy satisfechos, mientras que lo restante es de personas netamente no satisfechas, esto quiero decir que hay dificultades con los medios de comunicación de la empresa Corbax; teléfono fijo, redes sociales(Facebook, Instagram) ya que estos no están activos cuando se requiere por parte de los clientes lo que conlleva a una insuficiente satisfacción.

Tabla 6

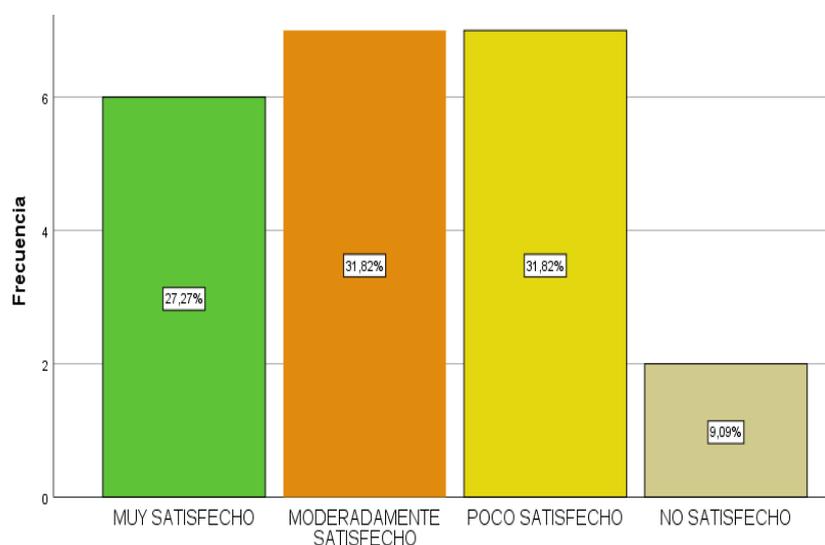
6.- Los colaboradores le transmiten confianza.

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	6	27.3
Moderadamente Satisfecho	7	31.8
Poco Satisfecho	7	31.8
No Satisfecho	2	9.1
Total	22	100.0

Nota. SPSS versión 26

Figura 6

6.- Los colaboradores le transmiten confianza.



Nota. SPSS versión 26

Interpretación: En la figura se puede observar que 31.82% están moderadamente satisfechos, la misma cantidad se encuentran pocos satisfechos, mientras que el 27.27% se sienten muy satisfechos y hay una minoría que no está satisfecho, esto quiere decir que si está en un buen porcentaje la confianza que transmiten los colaboradores hacia los clientes.

Tabla 7

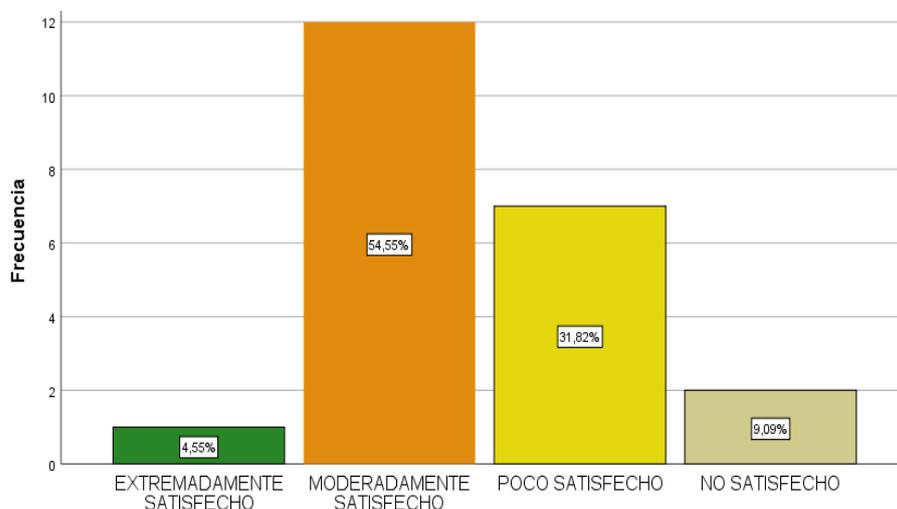
7.- Fue atendido de manera oportuna y eficaz al momento de solicitar su pedido.

	Frecuencia	Porcentaje
Extremadamente Satisfecho	1	4.5
Moderadamente Satisfecho	12	54.5
Poco Satisfecho	7	31.8
No Satisfecho	2	9.1
Total	22	100.0

Nota. SPSS versión 26

Figura 7

7.- Fue atendido de manera oportuna y eficaz al momento de solicitar su pedido.



Nota. SPSS versión 26

Interpretación: En la figura podemos resaltar que la mayor parte se encuentra moderadamente satisfecho, 31.82% poco satisfecho, 9.09% no satisfecho y hay poca cantidad que están no satisfechos, se puede decir que los clientes no están siendo atendidos al 100% de manera oportuna y eficaz al momento que solicitan su pedido, lo que conlleva a que los clientes opten por buscar nuevos proveedores.

