



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de
motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Campos Carbajal, Johana Eliane (orcid.org/0000-0003-1937-0450)

Rojas Vega, José Antonio (orcid.org/0000-0003-0071-8621)

ASESOR:

Dr. Cancharí Preciado, Miguel Angel (orcid.org/0000-0002-8873-8450)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHIMBOTE - PERÚ
2023

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a Dios y especialmente a nuestras familias que fueron motivación y apoyo en nuestras metas profesionales, y por hacer de nosotros personas perseverantes e innovadoras.

Los autores.

AGRADECIMIENTO

A nuestros docentes, asesores y a la universidad por guiarnos, apoyarnos y darnos las herramientas para realizar nuestra investigación.

A nosotros por tener paciencia, humildad y una buena comunicación la cual nos permitió ser soporte uno al otro en este proyecto de investigación.

Campos Johana y José Rojas



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CANCHARI PRECIADO MIGUEL ANGEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023", cuyos autores son CAMPOS CARBAJAL JOHANA ELIANE, ROJAS VEGA JOSE ANTONIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14.00%, 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.

CHIMBOTE, 18 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CANCHARI PRECIADO MIGUEL ANGEL DNI: 46105455 ORCID: 0000-0002-8873-8450	Firmado electrónicamente por: MCANCHARIP el 21- 11-2023 12:20:10

Código documento Trilce: TRI - 0655859



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, CAMPOS CARBAJAL JOHANA ELIANE, ROJAS VEGA JOSE ANTONIO estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
JOHANA ELIANE CAMPOS CARBAJAL DNI: 74651176 ORCID: 0000-0003-1937-0450	Firmado electrónicamente por: JCAMPOSCAR el 18-11-2023 21:52:09
JOSE ANTONIO ROJAS VEGA DNI: 76593104 ORCID: 0000-0003-0071-8621	Firmado electrónicamente por: JROJASVE2 el 18-11-2023 21:43:40

Código documento Trilce: TRI - 0655855

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación	15
3.2. Variables y operacionalización.....	16
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5. Procedimientos	19
3.6. Método de análisis de datos	20
3.7. Aspectos éticos.....	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIONES	29
VII. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Correlación entre la gestión de inventario y satisfacción del cliente</i>	21
Tabla 2: <i>Determinar nivel de la Gestión de inventario</i>	21
Tabla 3: <i>Determinar nivel de Satisfacción del cliente</i>	22
Tabla 4: <i>Correlación de gestión de inventario y la confiabilidad</i>	22
Tabla 5: <i>Correlación de gestión de inventarios y la capacidad de respuesta</i>	23
Tabla 6: <i>Correlación de gestión de inventario y empatía</i>	23
Tabla 7: <i>Correlación de gestión de inventario y seguridad</i>	24
Tabla 8: <i>Correlación de gestión de inventario y la tangibilidad</i>	24

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1: <i>Figura correlacional</i>	13
--	----

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre gestión de inventario y la satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023. El tipo de estudio fue básico con un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal, correlacional no causal. Se aplicó la herramienta de cuestionario para la recolección de datos, se realizó el método de Alfa de Cronbach, arrojando un resultado para la variable 1 (Gestión de inventarios) del 0.706 siendo aceptable y para la variable 2 (satisfacción del cliente) del 0.960 siendo excelente. La muestra fue de 384 clientes, para la relación de gestión de inventario y satisfacción del cliente se realizó la prueba de correlación de Rho de Spearman, los resultados arrojaron que existe una correlación positiva moderada de $r = 0.602$, así mismo una significancia de 0.007, asimismo el nivel de gestión de inventario con un 13.3% representando un nivel bajo y un 55.7% como nivel alto y de satisfacción del cliente 5% determinando un nivel bajo y un 90.6% de nivel alto, concluyendo que existe relación significativa entre las variables, gestión de inventarios y satisfacción del cliente.

Palabras clave: Gestión de inventario, satisfacción del cliente, control.

ABSTRACT

The objective of this study was to determine the relationship between inventory management and customer satisfaction in Motorepuestos stores in Nuevo Chimbote, 2023. The type of study was basic with a quantitative approach, with a non-experimental, cross-sectional, non-causal correlational design. The questionnaire tool was applied for data collection, the Cronbach's Alpha method was carried out, yielding a result for variable 1 (Inventory Management) of 0.706 being acceptable and for variable 2 (customer satisfaction) of 0.960 being acceptable. excellent. The sample was 384 customers, for the relationship between inventory management and customer satisfaction, Spearman's Rho correlation test was carried out, the results showed that there is a moderate positive correlation of $r = 0.602$, as well as a significance of 0.007. Likewise, the level of inventory management with 13.3% representing a low level and 55.7% as a high level and customer satisfaction 5% determining a low level and 90.6% as a high level, concluding that there is a significant relationship between the variables, inventory management and customer satisfaction.

Keywords: Inventory management, customer satisfaction, control.

I. INTRODUCCIÓN

Con el transcurso de los años las tiendas han aumentado su necesidad de tener una mejor gestión de inventario, reconociendo que la cartera de proveedores ha mejorado de acuerdo a la necesidad de los clientes y la variedad que pueden ofrecer estas. En relación a esto Antón y Vega (2022) nos mencionan que, a mayor control y orden de almacén, hay mayor producción de los colaboradores, cumpliendo así las expectativas del cliente y alta competencia por un buen funcionamiento. Esta variable es un factor importante para las MYPES, porque facilita el crecimiento y competitividad, así como un impacto positivo para los clientes; ya que, si se logra tener un buen manejo de sus pedidos, esto permitirá una rapidez en su entrega, logrando así una venta óptima, mejorando la percepción del cliente.

