



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Gestión de inventarios y atención al cliente de una mype de productos
de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniera Industrial

AUTORA:

Lozano Arcos, Yvonne Luz (orcid.org/0000-0002-6793-4858)

ASESOR:

Mgtr. Aller Luna, Edilberto (orcid.org/0000-0002-9339-682X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial y Productiva.

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A la memoria de mis padres que se encuentran en el cielo y que son mi gran motivación, en especial a mi madre Luz Simona que me enseñó a nunca rendirme a pesar de los obstáculos que la vida nos pone y sé que desde arriba se siente muy orgullosa de mí.

AGRADECIMIENTO

Mi más profundo agradecimiento a los docentes que me formaron en esta carrera universitaria durante estos 5 años, compartiendo sus conocimientos y experiencias. A la vez a mi asesor el Mg. Aller Luna, Edilberto que siempre nos motivó a concluir con la tesis y por las sugerencias que ayudaron a mejorar la investigación. A mi hermana Giovana quien es mi motor que me presiona siempre para seguir adelante y a mis buenos amigos que son pocos, pero necesarios por su apoyo incondicional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tabla.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	13
3.1.1 Tipo de investigación.....	13
3.1.2 Diseño de investigación.....	13
3.2 Variables y operacionalización.....	14
3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	15
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5 Procedimientos.....	18
3.6 Método de análisis de datos.....	18
3.7 Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	20
V. DISCUSIÓN.....	27
VI. CONCLUSIONES.....	31
VII. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS.....	39

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: Instrumento mide la variable GI.....	16
Tabla 2: Instrumento mide la variable Atención al cliente	17
Tabla 3: Resultado de validez del instrumento GI y Atención al cliente	17
Tabla 4: Estadística de fiabilidad del instrumento	18
Tabla 5: Escala de correlación de Pearson.....	19
Tabla 6: Niveles de Gestión de inventarios	20
Tabla 7: Descripción de las dimensiones de la variable Gestión de inventarios ..	21
Tabla 8: Niveles de Atención al cliente.....	21
Tabla 9: Descripción de las dimensiones de la variable Atención al cliente.....	22
Tabla 10: Tabla cruzada entre Gestión de inventarios y Atención al cliente	23
Tabla 11: Prueba de Kolmogorov – Smirnov para una muestra.....	23
Tabla 12: Correlación de las variables Gestión de inventarios y Atención al cliente de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho .	24
Tabla 13: Prueba de Kolmogorov – Smirnov para una muestra.....	24
Tabla 14: Niveles de correlación entre Gestión de inventarios y Atención al cliente de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho .	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1: Niveles de Gestión de inventarios.....	20
Figura 2: Dimensiones de la variable Gestión de inventarios.....	21
Figura 3: Niveles de Atención al cliente	22
Figura 4: Distribución de la muestra en los niveles de Atención al cliente	22

RESUMEN

La tesis titulada Gestión de inventarios y atención al cliente tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la Gestión de inventarios y atención al cliente de una mype de productos de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022. En la parte metodológica, la investigación presentó un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con un diseño no experimental de nivel correlacional. La muestra de estudio estuvo conformada por 37 jefes y encargados de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022. Se usó como técnica de recolección de datos la encuesta, aplicando un cuestionario para obtener datos respecto a las variables. El instrumento de recolección de datos fue validado mediante el método de juicio de expertos, quienes dieron conformidad para su aplicación. La fiabilidad se corroboró mediante el Alfa de Cronbach, cuyo valor fue de 0,837 para Gestión de inventarios y 0,656 para atención al cliente. Los resultados se mostraron a través de tablas descriptivas e inferenciales y el coeficiente de correlación rho de Pearson. Los resultados obtenidos reforzaron que entre Gestión de inventarios y atención al cliente existe una fuerte correlación con una rho = 0,865.

Palabras clave: Gestión, inventarios, clientes, suministros, credibilidad.

ABSTRACT

The thesis entitled Inventory management and customer service., aimed to determine the relationship between inventory management and customer service of a cleaning products mype, district of San Juan de Lurigancho, 2022. In the methodological part, the research presented a quantitative approach, of an applied type, with a non-experimental design of a correlational level. The study sample consisted of 37 heads and managers of a mype of cleaning products in the District of San Juan de Lurigancho, 2022. The survey was used as a data collection technique, applying a questionnaire to obtain data regarding the variables. The data collection instrument was validated through the expert judgment method, who gave their approval for its application. Reliability was corroborated by Cronbach's Alpha, whose value was 0.837 for Inventory Management and 0.656 for customer service. The results were shown through descriptive and inferential tables and the Pearson rho correlation coefficient. The results obtained reinforced that between Inventory Management and customer service there is a strong correlation with a rho = 0.865.

Keywords: Management, inventories, customers, supplies, credibility.

I. INTRODUCCIÓN

Según Ayala y Candela (2019), en toda organización la gestión de inventarios es fuente vital, esta involucra a todos los departamentos de la empresa y fortalece el desarrollo comercial, el problema de muchas MYPES radica que no cuentan con información real y actualizada de los inventarios, lo cual genera pérdidas económicas y una mala atención al cliente, ocasionando entregas parciales, reembolso de dinero, generación doble de documentos contables, genera disminución de las ventas y hasta pérdida de clientes.

A nivel mundial muchas empresas fueron perjudicadas debido a su gestión de inventarios. Por una mala preparación o desconocimiento de aspectos vitales de la logística ocasionan disturbios, a finales de estos años el mayor índice de industrias ha evolucionado a la par de la tecnología permitiendo hacer cambios en sus operaciones, según Silipu (2021). Una mala gestión en el área del almacén puede ocasionar perjuicios en la Industria que se resume en pérdida de ventas, fuga de clientes y traerse abajo el nombre del negocio, indica que 17% de casos de baja de clientes se da por entregas a destiempo o productos en mal estado según el instituto tecnológico de embalaje y logística (2017).

Por ejemplo, México el 70 de cada 100 pequeñas empresas no viven más de los 5 años, se presume por muchos causales que llevan a la bancarrota, el principal de ellos es no contar con buen control de inventarios en los almacenes, siendo uno de los causales el de robos o más conocidos como los llamados "hormiga" o pérdidas de control, según lo indica y manifiesta el director de la Institución Nacional de Estadísticas y Geografía, Coto (Inegi, 2018).

Y en el ámbito nacional, el sector empresarial formal cuenta con el 95.9% de microempresas y 3.6% de pequeñas empresas, las cuales sobresalen por su desempeño y productividad, dan empleo y aportan significativamente al PBI, su grado de productividad es limitado, en cotejo con sus pares de países más desarrollados, también el impacto que generó caos y crisis financiera fue creada por la pandemia COVID-19. Asimismo, debemos acentuar que a partir

del mes octubre del 2022 se dará por terminado el Estado de Emergencia aquí en nuestro país. Lo recalca el docente e investigador Silupú (Diario El Peruano, 2022). Esta disposición no solo se invita a examinar el panorama que esta crisis dejó para las mypes, sino también el efecto que causó en la generación de capacidades formales para los empresarios y en su resiliencia en el mercado. Una de las varias dificultades más repetidas son los inventarios en las pymes sobresale el no obtener de manera rápida artículos que el comprador desea y a esos se suma el no contar un ERP quien hace la labor de detección productos terminados. No tener stock de un producto bandera o no ubicarlo rápido en el almacén, crea una suspicacia para el cliente y da una mala apariencia al negocio. También suelen darse problemas en los inventarios de las pymes por una pésima clasificación de los insumos, la organización y control son pilares para un buen funcionamiento de estas.

A nivel de Lima metropolitana, la tasa de informalidad empresarial en nuestro país sobrepasa el 80% y se concentra en la capital según cifras de la Enaho (2019). Se realizó una evaluación a 36 mypes y dicho informe arrojó tres deficiencias fundamentales: planificación, abastecimiento y entrega, es elemental que las organizaciones aborden la gestión de inventarios de inicio a fin, con un enfoque activo y apoyándose en el uso de la tecnología para no solo optimar sus operaciones, sino hacerlas también más resistentes, explicó Pablo Salvador (Consultoría de EY Perú, 2021).

Según el mapa de distritos, San Juan de Lurigancho se caracteriza porque cuenta con mayores habitantes dentro de su zona, cuentan con 30% de mypes de productos de limpieza, pero muchas de ellas son informales. A la vez el microempresario, generalmente, desempeña muchos roles en la empresa; el desconocimiento o por no querer invertir en algún sistema de gestión de inventarios conlleva a no cumplir con los clientes generando malestar y trayendo consecuencias que ocasiona faltas de liquidez y restricciones en la reinversión de sus ganancias. Por eso, hay una alta tasa del 60% de fracaso empresarial en las mypes en los primeros años de sus operaciones. (Silupu, 2021).

La empresa de plásticos Múltiples SAC se dedica a fabricar toda clase de insumos a base de PVC para la limpieza del hogar como escobillones, escobillas, baldes, tinas, desatoradores, hisopos, entre otros y cuenta con más 16 años al servicio del cliente. La planta se encuentra en San Juan de Lurigancho - Lima, esta empresa es de dueños peruanos y da trabajo a más de 150 colaboradores. Como toda empresa se dedica a la fabricación, distribución y comercialización masiva dentro del país. Además, exporta a países como Bolivia, Ecuador, Chile y Colombia.

Como en toda empresa el problema que aquejó a la planta fue la falta de gestión de inventarios, que ha ocasionado pérdidas en varias oportunidades. En enero del 2020 se tenía un despacho a un cliente Retail con un volumen de S/. 100000.00 bimestral, pero al no contar con un buen inventario no se pudo completar el despacho, así que anularon todas las órdenes que se tenían para ese año. Perdiendo al cliente. Además, en octubre del 2021 por no completar una exportación que tenía como destino Ecuador, se tuvo que pagar la diferencia del flete por no llenar el contenedor. La mala de gestión de inventarios está perjudicando las entregas y ocasiona la pérdida de clientes.

La formulación del problema general se definió de este modo: ¿Qué vínculo hay entre gestión de inventarios y atención al cliente de una mype de productos de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022?, Siendo los específicos: ¿Qué vínculo existe entre gestión de inventarios y la credibilidad de una mype de productos de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022?, ¿Qué unión hay entre gestión de inventarios y las políticas de atención de una mype de productos de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022? y ¿Qué nexo existe entre gestión de inventarios y las expectativas alcanzadas de una mype de productos de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022?.

Este proyecto se justificó económicamente, con el propósito de dar nuevas definiciones a la gestión de inventarios y atención al cliente, estos resultados fueron bases referenciales para la entidad, asimismo la referencia entregada fue verídica, cuyos datos son respaldados por autores quienes hacen

referencia a las variables de estudio, en la misma línea de tiempo nos inducen a conocer su valoración. (Rubio Guerrero, 2017), A la vez la argumentación práctica, aportó a revisar que un mal proceso en el sistema gestión de inventario daña fuertemente a la credibilidad de la empresa, llevando a estas mypes a buscar más alternativas para llevar un buen control de inventarios con el fin de la adaptación a las nuevas disposiciones, a causa de estos, los datos finales resumen la necesidad y otorga resultados eficaces a seguir ya indicados anteriormente. Se justificó metodológicamente, se empleó el método científico, aplicando técnicas, herramientas e instrumentos anexados a las variables, contando con el proceso de inventarios, siendo un motor para alcanzar los estándares de servicio al cliente, además, la metodología y las herramientas ejecutadas ayudan a reconfirmar e implementar a esta materia que va a servir de guía para otros indagadores, se concibe que el educador al expresar su labor vaya requerir un contexto normativo eficaz que guíe y califique su ejercicio remunerativo.

El fin principal detalló el asunto que fue: Determinar el nexo de gestión de inventarios y atención al cliente de una mype de productos de limpieza, 2022. Los fines específicos fueron: Determinar la relación entre gestión de inventarios y credibilidad de una mype de productos de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022. Determinar el nexo de gestión de inventarios y las políticas de atención de una mype de productos de limpieza. La vinculación de gestión de inventarios y las expectativas alcanzadas de una mype de productos de limpieza.