Tabla 8

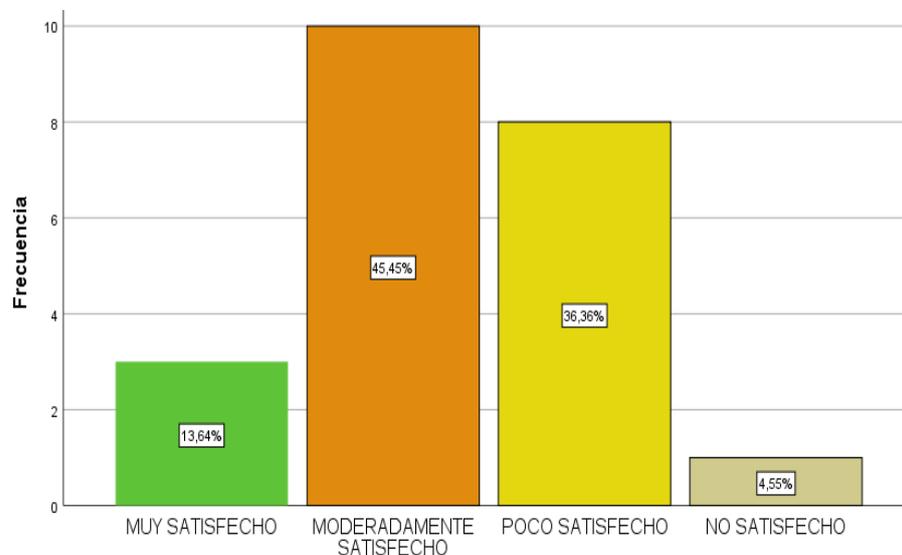
8.- Recomendaría usted los servicios que brinda la empresa a un conocido.

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	3	13.6
Moderadamente Satisfecho	10	45.5
Poco Satisfecho	8	36.4
No Satisfecho	1	4.5
Total	22	100.0

Nota. SPSS versión 26

Figura 8

8.- Recomendaría usted los servicios que brinda la empresa a un conocido.



Nota. SPSS versión 26

Interpretación: Se puede observar en la tabla que la mayor población (45,45%) se encuentra moderadamente satisfecho, 36,36% poco satisfecho, 13,64% muy satisfecho y una reducida cantidad (4,55%) de clientes no satisfechos, quiere decir que no hay una gran satisfacción por parte de las personas.

Tabla 9

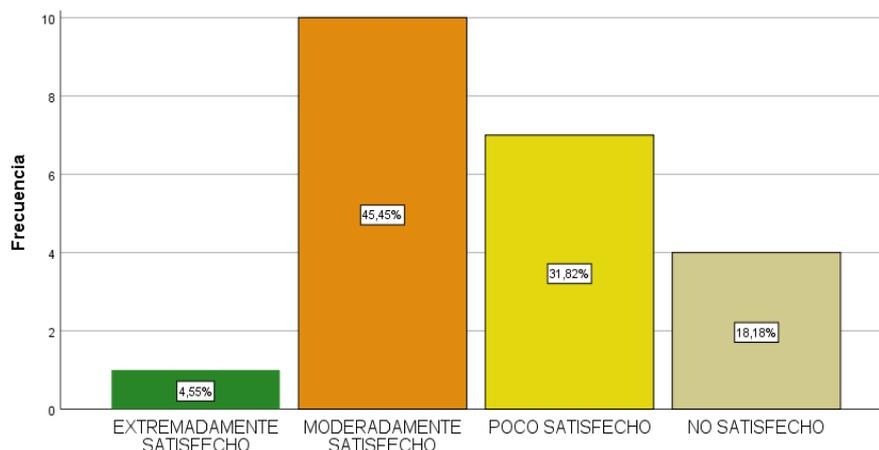
9.- Considera que la empresa Corbax SAC brinda una atención diferenciada con respecto a la competencia.

	Frecuencia	Porcentaje
Extremadamente Satisfecho	1	4.5
Moderadamente Satisfecho	10	45.5
Poco Satisfecho	7	31.8
No Satisfecho	4	18.2
Total	22	100.0

Nota. SPSS versión 26

Figura 9

9.- Considera que la empresa Corbax SAC brinda una atención diferenciada con respecto a la competencia.



Nota. SPSS versión 26

Interpretación: Observamos en la figura que la mayor parte se sienten moderadamente satisfechos, el 31.82% pocos satisfechos, 18.18% no satisfecho y una minoría extremadamente satisfecho, lo que quiere decir que la empresa Corbax S.A.C., tiene que mejorar en la atención y resaltar ante la competencia, para así lograr que los clientes no duden en decir que la empresa si se diferencia a otras entidades.