Teixeira (2020) indica en su trabajo de análisis de gestión de inventarios que aún al día de hoy existen varias empresas grandes y pequeñas que no manejan correctamente la gestión de inventarios, tienen problemas de reportes por la falta de exactitud de los datos ingresados y no están enfocadas en los clientes.

La gestión de inventarios mal aplicada, entorpece los procesos comerciales de una empresa, desde el desabastecimiento de un producto, hasta el daño de estos por mala praxis de almacenamiento Jayaram (2017) citado por Camacho *et al.* (2020), existe incomodidad de los clientes cuando el trabajador confirma que hay un producto tras ver el sistema y al momento del despacho no se halle dicho producto; origina que exista un retraso en la entrega de su producto o una cancelación por falta de stock, de igual forma el mal manejo de pedidos genera la falta de stock para ventas puntuales y demoras en la reposición en tienda, generando pérdidas y mala imagen por incumplimiento de venta o aún peor, denuncias hacia las entidades fiscalizadoras por mala praxis en operaciones.

A nivel internacional se encuentran varios problemas relacionados entre sí, el mal flujo de inventarios y la falta de coordinación con ventas para la realización de pedidos puntuales por necesidad. Esto se ve evidenciado en un estudio realizado en Cuba, dónde se analizan problemas de gestión de inventarios, dónde no

únicamente tienen una mala eficiencia debido al estado socialista, sino también en gran parte al método implementado en dichas empresas (López *et al.*, 2012).

De igual forma en el Perú se realizó un estudio “Madurez en la gestión de cadena de suministro. Supply Chain Overview 2021”, puesto a esto Mishina (2021) nos menciona que el 75% de las empresas indican tener un costo logístico mayor a 7.5%, para las tiendas la inversión en la tecnología debe contar con un sistema actualizable por periodos, para una mayor rapidez de control de inventarios, y también cumplir con una buena gestión en la integración a los detalles de información de la cartera de proveedores y los clientes.

En el sector de venta de repuestos de motos, existen distintas tiendas que ofrecen variedad de productos y sustitutos. En Nuevo Chimbote se identificó a través del análisis completo una de las tiendas de Motorepuestos mejor estructuradas, que aplican incorrectamente técnicas de almacenamiento y comunicación dentro de tienda para la solicitud de pedidos, además de un mal manejo de pronósticos de rotación de inventarios. Esto se debe a que el sistema de digitación es manual y existen muchos errores al momento de pasarlos al sistema, además, la mala comunicación por parte de las áreas genera desabastecimiento en tienda y mala experiencia sobre algunos productos. A causa de ello, la imagen de las tiendas de Motorepuestos en Nuevo Chimbote también presenta deficiencias, su falta de aprovisionamiento del stock, resultando la insatisfacción de los clientes.

A partir de la problemática establecida, se plantea la pregunta ¿Existe relación entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente en las tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023?

En el presente trabajo de investigación se recopiló información a partir de fuentes confiables como revistas científicas y revistas internacionales con respaldo de información de calidad, con un rango de 5 años de antigüedad, lo que nos permite tener información actualizada con las cuales sustentamos esta justificación teórica. Se va a investigar a detalle el problema, a través del análisis de estudios previos para obtener resultados con respaldo científico, en las tiendas de moto repuestos del sector de Nuevo Chimbote.

Esta investigación se justifica de manera práctica, porque beneficiará a estudiantes con proyectos de la misma línea de investigación y emprendedores relacionados a este rubro teniendo acceso a esta información de un sistema el cual permita facilitar los procesos, manejar de manera correcta los productos para el control de los inventarios y, en consecuencia, la segunda variable disponga de beneficios reflejados en la fidelidad, confianza, seguridad y rentabilidad por parte de los clientes.

A continuación, la investigación nos presenta la justificación metodológica, pues la investigación tiene un enfoque cuantitativo y que se aplicará un instrumento de medición que tiene respaldo de especialistas en el área y asegura los resultados además de resaltar su confianza en los datos obtenidos y el análisis de los mismos, para el detalle de la relación que existan entre las variables presentes. Los resultados que se tengan, serán de valor útil para las tiendas que busquen e innoven la mejora de este tipo de comercio, logrando ser más eficientes para sus clientes. Y para los próximos estudios que se hacen sobre nuestro tema o las mismas variables, servirán como antecedentes si su enfoque es tienda.

Y para concluir, el estudio de investigación tiene en cuenta el valor de la justificación social ya que permite dar a conocer a las demás tiendas del sector, herramientas y conceptos útiles para un buen manejo de la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente. De esta forma lograr resultados mejorando las ventas, buen proceso de funciones de almacenamiento, posicionamiento y preferencias de los clientes.

El estudio establece como supuesto hipotético que existe relación entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023.

Siendo el objetivo general determinar si existe relación entre la gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023. Con este planteamiento determinamos los objetivos específicos, determinar el nivel de Gestión de inventario; determinar el nivel de Satisfacción del cliente; determinar la relación de gestión de inventarios y la confianza hacia el cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023; determinar la relación de gestión de

inventarios y la capacidad de respuesta hacia el cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023; determinar la relación existente entre la relación de gestión de inventario y empatía en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote 2023; determinar la relación existente entre la relación de gestión de inventario y seguridad en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023; determinar la relación existente entre la relación de gestión de inventario y la tangibilidad en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional los problemas en el correcto manejo de inventarios son igual de notorios que a nivel nacional, con desabastecimientos y mala praxis en el almacenamiento de existencias. El desabastecimiento de la empresa es debido a varios factores, pudo ser la falta de consideración de rotación de inventarios o que no se tenía reservas extras de las calculadas, que generaron estos inconvenientes a los clientes hasta la espera de llegada de mercadería nueva para reponer el stock.