La hipótesis principal fue: Existe nexo en gestión de inventarios y atención al cliente de una mype de productos de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022. Las características fueron: El nexo significativo de la gestión de inventarios y credibilidad de una mype de productos de limpieza. Existe nexo significativo de, gestión de inventarios y las políticas de atención de una mype de productos de limpieza. Y Existe nexo significativo de gestión de inventarios y las expectativas alcanzadas de una mype de productos de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

La investigación realizó la búsqueda de los antecedentes nacionales con semejanzas al estudio, así se tiene a Becerra (2017), el fin fue identificar el nexo de la gestión de inventario y la satisfacción al cliente en la compañía Ferretería Kevin Lima-2017. El tipo de investigación es no experimental-transversal, donde la data es un solo corte observando los fenómenos en su ambiente natural. El diseño fue correlacional. Se conformó por 102 clientes. La muestra se tomó a 50 consumidores a los que se entregó de forma personal los cuestionarios, el resultado arrojó *Rho de Spearman* fue de 0,764, con un p-valor de 0.000, dando el resultado inferior al nivel de significancia de 0.05, por tal se dirigió la hipótesis nula. Manifestando un nexo significativo entre ambas variables gestión de inventario y satisfacción al cliente.

Asimismo, Tolentino (2019), el objetivo señalar la relación de la Cadena de suministro y la satisfacción del cliente de la empresa Inversiones Rímac S.R.L., de la ciudad de Trujillo, 2019. En metodología, tipo no experimental, el método correlación causal, e integrantes que participaron fueron considerados en un grupo de 20 consumidores, la recolección de datos fue: El sondeo o también llamado encuesta y como herramientas se prepararon un total de dos cuestionarios cada uno ellos son para cada variable. Además, la validez del instrumento consideró respaldarse en tres expertos de todo el departamento observado, la confiabilidad se aplicó a una entidad del mismo rubro, de una muestra de 20 colaboradores dando el *alfa de Cronbach* de 0.967 y 0.865. Concluyó que hay relación en la gestión de la cadena de suministro y la satisfacción de consumidores, resaltando que hay una correlación directa y significativa, lo cual si es eficiente.

Atencia (2020), tuvo el fin de precisar cuál es el nexo de la gestión de inventarios y el servicio al cliente de Contratista Atlas E.I.R.L Huánuco – 2019. El tipo de investigación fue aplicada, teniendo como definición una perspectiva cuantitativa, por ello se aplicó el nivel descriptivo, el diseño fue no experimental, se propusieron diversas extensiones o guías, que son medibles de acuerdo a las técnicas reconocidas como las encuestas allí se utilizan los cuestionarios con 20 preguntas, estos mismos fueron aplicados a una muestra

de 12 colaboradores que trabajan en el área de suministros o almacén de la compañía y fueron aplicados en total a 40 clientes y concluyó que la verificación de las existencias se interconectan de modo importante con la logística de la compañía.

Por último, Quijano y Rey (2021) tuvieron como objetivo establecer el enlace que existe entre el sistema de gestión de compras de las mypes del sector comercio y el servicio al cliente en el distrito de Callería, 2021 la variedad y los altos estándares de calidad de los productos resulta básico en la comercialización y la clasificación de los abastecedores quienes contribuyen con productos de seleccionados que permite vender a los consumidores de manera segura, en ese sentido como objetivos complementarios se ha tenido el establecimiento de conexión existente que se da en la segmentación y dirección de compras de mypes del sector comercio y el servicio al cliente lo que se requiere es fidelizar y dar confianza; la metodología adopto de acuerdo a un compendio un tipo de investigación básica, correlacional, se tomó de diseño no experimental, lo que permitió aplicar los instrumentos y obtener los resultados. Concluyeron que siempre hubo una similitud entre ambos, que se complementa 0la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente del distrito de Callería, 2021.

Para elaborar esta investigación, se indagado en el historial, los precedentes internacionales de la pesquisa, por ello consideramos a Vizuite (2018), quien refiere que el objeto fue rebajar el costo anual por uso de inventario de las cuatro materias principales utilizadas para la producción de productos de aseo, de la compañía Jabonería Wilson de la ciudad de Quito; también, se usó y aplico varios métodos cuantitativos que guardan relación con la gestión y toma de decisiones en la administración de inventarios. Por último, se concluyó que el total de los datos generó una opción para aminorar o bajar el costo anual el manejo de los inventarios para cuatro materias primas principales de la empresa, adicionalmente se trazó y complemento una aplicación informática con el objeto de estandarizar el proceso administrativo en la gestión de inventarios, de la industria estudiada.

Hernández (2017) su objetivo ampliar un modelo para la gestión de inventarios en la mypes abarroteras de la Heroica Ciudad de Huajuapán de León Oaxaca y desarrollar procedimientos a dar solución a los primordiales problemas detectados en la gestión de inventarios. El método fue cualitativo por que indaga y describe la problemática en la gestión de inventarios, es explorativa descriptiva debido a la poca o nula indagación anticipada sobre el caso, además contiene información muy relevante de la situación actual de su empresa. Se concluyó que la norma terminada y puesta en marcha favorablemente en el ensayo, contribuyó a mejorar gestión de inventarios de las mypes de abarrotes por ello cuentan con material de consulta accesible y de acuerdo con el tipo de negocio o según su necesidad se busca la eficiencia y eficacia de este.

También tenemos a Tituaña (2018), cuyo objeto fue analizar y determinar todos los componentes que influyeron de primera razón o impresión de la búsqueda de la calidad en el servicio de atención a los clientes en la oficina matriz de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Artesanos. Asimismo, el estudio se basara metodológicamente, por ello se establece este tipo de investigación que fue descriptiva, por ello se detalló de manera explícita los componentes principales del problema; también fue explicativo porque busco las causas de lo que se desea interpretar, se tuvo el diseño de las herramientas de investigación para la recopilación de los datos, para este tema o caso en particular se diseñaron tres cuestionarios para recopilar información de los dueños, socios y empleados, con encuestas y por medio de las entrevistas se consultó al jefe del departamento de RR.HH, Se concluyó que las entidades financieras depende mucho de la confianza que muestran hacia sus clientes y el respaldo de ellos les dan hace que se mantengan en el mercado, esta confianza es el fruto de largos años y producto de varios procesos en donde la Institución puso mucho empeño para satisfacer las necesidades y expectativas de sus cliente. la confianza es el arma más importante en estos casos no sólo fideliza a los clientes, sino que genera una cadena de gratitud que se replicada en el boca a boca.

Para culminar, Iturria (2020) tuvo el fin, el esquema para las unidades de servicio bancarias (USB), la cual permitió avanzar, dirigir con eficiencia y efectividad a todo el cliente que acude a las sucursales, de acuerdo con la normativo o guiado por el plan estratégico que indican las bases de la entidad respetando los valores de la institución. Por otra parte, el método usado fue caracterizar los bancos elegidos para analizar el modelo de atención, comentando sucintamente la trayectoria histórica del Banco Silver en el sistema bancario argentino, su organigrama y valores frente a la sociedad como empresa, 2 resaltando su inserción en el sistema bancario al mostrar su cobertura territorial tanto en la provincia de Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos y Mendoza al convertirse en un banco regional líder de la Argentina. También se concluyó cambiar la experiencia al cliente, profesionalizando los recursos humanos, tecnológicos y de procesos para cada uno de ellos, así tendremos segmentados a nuestros clientes.

Continuando con la recopilación de la investigación, iremos desarrollando las bases que sustenten nuestro estudio. Entonces, para la primera variable, que es gestión de inventarios según, Romero et.al (2021) definen que la gestión de inventario es un herramienta que da ayuda a las empresas a suministrar, controlar y observar sus productos de manera correcta estableciendo las políticas, métodos y procedimientos, incita de manera primordial la disponibilidad forma oportuna de gestionar la demanda en condiciones apropiadas en cuanto a un buen control interno y pronósticos de demanda, obteniendo un costo menor siempre que se pueda.

Asimismo, Pacheco (2019) definió que la gestión de inventarios se entiende como la sucesión que controla el ingreso y salida de existencia con el fin de mantener y controlar los niveles pertinentes, asegurando un servicio correcto y puntual a sus clientes, dándoles un excelente margen en el costo, se establece su estudio mediante las medidas: buenos procesos, excelentes sistemas de control y menores costos de operación.

De otro lado, Tacuri (2020), mencionó que la gestión del inventario es probablemente el proceso clave en una cadena de suministro, y sus costos representan gran parte de los costos totales de dicha cadena, los principales

propósitos de los inventarios en una entidad, es poder brindar ayuda a que esta misma opere sin ninguna intermisión, que la fabricación de los tangibles y/o prestación de servicios se realice de manera ligera.

Para la primera variable se tuvo la primera dimensión, que es control interno, cabe señalar que es un sistema de recursos que una organización utiliza para el logro de sus objetivos a través de técnicas competitivas, manejo del flujo de entradas y salidas de sus productos, este departamento es importante para el mantenimiento comercial y económico de la entidad en estudio (Pavón et.at, 2019).

A la vez, Grajales y Castellanos (2018) refirieron que el control interno se define como una sucesión llevada a instancias por el área administrativa, también la dirección y el restante del personal que trabaja en la fábrica, el rediseño se da con el objetivo asegurar un alto índice de seguridad confortante, sin embargo, la realización de objetivos conecta con las operaciones, la información y el cumplimiento.

Los factores fueron determinados, entre ellos tenemos el flujo de entrada y salidas conocido como Kardex (S. I.), siendo de vital importancia en el control de los insumos que se tiene en almacén, puesto que se basa en recopilar información de los ingresos, salidas y saldos de cada elemento existente, donde se especifica la fecha y hora de ingreso, cantidad, entre otros, estos modelos de Kardex varían de acuerdo con la empresa (Castillo y Llanos, 2021). A la vez tenemos el indicador, estrategia competitiva que tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la organización, que la formulación de la estrategia competitiva probablemente sea el tema más discutido en el mundo empresarial, diferentes generaciones de líderes empresariales han considerado el desarrollo de una buena estrategia como el factor diferenciador del éxito (Pacheco y Rodríguez, 2019).

Considerando la segunda dimensión, prevención de la demanda, que desarrollan proyecciones del consumo de los artículos, bienes y servicios, estos determinan la producción y su capacidad, por lo general es importante contar con históricos del consumo y utilidad de los patrones estadísticos; que

ayudaran a la reducción de exceso de inventarios, a la reducción de las horas extras y aminorar los grados de servicio al cliente (Pinedo, 2018).

Según González (2020), la prevención de la demanda es un círculo direccionado a la gestión logística de la empresa, teniendo en cuenta que gestionar inventarios es un tema demasiado engorroso, se vende o consume, y por otro lado productos agotados que sí se vende, esto se observa siempre como un reflejo del desconocimiento de la demanda.

Así también, vamos a detallar los indicadores, tenemos sobre inventarios se genera cuando hay mercadería mal contabilizada, y veces conlleva a problemas de espacio, reducción de ganancias, costos de almacenamiento, desperdicios entre otros (Martínez, 2018). Debe existir una prestación por parte del empleador, la reducción de estas horas adicionales haría una reducción en los estados financieros de la entidad (Centurión, 2019). El último indicador considerado es el nivel del servicio que se considera como el conjunto de actividades que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio que satisfaga sus necesidades y obtenga el producto deseado, como consecuencia del precio, la imagen y reputación de la empresa (Avalos et. al, 2019)

Considerando la segunda variable atención al cliente, Soto y Sánchez (2020) mencionan la atención al cliente es considerada como un vital elemento por no decir el más importante, este ha logrado incrementar los estándares de competitividad organizacional. Esta variable logra la satisfacción en los requerimientos y expectativas del usuario, por ello se convierten en una necesidad latente como la credibilidad, las políticas de atención y expectativas alcanzadas depende de ellos si desean permanecer en el mercado, o cerrar su negocio del todo.

Asimismo, López (2020), incide sobre la atención al cliente, consumidor y usuario es una herramienta de gran importancia, magnitud para las organizaciones que la utilizan ya que ellos realizan capacitaciones, estudios a favor de poder contar con este servicio, el cliente es la razón de atención para cualquier entidad, por lo que será necesaria la implementación de un adecuado marketing relacional que suponga la fidelización de la clientela.

Esta variable tiene como primera dimensión, a la credibilidad donde, Herrera (2022) define que es fundamental incrementar la credibilidad de las empresas para elevar sus ventas o validación social a través de la comunicación con los clientes, siendo una herramienta infalible tanto para las empresas como para los usuarios y así dar a conocer una marca sin necesidad de invertir tanto en marketing.

Según Mussons y Tarrats (2018), la credibilidad es un indicador para que el comportamiento sea considerado de suma importancia, influenciando en la intención de formar una empresa, por tanto, la credibilidad anexada con la manera de actuar de sus colaboradores, determinarán el éxito de la entidad y la confianza que se le brinde al cliente.