V. DISCUSIÓN

En cuanto a los inconvenientes que se presentaron durante la investigación fue que, algunos clientes no quisieron responder las encuestas debido a que no les alcanzaba el tiempo. Otra limitación fue que al inicio la Gerente general no quiso conceder la entrevista que se le realizó ya que la información es confidencial, posteriormente aceptaron y colaboraron respondiendo las preguntas.

Considerando el primer objetivo específico: Determinar las estrategias de control de inventarios que aplicó la empresa mediante la entrevista, los resultados mostraron dificultades en la gestión y control de sus inventarios por la falta de estrategias; pero no cuenta con un personal que se encargue netamente del almacén, por otro lado, no tienen un Kardex ni método de valuación, tampoco se registran las entradas y salidas de la mercadería, no realizan inventarios.

A tal efecto, Espinoza y Lozano (2018) mencionan que en su investigación realizada en una empresa dedicada a la compra y venta de artículos de ferretería no ejecutan registros de forma sistemática o física, su objetivo fue la evaluación del control de inventarios de la Empresa "INVERSIONES FERREYANI E.I.R.L.". Para lograr los resultados de su investigación se optaron por dichos instrumentos de recolección las cuales fueron la entrevista y la observación, cada uno de ellos con su respectivo instrumento siendo la guía de entrevista y la guía de observación. Su población está conformada por los documentos contables, como el de control de producto.

Por otro lado, Berrospi (2021) señala que, en su indagación llevada a cabo en una empresa comercial, donde se encontró que su principal problemática es el ineficiente control de los inventarios, ocasionados por la falta de capacitaciones al personal que labora en la entidad teniendo como consecuencias la inexistencia de organización y control en la toma de inventarios, la cual fue ocasionado por el desconocimiento del Manual de Organizaciones y Funciones al momento de cumplir con sus obligaciones. Su objetivo de dicha investigación se basó en plantear estrategias y políticas para la mejoría de la gestión de existencias de una institución comercial realizada en Lima en el año 2021; los instrumentos que se aplicaron para la obtención de los resultados fueron, el registro documental y la

guía de entrevista, el muestreo empleado es por conveniencia, la muestra está formada por cinco personas, también así mismo se evaluó los informes contables, los cuales se usaron como objeto de estudio el Kardex, permitiendo este el acceso a información sobre los ingresos y salidas de mercadería.

Por otro lado, otro hallazgo importante es que en la entidad no se realizan toma de inventarios frecuentemente; siendo una debilidad para el área de almacén, puesto que puede generar pérdidas o robos de mercadería, no tener un stock suficiente para satisfacer a la demanda, para corroborar lo antes mencionado se cita a Llayqui (2019), quien realizó una investigación sobre la gestión de inventarios en una empresa confeccionista de ropa; donde sostuvo como propósito general implementar una propuesta en la gestión de existencias para mejorar el área del almacén en la empresa UFITEC SAC, para ello se empleó el método de una investigación cualitativa, de tipo explicativa, teniendo en cuenta los instrumentos para la recolección de datos las cuales son la observación, la revisión documental y la entrevista, obteniendo como resultados que uno de los problemas que se logró identificar fue la falta de revisiones físicas periódicamente a las existencias de la entidad, provocando el desconocimiento y desorden de los productos, generados por errores operativos y falta de políticas en la organización.

En relación al segundo objetivo específico: Analizar la satisfacción de los clientes en la empresa Corbax S.A.C., se encontró que los clientes no se encuentran satisfechos con respecto a la atención que les brinda el personal al momento de atenderlos, ya que el producto que solicitan no llega al tiempo que ellos lo requieren, sus dificultades que presentan no son atendidas de forma inmediata, los medios de comunicación no se encuentran siempre disponibles para las dudas o resolución de los problemas de los clientes, al fin de corroborar lo mencionado Álvarez y Serrano (2022) en su trabajo de investigación que tuvieron por objetivo la determinación de la relación entre la eficiencia de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa Barboza Grupo E.I.R.L., además el estudio fue cuantitativo, de tipo básica, con un diseño no experimental de corte transversal y nivel correlacional, con una muestra de 384 personas, se empleó la técnica de la encuesta, el instrumento del cuestionario con la escala de Likert ordinal a través del SPSSV.26, obteniendo como resultados que la satisfacción de los clientes se

da por el incumplimiento de sus expectativas, esto se refleja por problemas en la calidad del producto, en la entrega y en la mala atención por parte del personal de la empresa teniendo como consecuencia la pérdida de clientes y por ende decrecimiento de sus ganancias.