Tolentino (2019) en su trabajo realizado tiene como objetivo relacionar la variable gestión de inventario sobre cadena de suministros y su relación en la satisfacción del cliente. Es una investigación de tipo no experimental, correlacional causal, se usó como instrumento las encuestas con una muestra del total de la población de 20 personas. Como conclusión se halló significancia con relación directa, entre ambas variables, el comportamiento de las variables es normal y si se mejora la gestión de cadenas se tendrá una mejora de los resultados de entrega por solicitud.

Espinoza (2022) en su trabajo tiene como finalidad mejorar la satisfacción del cliente con aplicación de la gestión de inventario, es de tipo experimental, y como instrumento tiene la recolección de datos de la empresa en un tiempo de 3 meses. Como conclusión se determinó que tras aplicar los cambios de la gestión de inventarios se notó un significativo aumento de la fidelidad del cliente, se puede indicar que si influye la gestión de inventarios en satisfacción del cliente.

Mondragón (2018) en su trabajo tiene como objetivo aumentar la satisfacción del cliente a través de mejoras a la gestión de almacén. El diseño de la investigación es experimental, se usó un instrumento para la recolección de datos de manera

observativa, con un Kardex de registro de inventario y compras realizadas. Se concluyó que al realizar mejoras en los almacenes incrementó notoriamente la satisfacción percibida de los clientes, con la mejora de organización y políticas.

Tarurhor y Osazevbaru (2021) en el trabajo realizado tiene como finalidad de estudio investigar los efectos de la gestión de inventarios con la satisfacción de clientes. Se usó como instrumento las encuestas con una muestra de 265 personas, con el tipo de enfoque cuantitativo descriptivo no experimental. El trabajo concluyó en que si existe una relación positiva entre la satisfacción del cliente y la gestión de inventario, que es medible la satisfacción a través de los procesos de gestión de inventario.

Durand (2022) realizó un estudio para determinar la importancia de aplicar un sistema de control a los inventarios para reducir los tiempos de procesos y garantizar una rentabilidad mayor, el trabajo tiene un diseño de tipo descriptivo y exploratorio, con el uso de la herramienta de cuestionario a una muestra de 50 pymes con un contenido de 10 ítems. La conclusión de dicho estudio fue que la gestión de inventario es un punto clave para reducir procesos al tener el producto en la fase de almacenamiento en el momento indicado, para mejorar los tiempos de entrega al cliente.

La investigación de Tesfaye *et al.* (2021) desarrollaron un estudio que tuvo como propósito demostrar que la gestión de inventarios afecta en la satisfacción de los clientes. Pues ellos trabajaron con el instrumento de una guía de observación recolectando datos mediante el uso de una red social. Al aplicar los instrumentos se obtuvo un resultado del 52.09% dando a entender que la gestión de almacén efectivo está asociada con la variable dos, la satisfacción del cliente.

García y Sánchez (2018) poseen un trabajo de investigación que tenía como finalidad evaluar el control interno de la gestión de inventarios de una empresa comercial en Ecuador. Con diseño tipo descriptivo-explicativo con enfoque cualitativo y cuantitativo, con una muestra de todo el personal de la empresa del periodo 2017 a través de encuestas y entrevistas, dicho trabajo concluyó en que

existía una deficiencia de la planificación en los mecanismos de control de movimiento de la mercadería y las compras de las mismas.

En el Perú existe un escaso manejo de información, control y distribución de los productos que llegan a las empresas, causando algunas desventajas como pérdidas de productos, demoras en la entrega o rechazo de pedidos, afectando así el crecimiento de la organización. A continuación, analizaremos algunos trabajos de investigación referentes a nuestras variables a nivel nacional, de esta forma nos demostrará que una buena gestión de logística tiene relación con la satisfacción al cliente en las tiendas obteniendo mejor posicionamiento, preferencia y buen manejo en la organización.

Céspedes y Torres (2021) desarrollaron una investigación en gestión de procesos para encontrar el problema en la entrega al cliente, generando molestias y desinterés en la empresa; de esa forma detalla en su investigación que tiene como objetivo principal demostrar la influencia de la estandarización de procesos operativos en la satisfacción del cliente, el estudio fue del tipo preexperimental y se trabajó con una muestra 88 clientes. Luego de realizar el análisis se llegó a la conclusión que la estandarización influye positivamente en la satisfacción y se estructuró nuevas funciones, logrando resultados positivos en cuanto a servicio, producto, tiempo de entrega, atención al cliente, precio y reclamos.

Por otra parte, en la investigación de Cortez y Saucedo (2022) planteó reducir el tiempo de entrega de productos para una atención al cliente más satisfactorio. En el país existen problemas con un adecuado manejo de inventarios y esto genera demoras en la atención al cliente. La investigación se enfocó en que no contaban con un manejo de stock según una base de datos, dando a entender que no detallaron ingresos, ni salidas de los productos, es por ello que cuenta con un objetivo en la organización de Brianchi Motors SAC, en donde se aplica la implementación de gestión de sus inventarios arrojando una mejora en el tiempo de 45,16%.

Churata (2022) presenta un estudio que menciona a nuestras dos variables, gestión de inventario y satisfacción al cliente, contando con 35 clientes de la empresa que

según investigación se obtiene un resultado positivo, el nivel alto de correlación de las variables mencionadas. Así mismo se recomienda que para una buena gestión en el Perú, las tiendas tienen que ser perseverantes en demostrar un buen control de identificación de mercadería a los clientes y el proceso de que llegue al cliente final sin tener deficiencias en el proceso de inventario.

Según Huerta (2019) menciona que el objetivo de la investigación es comprobar la relación de las dos variables, como son gestión de inventario y satisfacción del cliente. La investigación es de diseño no experimental y con una muestra de 229 personas utilizando cuestionarios y teniendo como resultado exitoso de correlación entre las variables con un coeficiente de 0.985 (99%).