Los indicadores son: el incremento de ventas una alternativa importante para poder elevar las ventas también estrategias de marketing que sean competentes y decididos a corto, mediano y largo plazo (Terán y García, 2020). De igual modo, define el indicador comunicación con el cliente a la consolidación del cliente que busca construir pactos a largo plazo que incrementen valor manteniendo a los clientes más rentables, por medio de la comunicación corporativa, que juega un papel vital, generando estructuras de interacciones y relaciones autosostenibles entre la empresa y sus clientes. (Durán et. al, 2020).

Considerando como segunda dimensión, las políticas de atención, que es el lineamiento matricial las estrategias que plantea una entidad, son elaboradas y definidas por la alta dirección, encargados de comunicar lo establecido a todos los niveles jerárquicos, porque la participación de cada uno de los miembros es de suma importancia, las políticas van a enmarcar el direccionamiento organizacional convirtiéndola en un sistema de a través de dar un valor agregado para satisfacer las necesidades (Peña, 2019).

Por otro lado, Mendiola (2020) menciona que las políticas son lineamientos deductivos o formas de entendimiento, que dirigen la acción en la toma de decisiones de todos los miembros de la estructura organizacional.

Por lo tanto, el indicador es concebido como el conjunto de acciones en una entidad destinadas a la generación de productos o servicio llamado valor

agregado económico, adaptado en ocasiones para medir el proceso y variar según las cualidades de la entidad (Vinajera, et. al, 2017). De igual modo, el indicador de satisfacer las necesidades es el realizar del cliente respecto a un servicio y de cómo el servicio respondió a sus deseos y demandas, se refiere a satisfacer las necesidades del comprador de acuerdo con un estudio realizado en el transcurso de los años y a la acogida bien recibida por nuestros clientes. Y la insatisfacción se genera por la falta del cumplimiento de este (Hernández, 2021).

Por último, se tuvo la tercera dimensión Expectativas alcanzadas, que fueron expuestas como niveles de análisis del objeto de la empresa, acentuando que las empresas se asocian al estado actual de las existentes en períodos previos, por tal son motores claves contar con el personal capacitado y experiencias surgidas con anterioridad (Lanzilotta, 2015).

Por su parte, Caira y Sánchez (2021) definieron las expectativas como estadios de los que se espera que un hecho se realice, llamándose de igual modo los motivos que soportan la creencia de un suceso, aludiendo a una probabilidad, suposición o esperanza factible.

Asimismo, se enumeraron los indicadores, entre ellos la gestión de Experiencia donde las empresas han comenzado a impulsar las mejoras de sus presupuestos financieros en el departamento comercial (Simonato, 2018). Así mismo, las Capacitaciones como indicador son las cuales potencializan las organizaciones educativas, al hacer suya la estructura central del aprendizaje en el impulso del talento humano. Por tal, las decisiones y niveles de interacción de los demandantes inciden en la cultura organizacional de las entidades integrando la visión y el trabajo del talento humano presente en la estructura (Colina, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El enfoque cuantitativo por tener parámetros o un proceso consecutivo, que da inicio en el momento de la idea hasta llegar a los datos esperados. Hernández y Mendoza (2018), se representa como un conjunto de procesos muy organizados de manera lineal y secuencial para corroborar ciertas suposiciones, se sigue una ruta cuantitativa es proporcionada y apropiada cuando queremos estimar las magnitudes u ocurrencia de las características, fenómenos y probar hipótesis.

La investigación fue cuantitativa ya que buscó recabar y calcular información de varias fuentes para ambas variables, implicando el uso de herramientas informáticas y estadísticas, va a cuantificar la situación y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor.

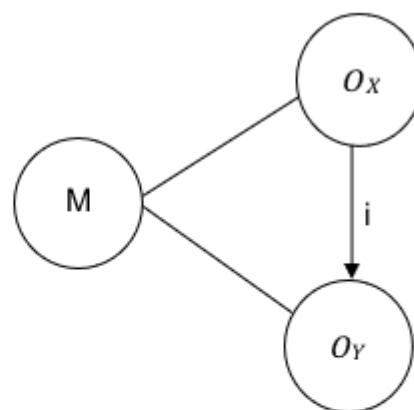
La presente fue tipo aplicada porque se agrupó, recaudó, recopiló información y definiciones dadas por autores especialista del tema en cuestión (gestión de inventarios y atención al cliente). A su vez Maldonado (2015), indica que se diferencia porque el busca la utilización y aplicación de todos conocimientos que se han conseguido (p. 38).

3.1.2 Diseño de investigación

El diseño no experimental, las variables con las que cuentan no fueron manipuladas solo se revisaron y observaron, además ni mucho menos se buscó los hechos que inciden el uno con el otro.

Hernández y Mendoza (2018) deducen: es el estudio donde no varía intencionalmente todo tipo de variables respecto a las otras variables; se realiza en la investigación que es de tipo no experimental que es observar o medir. Acontecimientos como se daría en un contexto bien natural, para revisarlas y analizar.

El nivel fue correlacional, tiene por fin saber el nexo que existe entre dos o más constructos, en un contexto en singular. Según Vara (2008), nos dice que, evalúa la relación entre dos o más variables, se usa para saber cómo se comporta una variable conociendo el comportamiento de otras variables. La presente fue de corte transversal, se buscó datos de un periodo determinado. Según Hernández y Mendoza (2018), nos dice que los diseños transversales recolectan la información de un instante determinado.



Donde:

M: Muestra

O_x : Observación de la variable

O_y : Observación de la variable

i: Incidencia de la variable

3.2 Variables y operacionalización

Gestión de inventarios

Operacionalmente se generó en una escala para analizar y medir las sub-variable de gestión de inventarios, por un instrumento hecho de 11 preguntas compendiadas sub-variables, aplicando el control interno y pronóstico de demanda.

Según, Romero et.al (2021) manifestaron que la gestión de inventario es una herramienta que da ayuda a suministrar, controlar y observar sus productos

de manera correcta estableciendo las políticas, métodos y procedimientos, incita de manera primordial la disponibilidad forma oportuna de gestionar la demanda en condiciones apropiadas en cuanto a un buen control interno y pronósticos de demanda, obteniendo un costo menor siempre que se pueda.

Atención al cliente

La variable va dirigida o se aplica en una escala para medir sus dimensiones de atención al cliente, emitido por un cuestionario que consta de 11 preguntas compendiadas en dimensiones, siendo esta la credibilidad, las políticas de atención y expectativas alcanzadas.

Según Soto y Sánchez (2020) mencionan: la atención al cliente es considerada como un elemento fundamental, este ha logrado incrementar los estándares de competitividad organizacional. Esta variable cumple con las ansias de alcanzar los topes, por ello se transforman en una necesidad latente como credibilidad, las políticas de atención y expectativas alcanzadas depende de ellos si desean o quiere sostenerse en el mercado, o si temen perder y quebrar su negocio del todo.

3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo y unidad de análisis

3.3.1 Población

Estará estructurada de 41 jefes encargados de una mype en productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho.

- **Criterio de inclusión:** colaboradores y empleados que tengan más de un año trabajando.
- **Criterios de exclusión:** Colaboradores nuevos recién ingresados.

3.3.2 Muestra

Fue hecha por 37 jefes encargados de una mype de productos de limpieza, a los cuales se le aplicó el cuestionario.

3.3.3 Muestreo

Ñaupas et al. (2018) encierran que el análisis poblacional es el ejercicio matemático que se ejecutó al generar la población específica.

Se aplicó en la población específica aleatoriamente simple siendo de naturaleza básica, es decir el muestreo tiene al inicio igualdad en la posibilidad de ser seleccionado.

3.3.4 Unidad de análisis

Se consideró a cada jefe encargado de una mype de productos de limpieza, cumpliendo con los estándares de inclusión y exclusión establecidos para la presente investigación

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Se realizaron encuestas, donde se obtuvo los resultados respecto a la similitud entre la gestión de inventarios y atención al consumidor.

Instrumentos

Se utilizó para la medición de la investigación la escala de Likert con 5 valoraciones.

La primera variable constó de 11 ítems y la segunda 11 ítems.

La herramienta que se utilizó fue cuestionario. Aplicados a la muestra por medio de 22 preguntas que componen mi instrumento.

Tabla 1: Instrumento mide la variable GI

Nombre del instrumento	Encuesta sobre gestión de inventarios
Autor y año	Yvonne Luz Lozano Arcos, 2022
Universo de estudio	Encargado de planta encuestados
Nivel de confianza	0.837
Margen de errores	0.05
Tamaño muestral	37
Tipo de técnica	Encuesta virtual
Tipo de instrumento	Cuestionario
Fecha de trabajo de campo	2022
Escala de medición	Ordinal
Tiempo estimado	10 minutos

Fuente. Elaboración propia

Tabla 2: Instrumento mide la variable Atención al cliente

Nombre del instrumento	Encuesta sobre atención al cliente
Autor y año	Yvonne Luz Lozano Arcos, 2022
Universo de estudio	Encargado de planta encuestados
Nivel de confianza	0.656
Margen de errores	0.05
Tamaño muestral	37
Tipo de técnica	Encuesta virtual
Tipo de instrumento	Cuestionario
Fecha de trabajo de campo	2022
Escala de medición	Ordinal
Tiempo estimado	10 minutos

Fuente. Elaboración propia

Validez

La validez de la información recabada o del contenido de los instrumentos: Gestión de inventarios y atención al cliente, después de analizar respecto del juicio y respuesta de los criterios de los temáticos, se tuvo en cuenta la oportunidad y coherencia, además la valoración y exactitud de cada ítem del cuestionario.

Tabla 3: Resultado de validez del instrumento GI y Atención al cliente

Experto	Grado académico	Suficiencia del instrumento	Aplicabilidad
Mg. Luis Clemente Baquedano Cabrerá	Magíster	Hay suficiencia	Aplicable
Mg. Wilber Bolívar Yllapoma	Magíster	Hay suficiencia	Aplicable
Mg. Rosario Guadalupe Claros López	Magíster	Hay suficiencia	Aplicable

Fuente. Elaboración propia

Confiabilidad

Para trabajar con la fiabilidad del cuestionario, se efectuó con el SPSS versión 26.0 la prueba de Alfa de Cronbach, a un conjunto de 37 jefes encargados de una mype de productos de limpieza.

Tabla 4: Estadística de fiabilidad del instrumento

Variable	Alfa de Cronbach	Nro. De ítems
Gestión de inventarios	,837	11
Atención al cliente	,656	11

Fuente. Elaboración propia

En este proceso se utilizó el cuestionario aplicándose a los jefes encargados de una mype de productos de limpieza; posterior a las respuestas se obtuvo para Gestión de inventarios una fuerte fiabilidad de 0.837 y Atención a la cliente moderada de 0.656.

3.5 Procedimientos

La tesis haciendo referencia en consideración a las líneas a investigar. Se efectuó las conversaciones y peticiones a las autoridades de la entidad para su investigación, analizando y encontrando la respuesta afirmativa al pedido de la empresa, se obtuvo la población y el instrumento fue la encuesta, así mismo, se implementó el cuestionario y consto de 22 preguntas que se aplicó a los jefes de una mype de productos de limpieza. Luego se procesó los resultados en el programa SPSS-26, se analizó e interpretó. Finalmente, se preparó la discusión, conclusiones y recomendaciones.