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos se llegó a determinar que las estrategias de inventarios ejercen una importante influencia, en la satisfacción de los clientes. Se pudo corroborar nuestro objetivo general: Establecer como inciden las estrategias de inventarios en la satisfacción de los clientes; De acuerdo a los resultados se puede decir que hay relación entre ambas variables, puesto que, si existe una implementación de estrategias adecuada en la entidad, se ve reflejado en la satisfacción y cumplimiento de las expectativas de los clientes. En ese sentido Torres (2018) en su investigación sobre “El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de la empresa casas y sueños SAC, Carabayllo, LIMA 2018” tuvo como propósito principal determinar la relación que hay entre el control de inventario y la satisfacción en los clientes de la empresa Casas y sueños SAC, optando por un diseño de investigación no experimental de corte transversal, el nivel de indagación fue correlacional, su población y muestra estuvo formado por los clientes de la entidad casas y sueños SAC, el instrumento que se aplicó para la recolección de información fue el cuestionario y se usó el análisis estadístico e interpretación mediante el SPSS para procesar los datos obtenidos concluyendo la relación que existe entre ambas variables así como el control de inventarios que se relaciona de manera directa con la satisfacción de los clientes de dicha empresa.

VI. CONCLUSIONES

1. Respecto al objetivo general que es establecer como inciden las estrategias de inventarios en la satisfacción de los clientes se concluye que ambas variables tienen una correlación ya que al existir adecuadas estrategias de inventarios se obtendrá un buen nivel de satisfacción de los clientes; la cual así se tendrá una mejor atención al cliente, a través de la entrega oportuna de sus pedidos y además también es importante para el control de la materia prima e insumos necesarios para la producción.
2. Respecto al primer objetivo específico, el cual consiste en determinar las estrategias de control de inventarios que aplica la empresa Corbax S.A.C., se concluye que la entidad no cuenta con las suficientes estrategias y políticas de inventarios tales como son la falta de un Kardex para mantener el control de los productos, ausencia de algún responsable del área de almacén, no cuentan con la documentación necesaria para controlar las entradas y salidas de las existencias de la materia prima, productos terminados y falta de toma de inventarios físicos, por otro lado también se presentan dificultades en dicha área ya que no se aplica métodos de valuación, falta de capacitaciones y supervisiones al personal del área lo cual son limitaciones para mantener la fidelización de sus clientes.
3. Respecto al segundo objetivo específico analizar la satisfacción de los clientes en la empresa Corbax S.A.C., se concluye un bajo nivel de satisfacción por parte de los clientes siendo las principales causas la ineficiencia en la entrega de los productos, sus reclamos o dudas no son atendidas de forma inmediata.

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere al gerente de la entidad, la implementación del Kardex ya que este es un registro esencial para la misma, el cual ayudará a identificar la cantidad de mercadería que tendrá en su almacén.

Se le recomienda al gerente implementar políticas, como la toma de inventarios periódicamente, la cual es de suma importancia ya que así se va a un adecuado control tanto de la materia prima como la mercadería para la venta. Y la implementación del Manual de Organizaciones y Funciones para así tener una noción clara de las áreas y responsabilidades que debe cumplir cada colaborador involucrado en el proceso de los inventarios.

Programar capacitaciones permanentes a los responsables del proceso logístico de inventarios, para mejorar tanto la gestión de la entidad como la atención a los clientes.

REFERENCIAS

- Álvarez, A. (2020). *Justificación de la investigación*. [Tesis de grado, Universidad de Lima]. Repositorio institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10821>
- Barreto, J & Ricardo, M. (2018). Customer participation in professional services operations and its impacts on flexibility and costs [la participación del cliente en las operaciones de servicios profesionales y sus impactos en la flexibilidad y los costos]. *Brazilian Business Review*, 15(1). <https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.1.3>
- Benavides, M. (2017). Estrategias de control interno de inventarios para la empresa Carjorediciones CIA. LTDA. de la ciudad de Ibarra [Tesis de grado, Universidad Regional Autónoma De Los Andes Uniandes]. Repositorio Institucional Uniandes. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/5832>
- Bernabe, C. & Checa, L. (2021). *Propuesta de mejora en la gestión de inventarios de micro y pequeñas empresas del sector gastronómico de la región Lambayeque para reducir sus mermas* [Tesis de grado, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional UTP. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/5023>
- Caceres, V & Mamani, S. (2020). *Calidad de servicio y su relación en la satisfacción del cliente en el Banco de Crédito del Perú- Agencia J.L.B. y Rivero* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional UNSA. <http://hdl.handle.net/20.500.12773/12705>
- Cárdenas, M. (2021). *Diseño de una estrategia para la gestión de inventarios desde un enfoque en la Dirección de Operaciones* [Tesis de grado, Universidad ECCI]. Repositorio Universidad ECCI. <https://repositorio.ecci.edu.co/handle/001/909>