Las teorías dentro del proyecto de investigación son importantes, porque sus conceptos nos ayudan a reconocer fácilmente sobre las composiciones que tienen nuestras variables investigadas cómo, Suarez & Miguel (2008) citados en Ahuja, L. et al. (2020) mencionan que la teoría de la calidad total, es un método implementado por las organizaciones de Japón con la finalidad de eliminar todo proceso que no genere valor, tiene origen a partir de la filosofía japonesa de la mejora continua, denominada también, Kaizen, entre estas entidades, preferentemente por occidente, por ello nos indica que la teoría de la calidad total, busca analizar cómo mejorar los procesos de la organización, como la metodología de trabajo. Alsughayir (2016) citado en Ahuja, L. et al. 2020) define la gestión de la calidad total como, aquella gestión aplicada a la totalidad de la empresa para resaltar en sus productos y servicios con valor para el consumidor. Con relación a la calidad Mehralian et al. (2017) citada en Ahuja, L. et al. 2020) indican que este proceso debe permanecer en cada momento de la operación de la organización, lo que garantiza una mejor calidad final al consumidor. Podemos interpretar que el modelo GCT permite tener una mejora total del proceso al eliminar todo proceso innecesario para hacerle frente al mercado variable, ofreciendo productos de alta calidad de manera eficiente.

Batth (2021) menciona que existe un sistema de producción denominado Just in time o también conocido como Justo a Tiempo proveniente de la filosofía Japonesa de la mejora continua desarrollada por Toyota, que consiste en planificar las

producciones con un stock mínimo para mantener todos los procesos juntos. Esta estrategia fue adoptada por muchas empresas manufactureras debido a que al reducir los niveles de inventario permitiendo que los costos relacionados a la producción, tal como es el caso de Toyota quien fue pionera en la aplicación de este sistema y quién actualmente es un ejemplo de éxito. Trauten *et al.* (2023) explica que el sistema JIT debe tener un respaldo sistemático digital, que permita reducir los errores, para tener decisiones más acertadas, también permite realizar las predicciones de pedidos y los pedidos automáticos. Bryan y Moriano (2023) señalan que los defectos producidos por una mala aplicación del sistema JIT puede comprometer la cadena de suministros y arriesgar los procesos de la empresa, para esto se requiere un complejo sistema predictivo, para tratar de evitar estas complicaciones. Por su parte Bandar *et al.* (2022) también mencionan el JIT como una estrategia útil para los recursos en tienda de tal forma que el control de stock mejora el proceso de pedido. Y los recursos de información van de la mano con el manejo del software ya que su procedimiento de los registros aseguran un buen control e inventario y logran la distribución del producto al cliente, el almacenamiento se encarga de la recepción de datos , así mismo la planificación de la producción garantiza que estos productos cumplan su plazo de entrega y el servicio al cliente, su propósito es demostrar al cliente que la organización cumple con la eficacia logística en plazos, procesos y entrega de los productos Beltran (2007) citado por Rojas (2019). Poh-Sun *et al.* (2022) apuntan que el sistema JIT aplicado a mejoras de aprendizaje y correcciones de errores y planeación anticipada de los procedimientos. Así mismo Memari *et al.* (2018) reafirman lo antes mencionado, ya que considera una logística Just in Time presenta una influencia significativa en la distribución de los productos dentro de la cadena de suministro, debido a que los proveedores necesitan suministrar la correcta cantidad de productos en el momento exacto, además menciona que existen dos factores estrechamente relacionados con la distribución JIT.

Cruz (2017) citado por Espinoza *et al.* (2022) comenta que una de las teorías que sustenta la gestión de inventario son los criterios a considerar que permiten que el inventario cumpla con realizar registro de productos de manera ordenada, detallada y valorada de los activos, así mismo las empresas toman en cuenta de manera

importante la gestión según la necesidad de los productos que tras los inventarios realizados se registra y realiza el pedido con los proveedores según la mercadería que necesita inmediata su reposición.

Según Pérez y Torres (2014) citado por Panduro (2021) mencionan que el modelo EOQ (cantidad económica de pedido) prioriza la verificación de los productos en los inventarios, de esta forma las empresas estiman sus pedidos al solicitar a sus proveedores, llevando una buena gestión de los inventarios sin tener pérdidas económicas y cumpliendo con los clientes de manera eficiente.

Rodríguez (2022) explica que la teoría de la atribución es una que explica cómo las personas la aplican en su rutina diaria, a través del inconsciente y sin consciente o prejuicios, son determinantes para la relación que tenemos con otras personas, mediante nuestros sentimientos, emociones y la forma de pensar. Esta teoría aplicada a la satisfacción de cliente en las empresas, relaciona el trato que recibe el cliente con respecto de los colaboradores, y que influye la percepción previa de la empresa, esta idea con la que los clientes nos consideran y como se les llega a tratar, les genera un cruce de expectativa con acontecimiento, lo que permite que las empresas puedan mejorar sus sistemas de atención para mejorar la experiencia del cliente, esto se ve reflejado de manera positiva, debido a que la imagen de la empresa se verá afectada positivamente.

La teoría de colas es un sistema que analiza los procesos por los cuales pasa un producto o servicio de inicio a fin, es un proceso matemático que determina los tiempos de duración e identifica los cuellos de botella, aplicado a la satisfacción de clientes como variable permite enfocarlo a procesos por los cuales pasa un cliente, desde su llegada el inicio de sus requerimientos y la culminación de estos, esto permite considerar diferentes puntos, los tiempos, la calidad y la percepción del cliente sobre su experiencia. El resultado de este proceso nos facilita la toma de decisiones a la hora de cambiar ciertos procesos con la finalidad de mejorar los tiempos del proceso y consecutivamente mejorar la experiencia de la interacción (Cao, 2002, citado por Arteaga y Reyes, 2021).