3.6 Método de análisis de datos

Este trabajo se realizó utilizando el programa estadístico (software) SPSS 26, brindando el grado de confiabilidad, después se procesó la información y se obtuvo ratios y tablas de frecuencia, tablas agrupadas, tablas cruzadas, la prueba de normalidad y de hipótesis reconocer las variables investigadas. (Técnicas, instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo, 2021)

Tabla 5: Escala de correlación de Pearson

Escala	Rango
0 – 0,39	Correlación positiva baja
0,40 – 0,69	Correlación positiva moderada
0,70 – 0,89	Correlación positiva alta
0,90 – 1,00	Correlación positiva muy alta

Fuente. Elaboración propia

3.7 Aspectos éticos

Mediante la aplicación se respetó valores éticos ser objetivos y originales en las respuestas; sirviendo como referencia respecto a las normas ISO, teniendo como iniciativa ratificar la no existencia de ningún nivel de plagio. A su vez, la fiabilidad; está vinculada a los encuestados los cuales se recopiló, análisis y estudio los datos de la investigación. Tal así, la objetividad ligada a las respuestas obtenidas y evaluadas que se fundamentaron en las teorías preconcebidas. Asimismo, este trabajo es veraz, por revelar datos precisos y proteger el anonimato de esta. También, se contó con el consentimiento de autorización del dueño de la empresa (ver anexo 6) para el proceso investigativo. Finalmente, se tuvo en cuenta el código ético RESOLUCIÓN DE CONSEJO UNIVERSITARIO N°062-2023 de la universidad César vallejo (Técnicas e instrumentos de recolección de datos, 2020)

IV. RESULTADOS

Resultados descriptivos

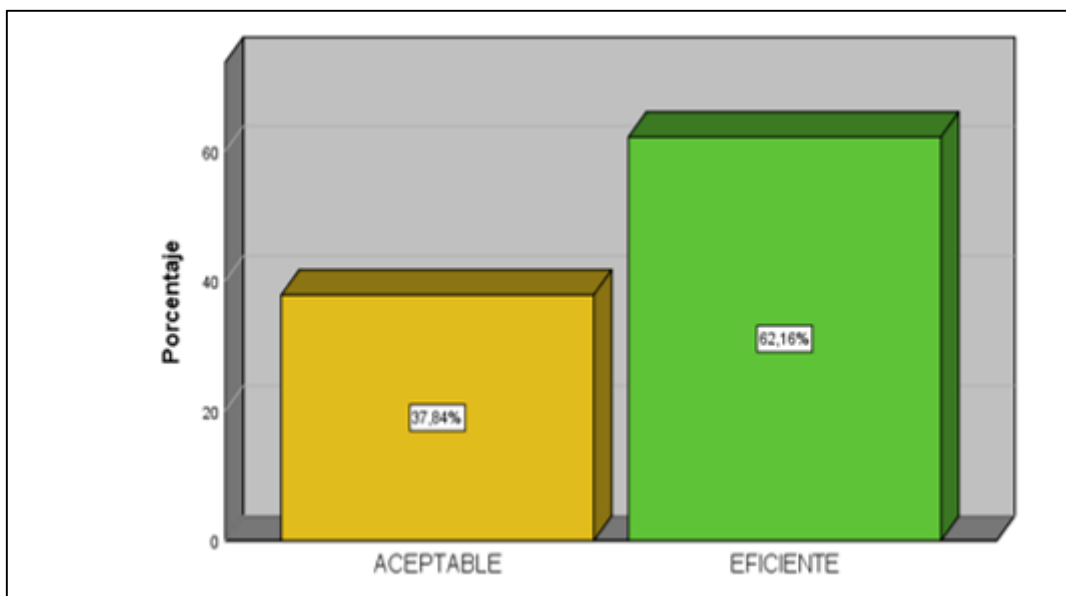
Se interpretó las tablas, además las imágenes captadas y procesadas por los encargados y jefes de planta de una mype de productos de limpieza. Acorde a las variables Gestión de inventarios y Atención al cliente en cumplimiento al objetivo principal y sub-general.

Tabla 6: Niveles de Gestión de inventarios

	Frecuencia	Porcentaje
Aceptable	14	37,8
Eficiente	23	62,2
Total	37	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1: Niveles de Gestión de inventarios



Fuente: Elaboración propia.

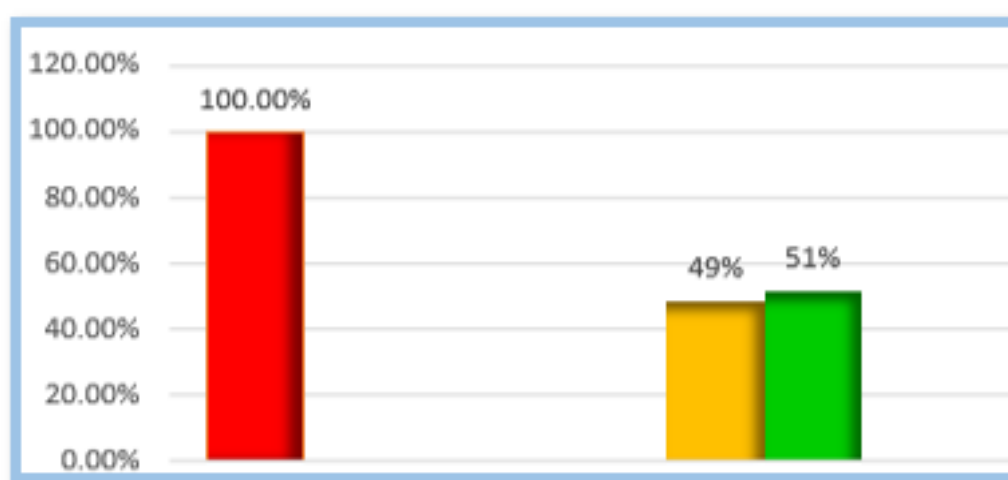
La tabla 6 y figura 1 mostró de los 37, 14 de ellos que la Gestión de inventarios arrojó un nivel de 37,84% y 62,16% indicó que es eficiente.

Tabla 7: Descripción de las dimensiones de la variable Gestión de inventarios

	Control interno		Pronóstico de la demanda	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	37	100	0	0
Aceptable	0	0	18	48.6
Eficiente	0	0	19	51.4
Total	37	100	37	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Dimensiones de la variable Gestión de inventarios



Fuente: Elaboración propia.

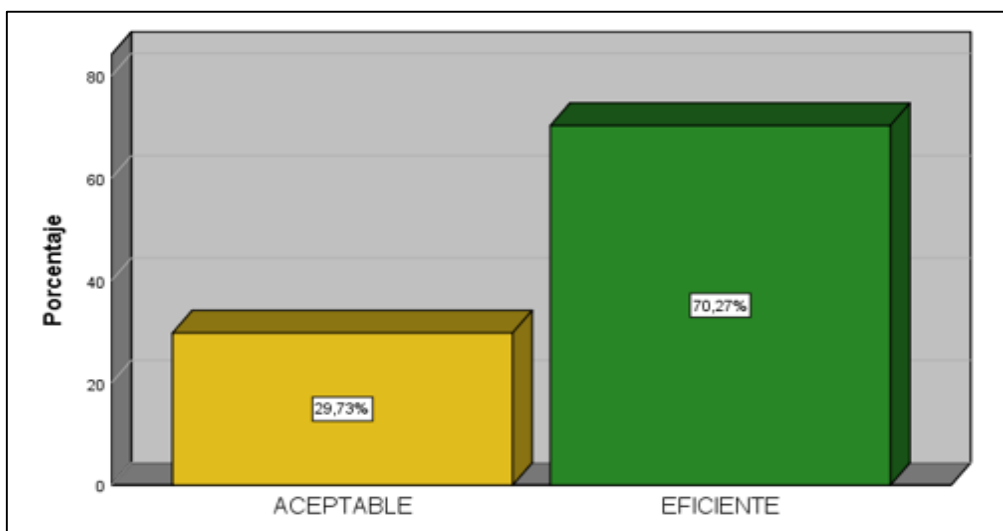
En la tabla 7 y figura 2 se indicó de los 37 que el Control interno muestra deficiencia al 100 %. De tal forma de los 37, 18 consideraron que el Pronóstico de la demanda presentan aceptabilidad de 49 %, y el 51 % nivel de eficiencia.

Tabla 8: Niveles de Atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Aceptable	11	29,7
Eficiente	26	70,3
Total	37	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Niveles de Atención al cliente



Fuente: Elaboración propia

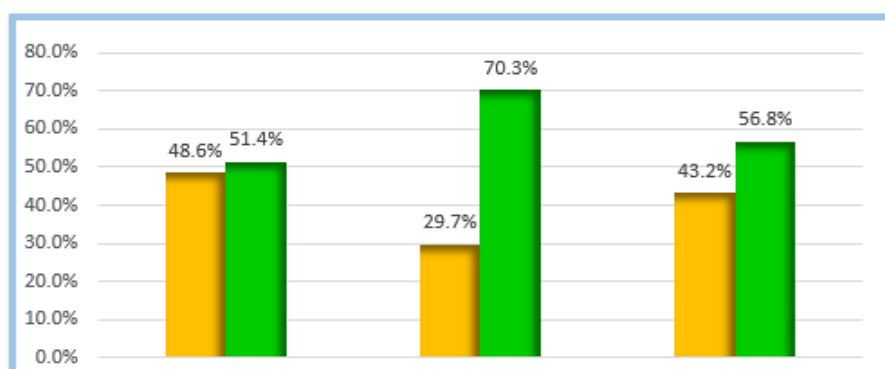
La tabla 8 y la figura 3 muestran de los 37, 11 afirmaron que la Atención al cliente de un nivel aceptable y 26 es eficiente, siendo los porcentajes del 29.73% y 70.27% aceptable y eficiente respectivamente.

Tabla 9: Descripción de las dimensiones de la variable Atención al cliente

	Credibilidad		Políticas de atención		Expectativas alcanzadas	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Aceptable	18	48.6	11	29.7	16	43.2
Eficiente	19	51.4	26	70.3	21	56.8
Total	37	100.0	37	100.0	37	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 4: Distribución de la muestra en los niveles de Atención al cliente



Fuente: Elaboración propia

En la tabla 9 y figura 4 se apreció, de los 37, 18 de ellos indicaron que la Credibilidad arroja un nivel aceptable de 48.6%, y 51.4% señaló un nivel eficiente. También, de los 37, 11 manifestaron que la Políticas de atención representaron nivel aceptable de 29.7 %, y el 70.3% un nivel eficiente. De los 37, 16 manifestaron que las Expectativas alcanzadas tienen un nivel aceptable y eficiente de 43.2% y 56.8% respectivamente.

Tabla 10: Tabla cruzada entre Gestión de inventarios y Atención al cliente

		Atención al cliente		
		Aceptable	Eficiente	Total
Gestión de inventarios	Aceptable	10	4	14
	Eficiente	1	22	23
Total		11	26	37

Fuente: Elaboración propia

La tabla 10, indico que 14 opinaron que la Gestión de inventarios tiene un nivel aceptable, y 23 que la Gestión de inventarios es eficiente. Siguiendo 11 que Atención al cliente es aceptable y 26 es eficiente.

Resultado inferencial

La aceptación de hipótesis y su veracidad de prueba no deben presentar secuencias normales, arrojo *Kolmogórov-Smirnov* (prueba K - S). Tabla 11 muestra la Gestión de inventarios y Atención al cliente son 0,000 y 0,000, y menor a 0,05. Siguiendo, no presentan estructura convencional.

Tabla 11: Prueba de Kolgomorov – Smirnov para una muestra

		Gestión de inventarios	Atención al cliente
	N	37	37
Parámetros normales	Media	.2,62	2,70
	Desv. Desviación	,492	,463
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,401	,442
	Positivo	,275	.,261
	Negativo	-,401	-,442
Estadístico de prueba		,401	,442
Sig. asintótica (bilateral)		,000	,000

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis general

H0: No Hay nexo significativo de la Gestión de inventarios y Atención al cliente de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.

H1: Hay nexo significativo entre la Gestión de inventarios y Atención al cliente de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.

Tabla 12: Correlación de las variables Gestión de inventarios y Atención al cliente de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022

		REDES SOCIALES	DECISION DE COMPRA
Gestión de inventarios	Correlación de Pearson	1,000	,712
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	37	37
Atención al cliente	Correlación de Pearson	,712	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	37	37

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12, muestra la Gestión de inventarios y Atención al cliente de una mype de productos de limpieza, tienen relación sobresaliente logrando un valor de relacional de Pearson de 0,712, siendo positiva alta, existiendo nexo significativo a raíz de que el valor de $p = 0,00$ ser menor a 0,05, nula, aceptando la alterna.

Hipótesis específicas

Tabla 13: Prueba de Kolmogorov – Smirnov para una muestra

		Credibilidad	Políticas de atención	Expectativas alcanzadas
	N	37	37	3
Parámetros normales	Media	,2,51	2,70	2,57
	Desv. Desviación	,507	,463	,502
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,345	,442	,373
	Positivo	,331	.,261	,303
	Negativo	-,345	-,442	-,373
Estadístico de prueba		,345	,442	,373
Sig. asintótica (bilateral)		,000	,000	,000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13, de las dimensiones de Credibilidad, Políticas de atención y Expectativas alcanzadas tuvieron una significancia de 0.000, 0.000 y 0.000 y menores a 0,05. De acuerdo con ello la distribución es normal.

Hipótesis específica 1

H0: No hay nexo significativo entre Gestión de inventarios y credibilidad de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.

H1: Hay nexo significativo entre Gestión de inventarios y credibilidad de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.

Hipótesis específica 2

H0: No hay nexo significativo entre Gestión de inventarios y Políticas de atención de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.

H1: Hay nexo significativo entre Gestión de inventarios y Políticas de atención de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.

Hipótesis específica 3

H0: No hay nexo significativo entre Gestión de inventarios y Expectativas alcanzadas de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.