- Cardona, J., Orejuela, J. & Rojas, C. (2018). Gestión de inventario y almacenamiento de materias primas en el sector de alimentos concentrados. *Revista EIA*, 15(30), 195-208. <https://doi.org/10.24050/reia.v15i30.1066>.
- Carrillo, G. & Rivera, A. (2019). *Propuesta de mejora del proceso logístico del área de distribución para contribuir en el servicio al cliente de la Distribuidora del Norte en la sede Piura – año 2018* [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/42870>
- Castañeda, Y. (2018). *Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en el restaurante “El Cantaro” Lambayeque 2017*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio Institucional Pedro Ruiz Gallo. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/5984>
- Chávez, J. (2020). *Gestión de inventarios en las empresas del sector retail* [Tesis de grado, Universidad Nacional De Piura], Repositorio Institucional UPN. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/2394>
- Escudero, C. & Cortez, L. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. Editorial UTMACH-REDES 2017. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14207/1/Cap.1-Introducci%C3%B3n%20a%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica.pdf>
- Fernandes, D., Ordabayeva, N., Han, K., Jung, J & Mittal, V. (2022). How Political Identity Shapes Customer Satisfaction [Cómo la identidad política da forma a la satisfacción del cliente] *Revista in American Marketing Association*, 1-19. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/00222429211057508>
- Fontalvo, T., De La Hoz E & Mendoza, A (2019). Los procesos logísticos y la administración de la cadena de suministro. *Revista Saber y Ciencia*, 14(2),

<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5880>

Henao, L. (2021). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Revista contaduría y administración*, 65 (3).
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2318>

Huerta, P (2019). *Gestión de inventarios y satisfacción del cliente en la corporación educativa colegio héroes del pacífico, san juan de Miraflores – 2019* [Tesis de grado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Universidad Autónoma del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1770>

Jara, A. (2018). *Descripción de la experiencia de compra en Market Trujillo, Huaraz, 2018* [Tesis de grado, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo]. Repositorio Institucional USAM.
<http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/3490>

Juárez, K., Córdova, J., Merino, M. & Córdova, N. (2021). Metodología 5S para mejorar el rendimiento del almacén de una empresa azucarera de Perú. *Revista de Investigación y Cultura -Universidad César Vallejo*, 10(1).
<https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/578/567>

Ladino, E., Giraldo, H & Obando, N. (2021). Formulación de hipótesis: una competencia de pensamiento científico en docentes de instituciones educativas oficiales de la comuna 6 y 9 de la ciudad de armenia (Quindío). *Revista Tecné, Episteme y Didaxis*.
<https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/TED/article/view/15375/10163>

Manterola, C., Grande, L., Otzen, T., García, N., Salazar, P. & Quiroz, G. (2018). Confiabilidad, precisión o reproducibilidad de las mediciones. Métodos de valoración, utilidad y aplicaciones en la práctica clínica. *Revista Chilena de Infectología*, 35(6). <http://dx.doi.org/10.4067/S0716-10182018000600680>

- Monroy, M. (2019). Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida. *Revista Sinapsis*, 11, (1), 70 - 87. <http://app.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapis/article/view/208>
- Paico, C. & Aldana, L. (2021). *Control de inventarios de la Empresa Frutos Tongorrape S.A, Lambayeque 2019* [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7916>
- Pino, F. (2020). La satisfacción laboral y la satisfacción del cliente en la atención brindada en el Club Departamental Arequipa. *Revista Investigaciones ULCB*, 7(2), 29-41. <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2020v7n2.003>
- Pizzán, N., Rosales, C & Cerón, C. (2022). Control de inventario y rentabilidad en una empresa ferretera de Manantay-Perú. *Revista Sapienza* 3(1). <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i1.246>
- Ramos, L. (2018). *Implementación de un sistema de gestión logística en la empresa importadora Ralamn S.A.C., para mejorar el servicio al cliente – Lambayeque 2016* [Tesis de grado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio Académico USM. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4079>
- Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador* [Tesis de grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Digital Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>
- Rutberg, S. & Bouikidis, C. (2018). Focusing on the fundamentals: A simplistic differentiation between qualitative and quantitative research [Centrándose en los fundamentos: una diferenciación simplista entre investigación cualitativa y cuantitativa]. *Journal Nephrology Nursing Journal*, 45(2), 209-213. <https://www.proquest.com/docview/2028125771/fulltextPDF/98AA09B6F314467BPQ/1?accountid=37408>