El enfoque sobre la calidad percibida por el cliente, Loaiza (2018) menciona que diversos autores concluyen en que el producto es uno de los enfoques más tradicional y con mejores resultados a la hora del análisis para mejorar la satisfacción del cliente, permite obtener una mayor recomendación entre clientes y sus círculos, además mejora de manera parcial la imagen del producto o servicio, y en principal punto nos permite medir “la duración del cliente con la empresa” es un ciclo teórico que indica que existe relación entre el ciclo de un producto con el ciclo de un cliente, este trabajo menciona que las modificaciones sobre el producto influyen directamente al cliente.

Ruan y Mezie (2022) dan un enfoque desde la expectativa del cliente, donde mencionan que puede estar vinculada fuertemente por motivaciones del consumidor. Además, que hay dos tipos de clientes con referencia a las expectativas, los clientes que están motivados por metas funcionales que su búsqueda es con una información previa, y el otro tipo de cliente es el que tiene motivaciones experienciales, que buscan obtener sentimientos favorables, como placer y emociones positivas, o por lo contrario evitar experiencias negativas.

El enfoque centrado en el cliente, Hernon *et al.* (1999) citados por Zarraga *et al.* (2018) exponen que este enfoque relaciona las necesidades del cliente, con el servicio brindado y gestionado por parte de la empresa, con finalidad de adaptarse al cliente y ofrecer mejoras en sus productos o servicios para tener un mayor enganche. En la actualidad y con el pasar del tiempo, las necesidades y las expectativas de los clientes van a ser mayores, y la competencia por producto va a ser inferior por el alcance de las tecnologías, pero uno de los puntos que se van a mantener, la calidad del servicio sobre los competidores. Existen 5 factores para identificar las mejoras, la confiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y tangibilidad, estos factores son determinantes para la mejora de la experiencia con el cliente, pero no determinantes, ya que hay factores que no se controlan y afectan al resultado, la expectativa del cliente previo al servicio o producto, esta puede beneficiar a la empresa como perjudicar el resultado, debido a la decepción por diferente expectativa (Parasuraman *et al.*, 1988, citados por Zarraga *et al.*, 2018).

Uno de los enfoques sobre gestión de inventarios es el enfoque basado en la demanda, el cual según Paredes *et al.* (2021), es un método de gestión de inventarios reciente y empleado a nivel mundial, con una metodología de planificación superior, aplica métodos como sistemas Lean y la teoría de restricciones.

Enfoque basado en la clasificación ABC: Macías *et al.* (2018) explican que esta técnica permite conocer el movimiento de los productos conforme a su rotación, estas son el alta, media y baja rotación; con la finalidad de tener un movimiento más sofisticado para la clase A comparado con los menos importantes como el B y C, para tener una reposición oportuna conforme a la demanda de la materia más solicitada.

Algunas definiciones de las variables según autores son Munyaka (2022) menciona que la gestión de inventarios es una operación crítica dentro de los procesos de la cadena de suministros, además que puede ser necesaria para satisfacer las demandas de los clientes y permite mantener un control en el inventario que facilita el logro operativo y el rendimiento de la organización, por otro lado, se detalla que existen factores que influyen en ella, tales como factores organizativos, humanos y la creciente tecnológica.

Según Arroyo (2021) la gestión de inventarios es clave para que la empresa logre un impacto competitivo frente a la competencia, pues la reducción flujo de efectivo es uno de los que reflejan que su exceso de inventario está generando una disminución en la rentabilidad, como también no contar con un buen stock genera desconfianza en los clientes. He *et al.* (2023) explica que la gestión de inventario tiene los procesos de reducción de tiempos más completos, con su correcto manejo se pueden mejorar la eficiencia de procesos, y la organización de estos, al igual que su control. Olivares y Villanueva (2022) mencionan que la gestión de inventario garantiza y verifica que la variedad de los bienes que posee la empresa dentro de su mercadería, de esa forma también tienen que ser detallados en almacén. Tebaldi, *et al.* (2023) sostiene que la relación de cadena de suministro en armonía con la gestión de inventarios permite tener un mayor manejo de las solicitudes que se pasan por almacén y necesidades que requiere una empresa. Argumedo y

Pumahuare (2022) presentan que mediante una buena gestión logística se lograr tener más facilidades económicas y de esta forma un impacto positivo por su variedad y garantía que cumple con los requisitos del cliente. Para Gebisaa (2023), a gestión de inventario tiene un poder en cada empresa, logrando llevar un control perfecto para lograr resultados en las metas de ventas de las empresas, como lo que espera el cliente y en especial la facilidad del precio por un buen manejo de los procesos para que llegue al cliente o consumidor. También existe la importancia de esta variable como lo mencionan Saputro *et al.* (2021). Las empresas suelen tener productos que son considerados productos en mal estado o con observación, pero si no existe un buen control de almacén nunca saldrán de tienda y aquí es donde entra la gestión de inventario, bien es cierto el cliente busca calidad, pero también precios accesibles, y una solución a este caso se tomaría la estrategia de registro, selección y luego venderse como segunda categoría.

La satisfacción al cliente es considerada como uno de los papeles más importantes para las organizaciones ya que afecta la competitividad, muchas veces la satisfacción depende de la empresa y de las capacidades que tiene para cumplir con las necesidades de los consumidores, al final de toda la satisfacción de los clientes es considerada como una consecuencia agradable (Hidayat, 2021). Para Serna (2006) citado por Arteaga (2021), la satisfacción del cliente son servicios que permiten satisfacer las expectativas y demanda de los clientes con la finalidad de ser parte de la competencia y expectativa de los clientes previos a recibir el servicio o realizar la compra. Tarodo (2015) y Sebai (2021), citados por Malpartida *et al.* (2021) sostienen que la satisfacción es una evaluación que realizan inconscientemente los clientes que reciben el servicio y se basa en los resultados en sus expectativas y necesidades, además se nos dice que se caracteriza por su subjetividad y ser modificable en el tiempo. Florián *et al.* (2022) argumentan que la satisfacción del cliente es la respuesta a la expectativa que nace a partir de la necesidad del usuario y según esta expectativa se crea la interacción con las organizaciones que se ven obligadas a cumplir con estas necesidades, de tal forma tienen mejores índices de competitividad, esta experiencia se complementa con su expectativa y sale la calidad del servicio percibido por parte del cliente.