H1: Hay nexo significativo entre Gestión de inventarios y Expectativas alcanzadas de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.

Tabla 14: Niveles de correlación entre Gestión de inventarios y Atención al cliente de una mype de productos de limpieza del Distrito de San Juan de Lurigancho

Hipótesis	Variables*Correlación	Pearson	Sig. (Bilateral)	N	Nivel
HG	Gestión de inventarios*Atención al cliente	,712	,000	37	Alta
HE 1	Gestión de inventarios*Credibilidad	,421	,000	37	Moderada
HE 2	Gestión de inventarios*Políticas de atención	,525	,000	37	Moderada
HE 3	Gestión de inventarios*Expectativas alcanzadas	,803	,000	37	Alta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14, la dimensión Credibilidad y Gestión de inventario de una mype de productos de limpieza; tienen relación significativa basada en el indicador Pearson de 0,421 siendo moderada, igual tienen significancia de $p = 0,00$ menor que en 0,05, desestimando la probabilidad nula, admitiendo la alterna. Se observa dimensión Políticas de atención y la Gestión de inventarios que se relacionan de modo significativo Pearson de 0,525 siendo moderada, igual la vinculación por el valor de $p = 0,01$ menor que en 0,05, la probabilidad nula, admitiendo la alterna. También se refleja en dimensión Expectativas alcanzadas que se relacionan de manera significativa con un valor Rho de Pearson de 0,803 generando correlación alta, concluyendo que es significativa por el valor $p = 0,00$ menor que en 0,05, desestimando la probabilidad nula, aprobando la alterna.

V. DISCUSIÓN

Los distintos resultados dan o se manifiestan en la Gestión de inventario las cuales sufren alteraciones en el presente y se relacionan con la Atención al cliente de una mype de productos de limpieza. El SPSS-26. Busca el objetivo general que es buscar la relación entre Gestión de inventario y Atención al cliente de una mype de productos de limpieza, se analizó la hipótesis, aplicando Pearson, donde la significancia bilateral es 0,05 se admite la probabilidad alterna y se anula o expulsa la probabilidad nula.

La hipótesis general, arrojó Pearson con 0,712 con un sig valor de $p = ,000$ menor de $\alpha = ,05$ generando una correlación buena y aceptable entre Gestión de inventario y Atención al cliente de una mype de productos de limpieza, donde la eficiencia de la Gestión de inventario suma a la Atención al cliente con respecto al ejercicio del 2022. A la vez, el objetivo general Becerra (2018), indico mayor control en el proceso en toda gestión inventarios dentro de la empresa, también mejorar los procedimientos, tuvo un Rho de Spearman 0.764, que suma, la cual, demostrando la conexión remarcada entre ambas variables, la gestión de inventarios conlleva a tener clientes satisfechos y estabilidad empresarial. Su objetivo es recopilar datos de los problemas de gestión que tiene la empresa Tolentino (2019), las variables son normales, además si se lleva un buen control en la gestión de inventarios se dará un buen producto y el despacho de pedidos será más precisa y rápida, para tener más contentos al cliente. Los principales objetivos de la indagación es conocer el grado de relación de la Gestión de inventarios y servicio al cliente, Atencia (2020), el inventario es la columna de muchas empresas, ya que es el almacenamiento de los bienes que se ingresan o salen a los consumidores o demandantes con el fin de obtener una utilidad, Considerando la calidad relacionada con el servicio al cliente Quijano y Rey (2021), coinciden que la gestión de inventarios en las mypes del sector comercio son altamente sensible representa la liquidez de la compañía por eso se avalúa la calidad del producto, hay un vínculo entre la gestión de compras de las pequeñas empresas del sector comercio y el servicio al cliente del distrito de Callería, 2021. La investigación de Hernández (2017), que desarrollo una guía de la gestión de inventarios de las mypes, la guía desarrollada e implementada en una prueba piloto, contribuyo de este modo a la

mejora en la gestión de inventarios a través de un material de consulta accesible y de acuerdo con la necesidad del negocio, favoreciendo la eficiencia de este. Ante ello, los análisis de la investigación fueron relacionable con los trabajos previos presentados, ya que obtuvieron una significancia inferior a 0.05, rechazaron la hipótesis nula y aceptaron la alterna, demostrando que existe nexo en gestión de inventarios y atención al cliente de las empresas estudiadas, debido a que el registro de flujo de entradas y salidas conllevó un mejor control interno de la empresa, además los costos y gastos se redujeron contando con un sistema de Kardex adecuado.

Hipótesis específica 1, Pearson fue de 0,421 con un sig valor de $p = ,000$ y $\alpha = ,05$ da una correlación buena moderada entre gestión de inventario y la credibilidad de una mype de productos de limpieza, dando que la eficiencia de la gestión de inventarios contribuye a la credibilidad de este 2022, respecto a la específica 1 de Becerra (2018), existe una relación entre las variables control de inventarios y dimensión calidad del servicio en la empresa Ferretería Kevin Lima-2017, Rho de spearman de ,716 y un sig valor = ,000 dando una aceptación positiva en comparación con el otro. Al relacionar con mención a la específica de Tolentino (2019), los costos logísticos son directos y positivos en atender a los clientes la compañía Inversiones Rímac S.R.L., obtuvo un Rho de spearman de ,660 y un sig valor = ,002 tiene correlación buena moderada en comparación al resultado obtenido también de moderada; se tendrán que mejorar la gestión en la logística de costos: se solicitan insumos, se pacta con abastecedores, se debe contar con personal capacitado y siempre aminorar situaciones inesperadas o involuntarias, se reducen valores por fallas no solucionadas y se reducen los costos del producto, teniendo clientes satisfechos en la adquisición de su producto. Atencia (2020) determinó que existe una correlación entre la dimensión, donde se corrige la probabilidad alterna H_{e1} y se planifica, controla la gestión de inventarios teniendo una relación a su vez similar y positiva con la atención al cliente de contratista ATLAS, obtuvo un Rho de spearman de ,465 y un sig valor = ,000 buena moderada comparando con el resultado adquirido, determinando que la credibilidad influye en el cumplimiento de buen control de los inventarios. Según Herrera (2022) es fundamental incrementar la credibilidad de las empresas para elevar sus ventas o

validación social a través de la comunicación con los clientes, siendo una herramienta infalible tanto para las empresas como para los usuarios y así dar a conocer una marca sin necesidad de invertir tanto, este fundamento se sustenta con Mussons y Tarrats (2018), la credibilidad influencia en la intención de formar una empresa, por tanto, la credibilidad anexada con la manera de actuar de sus colaboradores, determinan el éxito de la entidad y la confianza que se le brinde al cliente. Por lo tanto, la investigación con el respaldo de los trabajos previos se corroboró una significancia menor a 0.05, rechazando las hipótesis nulas y aceptando la alterna, comprobando que el nexo significativo de la gestión de inventarios y credibilidad en las empresas estudiadas, ya que se consideró la tecnología como vínculo de comunicación entre el cliente y la empresa, también se generaron análisis del mercado actual para elevar las ventas con una calidad de producto personalizado.

La hipótesis específica 2, Pearson fue de 0,525 con un sig valor de $p = ,000$ y $\alpha = ,05$ buena moderada entre gestión de inventario y las políticas de atención de una mype de productos de limpieza, obteniendo que la eficiencia del control de inventarios van de la mano con las políticas de atención, respecto a la específica 2 de Tituaña (2018), cada tipo de servicio debe ser de forma rápida, con los aportes de personal calificado de la compañía, tener un ambiente seguro y tecnológico que genere a largo plazo algún beneficio comercial, arrojó Rho de spearman de ,670 y un sig valor = ,000 teniendo un grado alto mayor que su que el anterior. Tolentino (2019) logro identificar y controlar los almacenes en su ingresos y salidas de Kardex trabajando con varias herramientas JIT, donde el usuario será el más afortunado creyendo en nosotros y consolidándose un consumidor de nuestra marca, obtuvo un Rho de spearman de ,45600 y un sig valor = ,043 arrojó un grado bueno moderado. Al relacionar con mención a la específica de Becerra (2018) que obtuvo un Rho de spearman de ,724 y un sig valor = ,000 teniendo un grado de correlación buena alta igual al resultado obtenido, se afirma que existe una relación entre las variables control de inventarios y servicio post-venta en la empresa Ferretería Kevin Lima-2017. De acuerdo a Peña (2019) las políticas de atención es el lineamiento matricial de las estrategias que plantea una entidad, son elaboradas y definidas por la alta dirección, encargados de comunicar lo establecido a todos los niveles

jerárquicos, porque la participación de cada uno de los miembros es de suma importancia, las políticas van a enmarcar el direccionamiento organizacional convirtiéndola en un sistema de a través de dar un valor agregado para satisfacer las necesidades. Por todo lo comparado, los trabajos previos con la presente investigación tuvieron concordancia porque presentaron una significancia inferior a 0,05, rechazando las hipótesis nulas y aceptando la alterna, precisando que existe nexo significativo de gestión de inventarios y las políticas de atención en las empresas estudiadas.

La hipótesis específica 3, el resultado de Pearson fue de 0,803 con un sig valor de $p = ,000$ y de $\alpha = ,05$ indicando una correlación alta entre gestión de inventario y las expectativas alcanzadas de una mype de productos de limpieza, obteniendo que la eficiencia del control de inventarios van de la mano con las expectativas alcanzadas, respecto a la específica 3 de Becerra (2018), manifiesta que Rho de Spearman, arrojó 0.668 dando una correlación positiva y un p-valor de 0.000, menor a 0.05, dando una correlación alta, donde se afirma que hay una relación similar entre las 2 variables control de inventarios y beneficio del comprador en la empresa ferretería Kevin Lima-2017. Al relacionar con mención a la específica de Atencia (2020) indica que, los resultados determinaron la correlación entre la dimensión 3 es alta, nos confirma ratificar la probabilidad alterna H_e y nos asegura que nuestro inventario coincida o se relacione de manera similar y positiva con el servicio al cliente de contratista ATLAS. Al relacionar con mención a la específica de Quijano y Rey (2021) existe relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio en el distrito de Callería, 2021, el 81,50% de una alta relación entre el embalaje de mercaderías de las pequeñas empresas del sector comercio y el aumento de valor del negocio, teniendo un grado de correlación alta al igual que el resultado. Por ende, la presente investigación tuvo relación con los trabajos previos mencionados, teniendo significancia menor a 0.05, lo cual rechazaron las hipótesis nulas, determinado que existe nexo significativo de gestión de inventarios y las expectativas alcanzadas en las empresas estudiadas.

VI. CONCLUSIONES

Primera: La probabilidad general, demuestra Gestión de inventario se involucra significativamente la Atención al cliente de una mype de productos de limpieza. Donde Pearson 0.712 y de $p = ,000$ menor a la medida de $\alpha = ,05$ obteniendo correlación alta en las variables.

Segunda: Hipótesis específica 1, deduce que la Gestión de inventario guarda relación con la Credibilidad de una mype de productos de limpieza. La prueba de Pearson de 0.421 y $p = ,000$ menor a la medida de $\alpha = ,05$ correlación moderada.

Tercera: Hipótesis específica 2, indica que la Gestión de inventario se compara con las Políticas de atención de una mype de productos de limpieza. La prueba de Pearson de 0.525 y de $p = ,001$ menor a la medida de $\alpha = ,05$ moderada.

Cuarta: Hipótesis específica 3, indica que la Gestión de inventario y las expectativas alcanzadas de una mype de productos de limpieza. La prueba de Pearson de 0.803 y de $p = ,000$ menor a la medida de $\alpha = ,05$, aprobó con correlación alta 0.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Pide a las autoridades competentes, no generar clima denso que aleje las inversiones privadas, por el contrario deben activar económica de una forma más rápida. Las mypes deben trabajar y recuperar el mercado que se perdió para la obtención de nuevos clientes.

Segunda: Realizar controles continuos, capacitaciones al personal en especial al de gestión de inventarios. Los clientes que opten por invertir y trabajar con nosotros llevaran productos con altos estándares de calidad.

Tercera: Es importante que los gerentes de la compañía y sobre todo el área de finanzas brinden el apoyo económico para los cambios que harán una buena gestión de inventarios en los almacenes. De estos cambios dependerá mucho la acogida y aceptación de nuevos clientes.

Cuarta: Las empresas de plásticos siempre van a la vanguardia ya que en un mundo tan competitivo como este siempre surge nuevos retos. Estas empresas deben manejar buenas estrategias y una buena gestión en sus almacenes. Se recomienda siempre seguir con las normativas y entregar informes semanales del stock de inventarios.