- Sánchez, F. (2018). Epistemic Fundamentals of Qualitative and Quantitative Research: Consensus and Dissensus [Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consenso y Disenso]. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1). <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez, J. (2019). *Propuesta de mejora en la gestión de inventario de materiales de limpieza para reducir las compras no planificadas en un hospital de la región Lambayeque* [Tesis de grado, Universidad Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1904>
- Sürücü, L & Maslakci, A. (2020). Validity and Reliability in Quantitative Research [Validez y confiabilidad en la investigación cuantitativa] *Article in Business and Management Studies an International Journal*, 8(3), 2694-2726. <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1540>
- Tapia, L., Palomino, M., Yalda, L. & Valenzuela, R. (2018). Pregunta, hipótesis y objetivos de una investigación clínica. *Revista médica clínica Las Condes*, 30(1), 29-35. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.12.003>
- Torres, Y. (2018). El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de la empresa casas y sueños S.A.C., Carabayllo, Lima 2018 [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/25091>
- Ulloa, A. (2018). Estrategias más relevantes que incurren los centros comerciales del sur de Quito para la fidelización de sus clientes. *Revista publicando*, 5(2), 67-80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7055591>
- Useche, M., Artiagas, W., Queipo, B. & Perozo, E. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos Cuali-cuantitativos. (1° ed.), Editorial Gente Nueva.

https://www.academia.edu/44142559/T%C3%A9cnicas_e_instrumentos_de_recolecci%C3%B3n_de_datos_Cuali_cuantitativos

Valenzuela, N., Buentello, C., Gómez, L. & Villareal, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON: Gestión-Organización–Negocios*, 6(2), 18-24.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7828486>

Vega, A., Maguiña, J., Soto, A., Lama., J & Correa, L. (2021). Estudios Transversales. [Artículo de revisión]. *Revista de Facultad de Medicina Humana*, 21(1), 179-185. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v21n1/2308-0531-rfmh-21-01-179.pdf>

Villasis, M., Márquez, H., Zurita, J., Miranda, G & Escarnilla, A. (2018). El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones. *Revista Alergia Mex*, 65(4), 414-421. <Http://www.scielo.org.mx/pdf/ram/v65n4/2448-9190-ram-65-04-414.pdf>

Yllaconza, R. (2018). *Gestión de Inventarios y servicio al cliente en la empresa Maestro, Callao – 2018* [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/23232>

Zelada, J. (2020). *Relación entre el nivel de expectativa de los clientes y el grado de experiencia. BCP Jaén* [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad Cesar Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51977/Zelada_CJK-SD.pdf?sequence=1

ANEXOS

Anexo 1

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable Independiente: Estrategia de inventarios	Una estrategia de inventarios resulta indispensable para poder mantener el orden y un adecuado control y administración dentro de una empresa (Nuria,2019).	Se puede medir mediante el almacenamiento, distribución y valuación.	Almacenamiento Distribución Valuación	Almacén, productos Coordinación Entrega Método de valuación. Toma de inventarios.	Escala de razón
Variable Dependiente: Satisfacción de los clientes	según Ngo y Nguyen (2016, como se citó en Acosta et al, 2018) es una cualidad principal dentro de cualquier organización para mantener una relación a largo plazo con los clientes y de esta manera mantener su lealtad o fidelidad, a través de un buen servicio al cliente y cumpliendo con las expectativas del cliente.	Se puede medir mediante el servicio al cliente y expectativas del cliente.	Servicio al cliente. Expectativas del cliente.	Atención al cliente. Comunicación. Amabilidad. Experiencias de compras.	

Anexo 2



MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO "CUESTIONARIO"

Estimado (s) estudiantes: Cinthia Aracely Casusol Sandoval y José Anibal Tineo Pérez

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de **Contabilidad** de la Universidad César Vallejo (**Chiclayo**); los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria y como representante de la empresa: Karina Alva Quiroz; Sí NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo **recolectar información para el desarrollo del Proyecto de Investigación**, Asimismo, autorizo no 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 al correo de la empresa: karina.alva@corbaxsac.com


CORBAX S.A.C.
Karina Alva Quiroz
GERENTE GENERAL

Anexo 3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ANEXO 3 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 001-2022-VI-UCV AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización: Corbax S.A.C.	RUC: 20600043278
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos Karina Alva Quiroz	DNI: 43204101

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 Estrategia de Inventarios y los clientes en la empresa Corbax S.A.C	
Nombre del Programa Académico: Escuela de Contabilidad	
Autor: Nombres y Apellidos Casusol Sandoval Cinthia Aracely Tineo Pérez José Anibal	DNI: 75055789 74072606

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.

Chiclayo, 25 de mayo del 2022

Firma: _____

(*) 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, sabido 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 4



MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO "ANÁLISIS DOCUMENTAL"

Fecha: 02/06/2022

Nombre del representante legal: Karina Alva Quiroz

Entidad: Corbax S.A.C.