Es importante resaltar las dimensiones que comprenden las variables para entender el trabajo y en especial las interpretaciones de los autores de estas, Ranjeeni *et al.* (2023) explican que el método Just In Time es un esquema de negocio que posibilita la reducción de costos mediante un estricto análisis de los factores de almacén, órdenes de compra y diversos factores como reducción de mermas, nació en los 70 en la empresa Toyota como método de reducción de costos, para incrementar las ganancias y poder competir con las empresas americanas, cuenta con múltiples dimensiones adaptativas según la necesidad, pero estas son las 3 principales: Relaciones sólidas con proveedores, este sistema nos permite tener simultaneidad entre las operaciones del comprador y del vendedor, beneficiando la reducción del inventario al mínimo y teniendo al proveedor de respaldo para solicitudes de último momento (Pérez *et al.*, 2022). Eliminación de desperdicios, Barlow (2002), citado por Ranjeeni *et al.* (2023), menciona que el método JIT permite tener un control riguroso de los almacenes y el área de logística en sintonía, para poder tener reducción de productos por desperdicio o deterioro de estos, y evitar pérdidas por mermado. Inventario de respuesta para los procesos. El sistema Just in Time tiene como forma primordial, no descuidar los inventarios, se dice que detrás de cada solicitud y análisis para pedidos, debe haber un seguimiento y un análisis de indicadores sobre demanda con ayuda de un software pesado que ayude a las solicitudes (Balkhi *et al.*, 2022).

Ramos *et al.* (2020) mencionan el modelo SERVPERF, la cual es una herramienta que va a evaluar la calidad del servicio que está ofreciendo la empresa al cliente, esta se evalúa de manera clara ya que su resultado se refleja por las respuestas de los clientes, sin necesidad de suponer las expectativas del cliente, mediante el uso de 5 dimensiones, las cuales son: Confiabilidad, según Khan *et al.* (2020) definen la confiabilidad como la capacidad de realizar un compromiso de servicio con el cliente, que éste acepte y perciba de manera fiable que dicho compromiso se va a realizar. Capacidad de respuesta hacia los clientes, Krupasindhu *et al.* (2018) explica la significancia de la capacidad de respuesta, que está representada por el personal para reaccionar a tiempo de manera que sea percibido como positivo y la oportunidad de realizar dichas actividades, además de esto Grönroos (2007) y Rodríguez (2013) citados en este trabajo, llegaron a la conclusión de que

existe una relación positiva entre la capacidad de respuesta con la satisfacción del cliente. Empatía, en los clientes es esa atención sincera y cariñosa por la cual se transmiten emociones de confianza y tranquilidad, además nos afirma que tiene un efecto positivo en la calidad del servicio (Jyoti, 2020). Seguridad, Ramos *et al.* (2019) explican que la seguridad es el reconocimiento tras recibir el servicio, la cortesía percibida por parte de los empleados esta dimensión es una percepción del consumidor sobre la actitud que demuestra el personal. Tangibilidad, considera el soporte físico y el reflejo de la apariencia del personal colaborador, la percepción de la buena o mala imagen que refleja el servicio, de igual forma la comunicación en los procesos (López *et al.*, 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

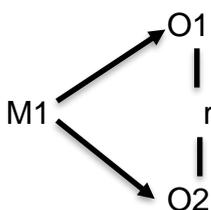
3.1.1. Tipo de investigación

Teniendo en cuenta el objetivo y finalidad que tiene el informe de investigación se consideró una investigación básica, ya que busca tener una amplia información de las variables, gestión de inventario y satisfacción del cliente. Además, es un estudio cuantitativo, dado que permitió realizar técnicas estadísticas tras los resultados y datos cuantitativos que nos arrojó el análisis (Sánchez, 2018).

3.1.2. Diseño de investigación

La investigación tuvo un diseño de carácter no experimental según menciona Novosel (2023) es una investigación que recolecta datos, mas no los aplica. El presente estudio también fue de enfoque cuantitativo, el cual permitió dar datos estadísticos y resultados a través de un análisis. Y fue de tipo transversal, ya que se recolectó datos en un tiempo determinado, y contó con un diseño correlacional donde muestra que existe relación entre las dos variables.

Figura 1



Donde:

M1: Muestra, equivale a los clientes de Motorepuestos del distrito de Nuevo Chimbote

O1: Observación a la variable 1. Gestión de inventario.

O2: Observación a la variable 2. Satisfacción del cliente.

r: Relación que existe entre las variables de estudio.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Gestión de inventario (GI)

Definición conceptual: Según Arroyo (2021) la gestión de inventarios es clave para que la empresa logre un impacto competitivo frente a la competencia, pues la reducción flujo de efectivo es uno de los que reflejan que su exceso de inventario está generando una disminución en la rentabilidad, como también no contar con un buen stock genera desconfianza en los clientes.

Definición operacional: La gestión de inventarios se mide a través de las siguientes dimensiones: relaciones sólidas con proveedores, eliminación de desperdicio y capacidad de respuesta. La investigación se realizará con un cuestionario como instrumento.

Indicadores: La variable Gestión de inventario (GI), posee tres dimensiones, Relación solida de proveedores que está conformado por Vendedores y proveedores; Eliminación de desperdicios, por Inventario obsoleto y stock muerto y finalmente Inventario de respuesta para los procesos que cuenta con Abastecimiento del local.