REFERENCIAS

- ALVARADO CAMONES, A. N., & CHAVEZ BELLODAS, A. A., 2019. La gestión de inventarios y su influencia en el nivel de servicio al cliente en la empresa Darglass Peruana S.R.L en el distrito S.M.P, Lima [en línea]. Tesis de grado, Universidad Privada del Norte, Lima. Disponible en: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27378>
- ATENCIA DELGADO , L. M., 2019. Gestión de inventarios y su relación con el servicio al cliente de la empresa Contratista Atlas E.I.R.L. [en línea]. Tesis de grado, Universidad Nacional Hermilio Váldizán, Huánuco. Disponible en: <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6194/TIIO0191A86.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- AVALOS PEÑAFIEL, V., ESPARZA PAZ, F., VALLEJO CHÁVEZ, L., & ÁLVAREZ ARIAS, M., 2019. Calidad del servicio: Técnica para mejorar el posicionamiento en la Cooperativas de Ahorro y crédito. Revista mktDescubre - ESPOCH FADE. [en línea], vol. 1, no. 3, pp. 296 - 306. ISSN 2602-8522. Disponible en: <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktdescubre/article/view/457>
- BECERRA HUAYANA, C. W., 2017. Control de inventarios y satisfacción del cliente en la empresa Ferreteria Kevin [en línea]. Tesis de grado, Universidad Autónoma, Lima. Disponible en: <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/568>
- CAIRA TOVAR, N. M., & SÁNCHEZ MORLES, J. G., 2021. Expectativas de las autoridades rectorales. Revista Telos, [en línea], vol. 23, no. 1, pp. 584 - 601. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/993/99368569006/movil/>
- CASTILLO, R., & LLANOS, A., 2021. Diseño e implementación de un Plan de Requerimiento de Materiales, Kárdex y un Plan de Mantenimiento Preventivo en una empresa embotelladora de agua de mesa para reducir sus costos operacionales [en línea]. Tesis de grado, Universidad Privada del Norte, Lima. Disponible en: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/29150>
- CENTURIÓN SANTISTEBAN, J. J., 2019. El pago de las horas extras a los trabajadores de confianza para proteger la remuneración laboral en el excedente a la jornada máxima. Revista SSIAS [en línea], vol. 12, no. 2. Disponible en:

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7466/Centuri%20C3%B3n%20Santisteban%20Juan%20Jos%C3%A9%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- DURÁN BRAVO, P., CISNEROS MARTÍNEZ, N., & PANCARDO PERALTA, R., 2020. Comunicación corporativa para la fidelización del cliente. *Mediaciones de la Comunicación* [en línea], vol. 15, no. 1, pp. 1-18. disponible en: <https://revistas.ort.edu.uy/inmediacionesdelacomunicacion/article/view/2963>
- GONZÁLEZ, A., 2020. Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería* [en línea], vol. 28, no. 1, pp. 133-142. Disponible en: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S071833052020000100133
- GRAJALES-GAVIRIA, D. A., & CASTELLANOS-POLO, O. C., 2018. Evaluación del control interno en el proceso de tesorería de las pequeñas y medianas empresas de Medellín. *Revista CEA* [en línea], vol. 4, no. 7. pp. 67-83. <https://www.redalyc.org/journal/6381/638167723005/html/>
- HERNÁNDEZ MENDOZA, S. L., & DUANA AVILA, D., 2020. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico Ciencias Económico Administrativas del ICEA* [en línea], vol. 9, no. 17, p. 51-53. disponible en: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019>
- HERNANDEZ PEDRAZA, M. P., 2021. Las pymes buscan en el proveedor la marca en productos y servicios para adaptarse a satisfacer las necesidades de sus clientes [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Tecnológica de San Juan del Río. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/356775414_Las_pymes_buscan_en_el_proveedor_la_marca_en_productos_y_servicios_para_adaptarse_a_satisfacer_las_necesidades_de_sus_clientes
- HERNÁNDEZ PÉREZ, L. D., 2017. Guía para la Gestión de inventarios de las MYPES abarroteras de la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Oaxaca. [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Tecnológica de la Mixteca. Disponible en: <http://repositorio.utm.mx:8080/jspui/handle/123456789/283>
- HERNANDEZ SAMPIERI, R., & MENDOZA TORRES, C. P., 2018. Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. [en línea]. México,

- McGraw Hill México. ISBN: 9781456260965.
- ITURRIA, J. M., 2020. Diseño de atención modular en una Institución Bancaria atención al cliente- Propuesta de intervención. [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Católica de Córdoba, Argentina. Disponible en: https://pa.bibdigital.uccor.edu.ar/2794/1/TM_Iturria.pdf
- LANZILOTTA MERNIES, B., 2015. Expectativas empresariales; consecuencias en el crecimiento en Uruguay. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* [en línea]., Vol. 34, no. 65, pp. 423-442. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/2821/282135449010.pdf>
- LÓPEZ SALAS, S., 2020. Atención al cliente, consumidor y usuario. En S. López Salas. Copyright- Ediciones Paraminto. ISBN: 9788428347204. Disponible en: <https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428339483/atencion-al-cliente--consumidor-y-usuario>
- MARTÍNEZ JACINTO, O. S., 2018. Aplicación de herramientas de Ingeniería para la reducción de las mermas causadas por producto caducado [en línea]. Tesis pregrado, Instituto Tecnológico de Colima, Villa de Álvarez, Mexico. Disponible en: <https://dspace.colima.tecnm.mx/bitstream/handle/123456789/1310/ODALIS%20SALLAI%20MART%c3%8dNEZ%20JACINTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MEDINA ARNÁIZ, F. F, 2018. Gestión de inventarios para mejorar el tiempo del proceso de atención al cliente en la distribuidora American Service. Chimbote [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Cesa Vallejo, Perú. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26437>
- Mendiola Lázaro de Ortecho, A. (2020). Incidencia de las políticas empresariales medioambientales en la gestión de residuos sólidos en el sector construcción. *Industrial Data* [en línea], vol. 23, no. 2. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81665362010>
- MENESES VALLE, Y. N., 2021. Gestión de inventarios y su incidencia en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020 [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Ricardo Palma, Perú. Disponible en: <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/4741>
- MUSSONS-TORRAS, M., & TARRATS-PONS, E., 2018. Instrumento evaluador de

- la credibilidad emprendedora en estudiantes de educación postobligatoria. Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya [en línea], vol. 47, no. 2, pp. 203-210. Disponible en: <https://reunido.uniovi.es/index.php/AA/article/view/12725>
- PACHECO B., D. D., 2019. Gestión de inventarios en las empresas distribuidoras de materia prima del sector panadero en el Estado Zulia. Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES [en línea], vol. 3, no. 11, pp. 188-201. Disponible en: <https://revistaenfoques.org/index.php/revistaenfoques/article/view/65>
- PACHECO, D., & RODRÍGUEZ, R., 2019. Las TIC como estrategia competitiva en la gestión empresarial. Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES [en línea], vol. 3, no. 12, pp. 286-298. Disponible en: <https://revistaenfoques.org/index.php/revistaenfoques/article/view/72>
- PAVÓN SIERRA, D. E., VILLA ANDRADE, L. C., RUEDA MANZANO, M. C., & LOMAS EDGAR, X., 2019. Control interno de inventario como recurso competitivo en una PyME de Guayaquil. Revista Venezolana de Gerencia [en línea], vol. 24, no. 87. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/290/29060499014/html/>
- PEÑA DELGADO, K. G., 2019. Diseño e implementación de políticas empresariales [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur. Disponible en: <https://repositorio.untels.edu.pe/xmlui/handle/123456789/81>
- PÉREZ MENESES, V. E., 2018. Gestión financiera y sostenibilidad de los emprendimientos formales de la ciudad de Quito, Universidad de las Fuerzas Armadas [en línea]. Disponible en: <https://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/15092>
- PINEDO CHAPA, J. M., 2018. Propuesta de un modelo de pronósticos de demanda y gestión de inventarios para la planeación de demanda de prendas de vestir juvenil [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Ciencias Aplicadas, Lima. Disponible en: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/623528>
- QUIJANO LOZANO, T. T., & REY LACHY, N. P., 2021. Gestión de compras y el servicio al cliente de pequeñas empresas del sector comercio en el distrito de Calleria [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Nacional de Ucayali.

- Disponible en:
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNU_9d35ecaefce50f105f486975a882e76a/Description
- REBAZA PAJARES, S. A., 2017. Aplicación de la Gestión de inventarios para la mejora del servicio al cliente en la empresa Tagumedica S.A. Lima [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Inca Garcilazo de la Vega, Perú. Disponible en: <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1853/TRAB.SUF.PROF.%20SEGUNDO%20ALVARO%20ANDRES%20REBAZA%20PAJARES.pdf?sequence=2&isAllowed=n>
- ROMERO-AGILA, S. E., SÁENZ-ENCALADA, S. S., & PACHECO-MOLINA, A. M., 2021. La Gestión de inventarios en las PYMES del sector de la construcción. Ciencias económicas y empresariales [en línea], Vol. 62, pp. 1495-1518. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8094509>
- SÁNCHEZ BRACHO, M., FERNÁNDEZ, M., & DÍAZ, J., 2021. Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. Revista científica UISRAEL [en línea], vol. 8, no. 1. ISSN: 2631 - 2786113. Disponible en: <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/400/197>
- SIMONATO , F. R., 2018. La innovación en el área comercial a través de la gestión de las experiencias. Ciencias Administrativas [en línea], no. 11, pp. 63-79. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/5116/511654337006/html/>
- SOTO MEJÍA, R. A., & SÁNCHEZ CAPUÑAY, P. A., 2020. Plan de estrategias de atención para incrementar la satisfacción de los clientes de la Farmacia dermatologica San Pedro, Chiclayo [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo- Perú. Disponible en: <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1481>
- TACURI ORTEGA, C. F., 2020. Propuesta de un sistema de gestión de inventario de repuestos para el servicio posventa en concesionarios automotrices de la ciudad de Cuenca. Cuenca [en línea]. Tesis maestría, Universidad del Azuay, Ecuador. Disponible en: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10134>

- TERÁN GUERRERO, F., & GARCÍA PAREDES, N. E., 2020. Estrategias para el incremento de ventas: caso de estudio microempresa Mundo de Ensueños. Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES [en línea], vol. 4, no. 16, pp. 248-260. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/6219/621965988005/html/>
- TITUAÑA SOSA, A. A., 2018. Factores que inciden en la calidad de atención al cliente en la agencia matriz de la Cooperativa de Ahorros y Crédito Artesanos. Ibarra- Ecuador [en línea]. Tesis maestría, Universidad Técnica del Norte. Disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8214>
- TOLENTINO REBAZA, S. E., 2019. Gestión de la cadena de suministro y satisfacción del cliente de la empresa Inversiones Rímac S.R.L., 2019. [en línea]. Tesis pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37416>
- VIZUETE MUÑOZ, S. P., 2018. Gestión de inventarios y la producción en el sector industrial de productos de aseo personal [en línea]. Tesis maestría, Universidad Técnica de Ambato. Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28825/1/021%20GMC.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de variables

Matriz de operacionalización de la variable Gestión de inventarios

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable 1: Gestión de inventarios	Romero et. al (2021) manifestaron que la gestión de inventario es una herramienta que ayuda a las empresas a administrar y controlar sus productos correctamente estableciendo de forma clara políticas, métodos y procedimientos, hace referencia a la disponibilidad en forma oportuna de gestionar la demanda en condiciones apropiadas en cuanto a un buen control interno y pronósticos de demanda, logrando obtener en lo posible el menor costo.	Operacionalmente se aplicó una escala para medir las dimensiones de gestión de inventarios, mediante un cuestionario compuesto por 11 ítems compendiadas en dimensiones, siendo este control interno y pronóstico de demanda.	Control interno	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Flujo de entradas y salidas (Kardex) ✓ Estrategias competitivas 	Ordinal
			Pronóstico de la demanda	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reducción de exceso de inventario ✓ Reducción de horas extras ✓ Mejorar el nivel del servicio 	

Nota. Indicadores planteados por el autor

Anexo 2: Matriz de operacionalización de la variable Atención al cliente

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable 2: Atención al cliente	Soto y Sánchez (2020) mencionan que la atención al cliente se considera como uno de los elementos fundamentales para lograr aumentar el nivel de la competitividad organizacional. Las ganas de lograr la satisfacción en los requerimientos y expectativas del usuario se convirtieron en una necesidad como como la credibilidad, las políticas de atención y expectativas alcanzadas al menos si quiere permanecer en el mercado, o fracasar y cerrar su negocio por completo.	Operacionalmente se aplicó una escala para medir las dimensiones de atención al cliente, mediante un cuestionario compuesto por 11 ítems compendiadas en dimensiones, siendo esta la credibilidad, las políticas de atención y expectativas alcanzadas.	Credibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Elevar de ventas - Comunicación clientes 	Ordinal
			Políticas de atención	<ul style="list-style-type: none"> - Valor agregado - Satisfacer necesidades 	
			Expectativas alcanzadas	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia - Empleados capacitados 	

Nota. Indicadores planteados por el autor

Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario de Dirección por valores

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para establecer el nivel dirección por valores en la empresa de estacionamiento. Así mismo se le pide ser extremadamente objetivo, honesto y sincero en sus respuestas. Se le agradece por anticipado su valiosa participación y colaboración, considerando que los resultados de este estudio de investigación científica permitirán mejorar la gestión de la empresa en cuanto a la dirección.