Yo, Karina Alva Quiroz con DNI 43204101 en forma voluntaria; Sí NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo **recolectar información para el desarrollo del Proyecto de Investigación**. Asimismo, autorizo no 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 entrevista puede enviarla al correo: karina.alva@corbaxsac.com

MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO "CUESTIONARIO"

Estimado (s) estudiantes: Cinthia Aracely Casusol Sandoval y José Aníbal Tineo Pérez

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de **Contabilidad** de la Universidad César Vallejo (**Chiclayo**); los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria y como representante de la empresa: Karina Alva Quiroz; Sí NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo **recolectar información para el desarrollo del Proyecto de Investigación**, Asimismo, autorizo no 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 al correo de la empresa: karina.alva@corbaxsac.com



CORBAX S.A.C.
Karina Alva Quiroz
GERENTE GENERAL



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Estrategia de Inventarios y la satisfacción de los clientes en la empresa CorbaxS.A.C

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Entrevista

Cuestionario

III. ESTUDIANTE:

Casusol Sandoval, Cinthia Aracely (orcid.org/0000-0003-0726-4407)

Tineo Pérez, José Aníbal (orcid.org/ 0000-0001-5634-912X)

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

Apto para su aplicación

APROBADO: SI



NO



Pimentel, 02 de julio del 2022



CPCC José María Vásquez Chingo
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MATRICULA 29998

Mg. CPCC. José María Vásquez Chingo

DNI: 08464395

ANEXO 6



ESCUELA DE CONTABILIDAD

Pimentel, 11 de octubre del 2022

Señor:

José María Vásquez Chingo

Ciudad de Chiclayo

De mi consideración

Reciba el saludo institucional y personal y al mismo tiempo para manifestarle lo siguiente:

El suscrito, estudiantes del curso Proyecto de la Investigación del IX ciclo, se encuentra realizando un trabajo de investigación titulado: **Estrategia de inventarios y la satisfacción de los clientes en la empresa Corbax S.A.C.**, el mismo que es requisito indispensable para la posterior obtención del título profesional, según normativa.

Como parte del proceso de elaboración de dicha investigación, se ha elaborado instrumentos de recolección de datos, el mismo que por el rigor que se nos exige es necesario validar el contenido de dicho instrumento; por lo que reconociendo su formación y experiencia en el campo profesional y de la investigación recurro a Usted, en su condición de EXPERTO emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efectos de su análisis adjunto a usted los siguientes documentos:

- Instrumento detallado con ficha técnica instrumental.
- Informe de validación del instrumento

Sin otro particular quedo de usted.

Atentamente,

Tineo Pérez José

Casusol Sandoval Cinthia

Anexo 7



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Reciba un cordial saludo de parte de Cinthia y José estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo. El motivo de esta entrevista, permitirá la obtención de datos para el desarrollo de nuestro proyecto de investigación, el cual se basa en determinar las estrategias de control de inventarios que aplica la empresa Corbax S.A.C.

Datos personales

Nombre: Karina Alva Quiroz

Empresa: CORBAX S.A.C.

Edad: 39 años

Cargo: GERENTE GENERAL

Género: Masculino Femenino

Preguntas:

1- ¿Se cuenta con un almacén en óptimas condiciones para almacenar los productos?

Si, nuestro almacén es amplio, y con espacios para clasificar.

2- ¿El almacenero registra el ingreso y salida de la mercadería? De ser positivo ¿En dónde lo registra?

El almacenero no realiza ningún registro.

3- ¿Se hace toma de inventarios físicos? De ser positivo ¿Con qué frecuencia? ¿por qué lo hace?

No se realiza toma de inventarios

4- ¿Cómo puede asegurar Ud. o que alternativa puede considerar para que los envíos de los productos se lleven a tiempo, sin daños y en las cantidades requeridas?

Para el envío de los productos se deben enviar en varias unidades de transporte con un recorrido de ruta programada, así evitaremos tiempos muertos.

Anexo 8

5- ¿La empresa cuenta con stock suficiente para entregar o poder realizar los pedidos?

Siempre contamos con stock de diferentes tipos del producto para cada cliente que tenemos.

6- ¿En cuánto tiempo aproximado despachan sus pedidos?

Entre una hora de demora, según la zona donde lo requieran.

7- ¿Existe alguna persona encargada del área de almacén? ¿Cuáles son sus funciones y obligaciones?

No contamos con personal encargado netamente en almacén.

8- ¿Aplican algún método de valuación de inventarios?

No se aplica ningún método de valuación.

9- ¿Considera que el uso adecuado de estrategias de inventarios contribuirá al rendimiento de la empresa?

La estrategia utilizada ayuda mucho porque evitamos pérdidas ya que es un producto perecible.

10- ¿Cree usted que se debe implementar o proponer nuevas políticas de inventarios?

Sí, para tener un mejor control de los inventarios de la entidad.

Anexo 9



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Reciba un cordial saludo de parte de Cinthia y José estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo. El motivo de esta entrevista, permitirá la obtención de datos para el desarrollo de nuestro proyecto de investigación, el cual se basa en determinar las estrategias de control de inventarios que aplica la empresa Corbax S.A.C.

Datos personales

Nombre: CARLOS CATHAN SOBRIÑO

Empresa: CORBAX

Edad: 18

Cargo: JEFE DE PRODUCCIÓN

Género: Masculino Femenino

Preguntas:

1- ¿Cómo solicita los insumos para procesar el agua?