Escala de medición: Gestión de inventario y Satisfacción del cliente tuvo la evaluación mediante la escala de medición ordinal. Según Coronel (2022) menciona que la medición ordinal, es representado en un orden jerárquico entre variables cualitativas, permitiendo que los valores puedan lograr ser presentadas en el orden con este tipo de escala cumpliendo el resultado de la medición.

Variable 2: Satisfacción del cliente (SC)

Definición conceptual: Tarodo (2015) y Sebai (2021) citados en el trabajo de Malpartida, D, et al. (2022) nos dicen que la satisfacción es una evaluación que realizan inconscientemente los clientes que reciben el servicio y se basa en sus resultados y necesidades, además se nos dice que se caracteriza por su subjetividad y ser modificable en el tiempo.

Definición operacional: La satisfacción del cliente se mide a través de las siguientes dimensiones: confiabilidad, capacidad de respuesta y empatía. La investigación se realizará con un cuestionario como instrumento.

Indicadores: La variable Satisfacción del cliente (SC), posee cinco dimensiones, contando consigo mismas para sus indicadores como Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.

Escala de medición: Gestión de inventario y Satisfacción del cliente tuvo la evaluación mediante la escala de medición ordinal. Según Coronel (2022) menciona que la medición ordinal, es representado en un orden jerárquico entre variables cualitativas, permitiendo que los valores puedan lograr ser presentadas en el orden con este tipo de escala cumpliendo el resultado de la medición.

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1. Población

Ñaupas *et al.* (2018) presenta a la población como la unidad total de estudios, con la característica que solicitan y de esta forma se considere. En esta investigación la variable gestión de inventario y satisfacción del cliente aplicó una fórmula infinita para obtener la muestra del estudio con 384 clientes que hayan comprado o adquirido productos de las tiendas que pertenecen a este rubro.

Criterios de inclusión:

- Para los clientes que hayan comprado o adquirido de las tiendas que pertenecen al rubro de Motorepuestos y su ubicación en Nuevo Chimbote.

Criterios de exclusión:

- Para los clientes que no hayan comprado o adquirido de las tiendas que no pertenecen al rubro de Motorepuestos y no se ubican en Nuevo Chimbote.

3.3.2. Muestra

Ñaupas *et al.* (2018) nos menciona que la muestra es la parte representativa de una población, es decir reúne las características, dando como resultado la generalización de los resultados.

Para el tamaño de la muestra de gestión de inventario se utilizó la cantidad de 384, en dicha cantidad fue aplicable la fórmula para hallar el tamaño.

3.3.3. Muestreo

En la selección de la muestra se aplicó un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple, lo que implica una selección aleatoria para considerar a los 384 clientes, por lo que se asignó número a cada cliente en la que cualquiera podría ser seleccionado para la muestra, de esta manera ayudó para la obtención de los resultados.

3.3.4. Unidad de análisis

La investigación estuvo dirigida a nuestra unidad de análisis que son los clientes de las tiendas de Motorepuestos en Nuevo Chimbote.

3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos

La encuesta según Ferrando (1986) citado por Falcón *et al.* (2019) mencionan que esta técnica permite emplear un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación, de los cuales se analizan los datos de una muestra representativa de una población, para explorar, describir o predecir una serie de características. El cuestionario según Ñaupas *et al.* (2018) es una de las formas de la encuesta, que permite a través de un grupo de preguntas elaboradas, en un formato, que tienen relación a una hipótesis de trabajo y a variables e indicadores de una investigación.

El cuestionario que se empleó para la variable Gestión de inventarios, es un instrumento sobre el modelo Just in Time, de elaboración propia, debido a la adaptabilidad que tuvo con las dimensiones del modelo Just in Time según su adaptación a ciertos procesos. Este cuenta con 13 ítems que representan la

dimensión con una valoración tipo Likert del 1 al 5. (Nunca=1 Casi nunca= 2, Algunas veces= 3, Casi siempre= 4 y Siempre= 5).

El cuestionario que se aplicó para la variable Satisfacción del cliente es un modelo estandarizado para el modelo SERVPERF 1985, los autores son Parasuraman, Zeithaml y Berry, con modelo alternativo originario del modelo SERVQUAL, modelo que realiza 2 evaluaciones a comparación del modelo SERVPERF. Contando con 20 ítems que también representan las dimensiones con una valoración de tipo Likert del 1 al 5. (Nunca=1 Casi nunca= 2, Algunas veces= 3, Casi siempre= 4 y Siempre= 5).

Para garantizar la validez de los instrumentos empleados y cumplan con su función indicada, se aplicó a través de juicio de un experto, con tres especialistas en nuestra rama de investigación. El especialista tiene como finalidad garantizar la fiabilidad de los ítems. De encontrarse dificultades, contribuirá con observaciones pertinentes que posibiliten la validez del instrumento.

El estudio de investigación contó con un instrumento el cual tuvo un valor de confiabilidad, este se halló por medio del Alpha Cronbach, por lo que se aplicó en nuestras dos variables a través de la prueba piloto con 10 clientes, para la V1, el valor fue de 0,704 y para la V2 el valor fue de 0,960. Según la escala, el resultado tuvo un valor mayor a 0.70 para lograr la confiabilidad del instrumento.

3.5. Procedimientos

Después de la aprobación del estudio, se desarrolló el instrumento realizado con la herramienta de Google Forms, link que fue presentado a nuestra población según los grupos de las variables, Variable 1: Gestión de inventario y nuestra, contando con 13 ítems y Variable 2: Satisfacción de la cliente conformada por 20 ítems, estos instrumentos continuaron a una respectiva validación por juicio de expertos, así mismo se realizó la prueba piloto para saber el grado de confiabilidad, obteniendo un resultado en V1: 0.704 y en V2: 0.960 realizado con el método de Alpha de Cronbach. Teniendo un nivel confiabilidad en la primera variable de aceptable y en la segunda variable de muy alto, pasamos a la recolección de datos mediante las encuestas a nuestra población de 384 clientes que compra productos en tiendas

del rubro de venta de repuestos de motos. Luego se realizó la elaboración de tablas de frecuencia en donde finalmente hemos presentado los resultados de ambas variables.