INSTRUCCIONES:

El cuestionario consta de 22 ítems. Cada ítem incluye cinco alternativas de respuestas. Lea con mucha atención cada ítem y las opciones de las repuestas que le siguen. Para cada ítem marque sólo una respuesta con una equis (x) en el recuadro que considere que se aproxime más según su percepción.

Anexo 4: Carta de validación

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado Mg. LUIS CLEMENTE BAQUEDANO CABRERA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVEZ DE JUICIO DE EXPERTOS

Me es grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo hacer conocimiento que, siendo estudiante de la universidad Cesar Vallejo – Sede Los Olivos de la escuela de post grado: requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar la investigación para optar el grado de Magister en Finanzas.

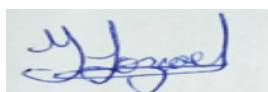
La investigación se titula: “**GESTIÓN DE INVENTARIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE UNA MYPE DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA, DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2022.**”, y siendo imprescindible contar con los docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de contabilidad, finanzas y/o metodología de investigación.

El expediente de validación cuenta con la siguiente documentación:

- Carta de presentación
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de las variables
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Yvonne Luz Lozano Arcos

D.N.I.: 42768576

DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES (INDICADORES)

VARIABLE 1: GESTIÓN DE INVENTARIOS

Romero et.al (2021) manifestaron que la gestión de inventario es una herramienta que da ayuda a las empresas a suministrar, controlar y observar sus productos de manera correcta estableciendo las políticas, métodos y procedimientos, incita de manera primordial la disponibilidad forma oportuna de gestionar la demanda en condiciones apropiadas en cuanto a un buen control interno y pronósticos de demanda, obteniendo un costo menor siempre que se pueda.

Control interno: cabe señalar que es un sistema de recursos que una organización utilizar para el logro de sus objetivos a través de técnicas, como prioridad el competir en el mercado, este conjunto de sistema puede ser muy útil como apoyo estrategias competitivas, manejo del flujo de entradas y salidas de sus productos, este departamento es importante para el mantenimiento comercial y económico de la entidad en estudio (Pavón et.at, 2019).

- ✓ Flujo de entradas y salidas; conocido como Kardex, es un elemento muy importante en el control de los materiales que se tiene en almacén, puesto que se basa en recopilar información de los ingresos, salidas y saldos de cada elemento existente, donde se especifica la fecha y hora de ingreso, cantidad, entre otros, estos modelos de Kardex varían de acuerdo con la empresa (Castillo y Llanos, 2021).
- ✓ Estrategias competitivas: que tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la organización, que la formulación de la estrategia competitiva probablemente sea el tema más discutido en el mundo empresarial, diferentes generaciones de líderes empresariales han considerado el desarrollo de una buena estrategia como el factor diferenciador del éxito (Pacheco y Rodríguez, 2019).

Pronósticos de demanda: permite hacer proyecciones de la demanda de los artículos, bienes y servicios de la empresa, estos determinan la producción de las empresas y su capacidad, por lo general es necesario contar con datos históricos de la demanda y el uso de los patrones matemáticos; que ayudaran a la reducción de exceso de inventarios, a la reducción de las horas extras y mejorar los grados de servicio al cliente (Pinedo, 2018).

- ✓ Reducción de exceso de inventario: se produce cuando una empresa ordena un inventario de manera inadecuada, y se queda con más de lo que el mercado demanda o bien cuando la demanda cae dramáticamente luego de haber realizado un pedido. Tener un exceso de

inventario es en general malo para las empresas, conlleva a problemas de espacio, reducción de ganancias, costos de almacenamiento, desperdicios entre otros (Martínez, 2018).

- ✓ Reducción de horas extras: implica el reconocimiento del derecho constitucional la percepción al pago de horas extras, ya que el trabajador está brindando un servicio extra, fuera de su jornada laboral y debe existir una prestación por parte del empleador, la reducción de estas horas adicionales haría una reducción en los estados financieros de la entidad (Centurión, 2019).
- ✓ Mejorar el nivel de servicio: se considera como el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado el cual satisfaga sus necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa (Avalos et. al, 2019).

Variable 2: ATENCIÓN AL CLIENTE

Soto y Sánchez (2020) mencionan que la atención al cliente es considerada como uno de los principales elementos por no decir el más importante, este ha logrado incrementar el nivel de la competitividad organizacional. Esta variable cumple con las ganas de lograr la satisfacción en los requerimientos y expectativas del usuario, por ello se convirtieron en una necesidad latente como la credibilidad, las políticas de atención y expectativas alcanzadas depende de ellos si desean o quiere permanecer en el mercado, o si desean fracasar y cerrar su negocio del todo.

Credibilidad: define que es fundamental incrementar la credibilidad de las empresas para elevar sus ventas o validación social a través de la comunicación con los clientes, siendo una herramienta infalible tanto para las empresas como para los usuarios y así dar a conocer una marca sin necesidad de invertir tanto en marketing. (Herrera, 2022).

- Elevar ventas: una alternativa importante para poder elevar las ventas es captar la mayor parte del mercado mediante la capacitación en atención al cliente, técnicas de ventas y comportamiento del consumidor, lo que permitirá aumentar la fuerza de ventas, también estrategias de marketing que permita saber la posición competitiva y tomar mejores decisiones gerenciales a corto, mediano y largo plazo (Terán y García, 2020).
- Comunicación clientes: es el proceso que busca construir relaciones de largo plazo que agreguen valor para conservar a los clientes más rentables, en este proceso la comunicación corporativa juega un papel fundamental, pues se convierte en el sistema generador de esas interacciones y relaciones sustentables entre la empresa y sus clientes. (Durán et. al, 2020).

Políticas de atención: es la línea matriz para hacer operativas las estrategias que plantea una organización, son elaboradas y definidas por la alta

dirección, encargados de comunicar lo establecido a todos los niveles jerárquicos, porque la participación de cada uno de los miembros es de suma importancia, las políticas van a enmarcar el direccionamiento organizacional convirtiéndola en un sistema de a través de dar un valor agregado para satisfacer las necesidades (Peña, 2019).

- Procedimiento: es considerado el conjunto de actividades en una empresa destinadas a la creación de un producto o servicio valorado por el cliente, también resulta conocido como valor agregado económico, el que ha sido adoptado en disímiles ocasiones para medir el desempeño de un proceso y puede variar según las características de la empresa (Vinajera, et. al, 2017).
- Satisfacer necesidades: se entiende en la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas, se refiere que la satisfacción del consumidor se define como la evaluación resultante de la experiencia de consumo, basada en la diferencia entre las expectativas previas y el desempeño real del producto después de ser consumido. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción (Hernández, 2021).

Expectativas alcanzadas: fueron planteadas como categoría de análisis asociadas a las decisiones de negocio, postulando que la ocupación de las empresas se asociaba al estado actual de las expectativas y de las existentes en períodos previos, por tal son motores claves contar con el personal capacitado y experiencias surgidas con anterioridad (Lanzilotta, 2015).

- Experiencia: donde se ha podido observar que las empresas invierten cada vez más sus presupuestos financieros en el departamento comercial ya que observan que cada vez más esta área brinda resultados perdurables y constantes. De esta manera, la innovación en la gestión de experiencias puede crear una ventaja duradera y producir cambios drásticos en la posición competitiva (Simonato , 2018).
- Empleados capacitados: las cuales son de suma importancia para las organizaciones educativas, ya que deben asumir en su estructura central el aprendizaje como un proceso esencial para el desarrollo del talento humano. Asimismo, Las decisiones y los niveles de cooperación de los colaboradores repercuten en la cultura organizacional de la institución, y sirven para integrar la visión filosófica y el trabajo colaborativo del talento humano presente en la organización (Colina, 2020).

Matriz de Operacionalización

	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Existe relación entre Gestión de inventarios y atención al cliente de una mype de productos de limpieza, Distrito San Juan de Lurigancho, 2022.	Gestión de inventarios	Romero et. al (2021) manifestaron que la gestión de inventario es una herramienta que ayuda a las empresas a administrar y controlar sus productos correctamente estableciendo de forma clara políticas, métodos y procedimientos, hace referencia a la disponibilidad en forma oportuna de gestionar la demanda en condiciones apropiadas en cuanto a un buen control interno y pronósticos de demanda, logrando obtener en lo posible el menor costo.	Operacionalmente se aplicó una escala para medir las dimensiones de gestión de inventarios, mediante un cuestionario compuesto por 10 ítems compendiadas en dimensiones, siendo este control interno y pronóstico de demanda.	Control interno	Flujo de entradas y salidas (Kardex)
					Estrategias competitivas
				Pronóstico de demanda	Reducción de exceso de inventario
					Reducción de horas extras
					Mejorar el nivel del servicio
	Atención al cliente	Soto y Sánchez (2020) mencionan que la atención al cliente se considera como uno de los elementos fundamentales para lograr aumentar el nivel de la competitividad organizacional. Las ganas de lograr la satisfacción en los requerimientos y expectativas del usuario se convirtieron en una necesidad como como la credibilidad, las políticas de atención y expectativas alcanzadas al menos si quiere permanecer en el mercado, o fracasar y cerrar su negocio por completo.	Operacionalmente se aplicó una escala para medir las dimensiones de atención al cliente, mediante un cuestionario compuesto por 10 ítems compendiadas en dimensiones, siendo esta la credibilidad, las políticas de atención y expectativas alcanzadas.	Credibilidad	Elevar de ventas
					Comunicación clientes
				Políticas de atención	Valor agregado
					Satisfacer necesidades
				Expectativas alcanzadas	Experiencia
Empleados capacitados					

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE GESTIÓN DE INVENTARIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		1 Si	2 No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: CONTROL INTERNO							
1	¿Considera usted que el registro de flujo de entradas y salidas conlleva a un mejor control interno de la empresa?							
2	¿Considera que los costos y gastos se puede reducir contando con un sistema de Kardex?							
3	¿Cree usted que contar con el sistema de Kardex es fundamental para no tener mercadería extra?							
4	¿Considera usted que el marketing es parte de la estrategia competitiva que tiene la empresa para aumentar su volumen de venta?							
5	¿Cree usted que aplicar ofertas y promociones es parte de una buena estrategia para poder posesionarse frente a la competencia?							
	DIMENSIÓN 2: PRONÓSTICO DE DEMANDA	Si	No	Si	No	Si	No	
6	¿Considera usted que automatizando todas las áreas ayuda a la reducción de exceso de inventario?							
7	¿El mantener registros exactos e informes en tiempo real proporciona reducción de inventario y evita el deterioro de los productos?							
8	¿Cree usted que las capacitaciones al personal de manera constante influyen en la reducción de horas extras?							
9	¿Considera usted que el aplicar metas e incentivos a los colaboradores genera una reducción en las horas extras?							
10	¿Tener empatía con los clientes, proveedores y colaboradores incrementa el nivel de servicio?							
11	¿Cree usted que el nivel de servicio disminuye al no brindar soporte en tiempo real?							
	VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE							
	DIMENSIÓN 1: CREDIBILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
12	¿Cree usted que hacer un análisis del mercado actual es parte fundamental para elevar las ventas?							
13	¿Contar con productos de calidad mejora el nivel de ventas?							
14	¿Considera que la tecnología es un vínculo de comunicación entre el cliente y la empresa?							
15	¿Llevar una comunicación personalizada mejora la atención al cliente?							
	DIMENSIÓN 2: POLÍTICAS DE ATENCIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
16	¿Cree usted que los seguimientos de normas y reglas forman parte del procedimiento?							
17	¿Los manuales que cuentan con organigramas, políticas, planes de calidad forman parte de una buena política de procedimiento?							
18	¿El escuchar a tus clientes, experimentar tus propios productos y el aprender de tus competencias son pasos fundamentales para satisfacer las necesidades?							