Se hace un conteo y de acuerdo a la existencia en número de producción se va solicitando.

2. Usted cuándo solicita los insumos para procesar el agua, ¿le envían a tiempo?

Si me envían a tiempo.

3- ¿Qué formulario utiliza para hacer el pedido de los insumos?

Orden de pedido

4- ¿Cómo y a quién le entrega la producción terminada?

Las entregas son asignadas a cada repartidor, dichos encargados se aseguran de que el producto terminado sea entregado en óptimas condiciones respetando los protocolos de bioseguridad, la entrega se realiza a la persona que haya realizado el pedido con anterioridad.



Reciba un cordial saludo de parte de Cinthia y José estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo. El motivo de esta entrevista, permitirá la obtención de datos para el desarrollo de nuestro proyecto de investigación, el cual se basa en determinar las estrategias de control de inventarios que aplica la empresa Corbax S.A.C.

Datos personales

Nombre: *Adrián Lameda Risco*
Edad: *42 años.*
Género: Masculino Femenino

Empresa: *CORBAX S.A.C.*
Cargo: *Repartidor*

Preguntas:

- 1- Antes de salir a realizar entrega de pedidos, ventas o distribución
¿Elabora una hoja de ruta para planificar su recorrido?

Sí, realizamos una hoja de ruta, empezando por los lugares más cercanos.

- 2- ¿La empresa realiza mejoras en el proceso de distribución, despacho con base en las quejas presentados por los clientes?

Sí, se hace mejoras, con respecto a la distribución, pero igual hay veces que no se avanza por motivos de tráfico.

- 3- ¿En cuánto tiempo aproximado despachan sus pedidos?

Despachamos entre 1 hora a 2 horas aproximadamente según la zona donde lo requieran.

- 4- ¿Cuáles son los obstáculos que presentan a la hora de realizar la entrega del producto?

Uno de los obstáculos que tenemos es el tráfico, por otro lado, que a veces llaman distribuidores y se le da la preferencia a ellos.



Reciba un cordial saludo de parte de Cinthia y José estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo. El motivo de esta entrevista, permitirá la obtención de datos para el desarrollo de nuestro proyecto de investigación, el cual se basa en determinar las estrategias de control de inventarios que aplica la empresa Corbax S.A.C.

Datos personales

Nombre: *Luisana Falta Coronel*

Empresa: *CORBAX S.A.C*

Edad: *22*

Cargo: *Administradora*

Género: Masculino Femenino

Preguntas:

1- ¿Cuáles son sus políticas de inventarios?

- / Fácil acceso a bienes en existencia*
- / Productos son guardados en orden con su respectivo nombre de etiqueta*

2- ¿La empresa cuenta con un área apropiado para la recepción de mercaderías?

La empresa si cuenta con un área apropiado para la recepción de mercaderías.

3- ¿Qué documento utiliza para entregar el producto a los clientes?

Guías de remisión remitente y factura

4- ¿Qué personal está directamente relacionado con el almacenamiento y distribución del producto?

Practicantes y administración

Anexo 12



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CUESTIONARIO APLICADO A 22 CLIENTES

ESTRATEGIA DE INVENTARIOS Y LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES

Estimado (a): Se solicita su valiosa colaboración para que marque con un aspa el casillero que de acuerdo a su criterio y experiencia usted crea conveniente, la cual, mediante esta técnica de recolección de datos, podremos obtener la información que posteriormente será incorporada a la investigación.



ITEM	EXTREMADAMENTE SATISFECHO	MUY SATISFECHO	MODERADAMENTE SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NO SATISFECHO
Ud. se siente satisfecho con la atención recibida.					
El producto que usted solicita llega en buenas condiciones y en el tiempo requerido.					
Si usted presenta dificultades es atendido de forma inmediata.					
Los trabajadores de la empresa Corbax S.A.C. son amables al momento de atenderlo.					
Los canales de atención telefónica siempre están activos y nunca ha tenido dificultad para comunicarse a través de ellos.					
Los colaboradores le transmiten confianza.					
Fue atendido de manera oportuna y eficaz al momento de solicitar su pedido.					
Recomendaría usted los servicios que brinda la empresa a un conocido.					
Considera que la empresa Corbax SAC brinda una atención diferenciada con respecto a la competencia.					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARCIA VERA WALDEMAR RAMON, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Estrategia de Inventarios y la satisfacción de los clientes en la empresa Corbax S.A.C.", cuyos autores son TINEO PEREZ JOSE ANIBAL, CASUSOL SANDOVAL CINTHIA ARACELY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21.00%, 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.

CHICLAYO, 26 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GARCIA VERA WALDEMAR RAMON DNI: 16464113 ORCID: 0000-0002-4766-1290	Firmado electrónicamente por: GVERAW el 13-12- 2022 09:51:37

Código documento Trilce: TRI - 0456254