19	¿El brindar soluciones efectivas a sus problemas formara parte de satisfacer al cliente?						
	DIMENSIÓN 3: EXPECTATIVAS ALCANZADAS	Si	No	Si	No	Si	No
20	¿Considera usted que las acciones, respuestas, servicios, estándares de calidad son pilares importantes y forman parte de la experiencia?						
21	¿Al conjunto de sensaciones que un cliente atraviesa en el proceso de compra se le conoce también como experiencias?						
22	¿Cree usted que Políticas de atención y servicio al cliente forman parte de empleados capacitados?						

SI TIENE SUFICIENCIA

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Luis Clemente Baquedano Cabrera DNI: 17843413

Especialidad del validador: Auditoria y Gestión Empresarial

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para presentar el componente o dimensión específica del constructo.

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

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

12 de Octubre del 2022



.....
Firma del experto Informante.

CUESTIONARIO GESTIÓN DE INVENTARIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Estimado Colaborador:

A continuación, usted resolverá un cuestionario que ayudara a obtener resultados estadísticos, para el desarrollo de un trabajo de investigación que se ha venido realizando durante todo este tiempo, se le solicita sinceridad y transparencia en la solución de las preguntas; para ello debe marcar con una "x" en el casillero de su respuesta:

NUNCA (N)	CASI NUNCA (CN)	AVECES (AV)	CASI SIEMPRE (CS)	SIEMPRE (S)
1	2	3	4	5

N°	Dimensiones - Indicadores de Gestión de inventarios	Escala				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: CONTROL INTERNO						
1.	¿Considera usted que el registro de flujo de entradas y salidas conlleva a un mejor control interno de la empresa?					
2.	¿Considera que los costos y gastos se puede reducir contando con un sistema de Kardex?					
3.	¿Cree usted que contar con el sistema de Kardex es fundamental para no tener mercadería extra?					
4.	¿Considera usted que el marketing es parte de la estrategia competitiva que tiene la empresa para aumentar su volumen de venta?					
5.	¿Cree usted que aplicar ofertas y promociones es parte de una buena estrategia para poder posesionarse frente a la competencia?					
DIMENSIÓN 2: PRONÓSTICO DE DEMANDA						
6.	¿Considera usted que automatizando todas las áreas ayuda a la reducción de exceso de inventario?					
7.	¿El mantener registros exactos e informes en tiempo real proporciona reducción de inventario y evita el deterioro de los productos?					
8.	¿Cree usted que las capacitaciones al personal de manera constante influyen en la reducción de horas extras?					
9.	¿Considera usted que el aplicar metas e incentivos a los colaboradores genera una reducción en las horas extras?					
10.	¿Tener empatía con los clientes, proveedores y colaboradores incrementa el nivel de servicio?					
11.	¿Cree usted que el nivel de servicio disminuye al no brindar soporte en tiempo real?					
N°	Dimensiones - Indicadores de Atención al cliente	Escala				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5

DIMENSIÓN 1: CREDIBILIDAD					
12.	¿Cree usted que hacer un análisis del mercado actual es parte fundamental para elevar las ventas?				
13.	¿Contar con productos de calidad mejora el nivel de ventas?				
14.	¿Considera que la tecnología es un vínculo de comunicación entre el cliente y la empresa?				
15.	¿Llevar una comunicación personalizada mejora la atención al cliente?				
DIMENSIÓN 2: POLÍTICAS DE ATENCIÓN					
16.	¿Cree usted que los seguimientos de normas y reglas forman parte del procedimiento?				
17.	¿Los manuales que cuentan con organigramas, políticas, planes de calidad forman parte de una buena política de procedimiento?				
18.	¿El escuchar a tus clientes, experimentar tus propios productos y el aprender de tus competencias son pasos fundamentales para satisfacer las necesidades?				
19.	¿El brindar soluciones efectivas a sus problemas formara parte de satisfacer al cliente?				
DIMENSIÓN 3: EXPECTATIVAS ALCANZADAS					
20.	¿Considera usted que las acciones, respuestas, servicios, estándares de calidad son pilares importantes y forman parte de la experiencia?				
21.	¿Al conjunto de sensaciones que un cliente atraviesa en el proceso de compra se le conoce también como experiencias?				
22.	¿Cree usted que Políticas de atención y servicio al cliente forman parte de empleados capacitados?				

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado **MG. WILBER BOLIVAR YLLAPOMA**

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVEZ DE JUICIO DE EXPERTOS

Me es grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo hacer conocimiento que, siendo estudiante de la universidad Cesar Vallejo – Sede Lima Este de la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial: requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar la investigación para optar el grado Académico de Ingeniero Industrial

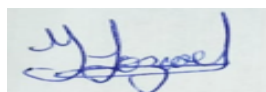
La investigación se titula: **Gestión de Inventarios y Atención al Cliente de una Mype de Productos de Limpieza, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.**, y siendo imprescindible contar con los docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de metodología de investigación.

El expediente de validación cuenta con la siguiente documentación:

- Carta de presentación
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de las variables
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Yvonne Luz Lozano Arcos

D.N.I.: 42768576

SI TIENE SUFICIENCIA

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Wilber Bolívar Yllapoma DNI: 40032165

Especialidad del validador: Auditoria y Gestión Empresarial

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar el componente o dimensión específica del constructo.

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

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

12 de Octubre del 2022



CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado **MG. ROSARIO GUADALUPE CLAROS LÓPEZ**
Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVEZ DE JUICIO DE EXPERTOS

Me es grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo hacer conocimiento que, siendo estudiante de la universidad Cesar Vallejo – Sede Lima Este de la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial: requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar la investigación para optar el grado Académico de Ingeniero Industrial

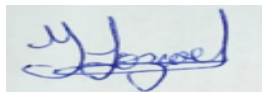
La investigación se titula: **Gestión de Inventarios y Atención al Cliente de una Mype de Productos de Limpieza, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2022.**, y siendo imprescindible contar con los docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de metodología de investigación.

El expediente de validación cuenta con la siguiente documentación:

- Carta de presentación
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de las variables

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Yvonne Luz Lozano Arcos
D.N.I.: 42768576

SI TIENE SUFICIENCIA

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Rosario Guadalupe Claros López DNI: 10658018

Especialidad del validador: Auditoria y Gestión Empresarial

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar el componente o dimensión específica del constructo.

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

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

12 de Octubre del 2022



.....
Firma del experto Informante.

Anexo 5: Base de datos de la variable gestión de inventarios y atención al cliente

	V1											V2											D1V	D2V	D3V	V			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	D1V1	D2V1	V1	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8					Q9	Q10	Q11
1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	16	12	28	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	12	11	13	36
2	4	4	3	3	2	3	4	3	2	4	2	14	12	26	3	3	3	3	3	4	4	5	2	3	4	12	11	14	37
3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	15	13	28	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	15	11	13	39
4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	17	14	31	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	15	13	16	44
5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	17	16	33	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	15	14	17	46
6	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	18	13	31	4	3	2	3	3	4	4	5	3	3	3	12	11	14	37
7	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	17	16	33	3	4	3	4	2	4	4	5	4	4	4	14	10	17	41
8	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	18	14	32	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	13	13	15	41
9	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	17	13	30	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	16	13	15	44
10	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	3	16	15	31	4	4	3	4	3	5	5	5	3	4	4	15	13	16	44
11	4	5	4	4	4	4	5	3	4	3	4	17	16	33	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	15	13	15	43
12	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	18	15	33	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	12	13	17	42
13	4	5	3	4	4	3	5	4	3	4	4	16	16	32	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	15	13	14	42
14	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	18	14	32	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	3	15	14	14	43
15	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	19	18	37	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	16	14	18	48
16	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	16	12	28	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	12	12	12	36
17	4	4	3	3	2	3	4	3	2	4	2	14	12	26	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	12	11	12	35
18	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	15	13	28	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	15	11	13	39
19	5	5	4	4	4	3	5	3	3	4	4	18	15	33	4	4	3	3	4	4	5	5	4	3	4	14	13	16	43
20	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	17	16	33	4	4	3	3	2	4	5	5	4	4	4	14	11	17	42
21	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	18	13	31	4	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3	14	11	14	39
22	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	17	16	33	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	14	13	17	44
23	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	18	16	34	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	13	12	15	40

24	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	17	13	30	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	16	13	14	43
25	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	3	16	15	31	4	4	3	4	3	5	5	3	3	4	4	15	13	14	42
26	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	17	17	34	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	15	13	16	44
27	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	15	17	32	3	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	13	13	17	43
28	4	5	3	4	4	3	5	4	3	4	4	16	16	32	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	15	13	15	43
29	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	18	14	32	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4	3	14	14	13	41
30	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	19	18	37	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	16	14	18	48
31	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	15	12	27	3	4	4	3	5	4	4	3	3	3	3	14	13	12	39
32	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	14	14	28	3	3	5	5	3	4	4	4	4	3	4	16	11	15	42
33	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	15	13	28	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	15	12	14	41
34	5	5	4	4	4	3	5	3	3	4	4	18	15	33	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	15	12	16	43
35	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	17	16	33	4	4	3	4	2	4	5	5	4	4	4	15	11	17	43
36	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	18	13	31	4	3	2	3	4	4	4	5	3	3	3	12	12	14	38
37	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	17	16	33	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	14	13	17	44

Anexo 6: Autorización de la empresa

AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo **ANA AURELIA HUAMAN MORALES** identificado con DNI 10724040, en mi calidad de **GERENTE GENERAL** de la empresa **DAYR INVERSIONES MULTIPLES SAC** con R.U.C N° 20392846345, ubicada en la ciudad de Av. Ciruelos N° 300 – Urb. Canto Grande - San Juan de Lurigancho Distrito y provincia de Lima.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A la señorita: **YVONNE LUZ LOZANO ARCOS** Identificado(s) con DNI N° 42768576, de la Carrera profesional **INGENIERÍA INDUSTRIAL**, para que utilice la siguiente información de la empresa:

Que le sea necesaria para cumplir y con los reglamentos que implican el poder concluir con su proyecto de investigación con la finalidad de que pueda desarrollar su () Informe estadístico, (x) Trabajo de Investigación, () Tesis para optar el Título Profesional.

- (x) Publique los resultados de la investigación en el repositorio institucional de la UCV.
- (x) Mantener en reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
- (x) Mencionar el nombre de la empresa.

DAYR Inversiones Múltiples S.A.C.
RUC: 20508529690

ANA A. HUAMAN M. de VELASQUE
GERENTE GENERAL
DNI: 10724040

Firma y sello del Representante Legal

DNI: 10724040

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Estudiante

DNI: 42768576

DAYR®

Lima, 25 de Junio de 2022

Señores:
Universidad Cesar Vallejo
Lima - Este
San Juan de Lurigancho.

Estimados Presentes

Reciban un cordial Saludos en nombre de la empresa Dayr Inversiones Múltiples S.A.C. El motivo del presente documento es para Manifiestar la ACEPTACION a su estudiante: Lozano Arcos Yvonne Luz con Dni: 42768576. Para la realización de su Proyecto de Investigación acerca del Desarrollo Industrial de Productos y Servicios en nuestra Empresa.

En tal Sentido informamos que respetamos los parámetros dados por la Institución, por ello firmamos esta Solicitud.

Sin otro particular me despido de Ustedes.

Atentamente,

DAYR Inversiones Múltiples S.A.C.
R.U.C. 20508529690

ANA A. HUAMAN M. DE VELASQUEZ
GERENTE GENERAL
DNI: 30724090

DAYR INVERSIONES MÚLTIPLES S.A.C.

R.U.C. : 20508529690 | Av. Los Ciruelos N° 300 | Urb. Campo Grande - San Juan de Lurigancho - Lima - Perú
Teléfono: +51 1 368-3376 | +51 1 715-8145 - Cel: 944348767 | E-mail: gerencia@dayrinversiones.com | Web: www.dayrinversiones.com.pe



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ALLER LUNA EDILBERTO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de inventarios y atención al cliente de una mype de productos de limpieza, distrito de San Juan de Lurigancho, 2022", cuyo autor es LOZANO ARCOS YVONNE LUZ, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 27 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ALLER LUNA EDILBERTO DNI: 09914102 ORCID: 0000-0002-9339-682X	Firmado electrónicamente por: EALLERL el 06-01- 2023 13:09:37

Código documento Trilce: TRI - 0503103