3.6. Método de análisis de datos

La investigación tuvo un método de análisis descriptivo e inferencial, ya que contó con programas como Microsoft Excel 2017, el software Jamovi y el software estadístico IBM SPSS Statistic 27, asimismo se procedió a la elaboración de gráficos y tablas, de esta forma se logró cumplir los objetivos propuestos mostrados en el presente informe. Para el desarrollo del procesamiento inferencial, se tomó en cuenta la prueba de normalidad y de esta forma definir qué tipo de prueba corresponde emplear (paramétrica o no paramétrica)

3.7. Aspectos éticos

La investigación cumplió con los requisitos que necesitaron para el proceso de investigación y su validación. Pues se tiene en cuenta que a los participantes se les informó del consentimiento informado que permitieron continuar o interrumpir la investigación, asimismo es importante que dicha investigación sólo tenga fines relacionados a este estudio, por lo que no serán usados para otros objetivos. También se tiene en cuenta que el manejo de los instrumentos de recolección de datos tiene carácter anónimo y se espera que toda la información permanezca inalterable por los investigadores. De tal forma que se manejó los códigos de ética como son los de integridad, que se logran dar con una investigación detallada y buen manejo de gestión, honestidad intelectual, siendo un principio importante, se dió en todas las pautas de la investigación científica, también la veracidad, justicia y responsabilidad, así como la transparencia la cual maneja con control, sin conflicto de interés, declarando y manejando sin importar de qué tipo sea y la privacidad fue importante en la recolección de datos, como el almacén de forma segura y bajo la custodia de los investigadores, cuidando la identificación de los datos personales de los participantes, así como la independencia, la investigación es autónomo y no obedece a subordinación alguna, ni a conflicto de intereses.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Correlación entre la gestión de inventario y satisfacción del cliente

			Gestión de inventario
Rho de Spearman	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,602
		Sig. (bilateral)	,007
		N	384

Nota: Datos procesados del SPSS.

Interpretación: Una correlación positiva moderada de $r = 0.602$ indica que hay una relación positiva entre las dos variables que se analizan. Demostrando una significancia de 0.007 que indica que la correlación encontrada es estadísticamente significativa.

Estos resultados podrían indicar que enfocarse en optimizar la gestión de inventario puede tener un impacto positivo en la satisfacción de los clientes, lo que podría traducirse en mayores niveles de lealtad, recomendaciones positivas y posiblemente un aumento en las ventas o la reputación de la empresa.

Tabla 2

Nivel de la Gestión de inventario

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	51	13,3
	MEDIO	119	31,0
	ALTO	214	55,7
	Total	384	100,0

Nota: Datos procesados del SPSS.

Interpretación: Se observa que tras aplicar el instrumento a la muestra de 384 clientes que participan en este rubro, el 13.3% del problema general representado por 51 personas de nuestra muestra total, se atribuye al nivel bajo en la variable uno, la gestión de inventario, mientras que el 55.7% demostrando a un nivel alto.

Tabla 3

Nivel de Satisfacción del cliente

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	2	0,5
	MEDIO	34	8,9
	ALTO	348	90,6
	Total	384	100,0

Nota: Datos procesados del SPSS.

Interpretación: El nivel de variable dos, Satisfacción del cliente, está representada por un nivel alto de 90.6%, sin dejar de lado la importancia de mejorar el 0.5% de nuestra totalidad de 384 clientes a quienes se presentó nuestro instrumento.

Tabla 4

Correlación de gestión de inventario y la confiabilidad

		Gestión de inventarios
Rho de Spearman	confiabilidad	,600
		Sig. (bilateral)
		,010
	N	384

Nota: Datos procesados del SPSS.

Interpretación: Se da como resultado que existe una relación de 0.600 que indicaría una correlación moderada, asimismo existe una deficiencia representada en la significancia de 0.010 que niega la correlación.

Tabla 5*Correlación de gestión de inventarios y la capacidad de respuesta*

		Gestión de inventarios	
		Coeficiente de correlación	,502
Rho de Spearman	Capacidad de Respuesta	Sig. (bilateral)	,006
		N	384

Nota: Datos procesados del SPSS.

Interpretación: Se da como resultado que existe una relación de 0.502 que indica una correlación baja moderada, así mismo una significancia de 0.006 que indica significancia alta.

Tabla 6*Correlación de gestión de inventario y empatía*

		Gestión de inventarios	
		Coeficiente de correlación	,603
Rho de Spearman	empatía	Sig. (bilateral)	,006
		N	384

Nota: Datos procesados del SPSS.

Interpretación: Se da como resultado que existe una relación de 0.603, la cual cumple con ser correlacional positiva, así mismo una significancia de 0.006 que indica ser significativa.

Tabla 7*Correlación de gestión de inventario y seguridad*

		Gestión de inventarios	
Rho de Spearman	seguridad	Coeficiente de correlación	,604
		Sig. (bilateral)	,004
		N	384

Nota: Datos procesados del SPSS.

Interpretación: Se da como resultado que existe una relación de 0.604, la cual cumple con tener correlación positiva así mismo una significancia de 0.004 que indica una significancia alta.

Tabla 8*Correlación de gestión de inventario y la tangibilidad*

		Gestión de inventarios	
Rho de Spearman	tangibilidad	Coeficiente de correlación	,501
		Sig. (bilateral)	,008
		N	384

Nota: Datos procesados del SPSS.

Interpretación: Se da como resultado que existe una relación de 0.501, la cual cumple con ser positiva, así mismo una significancia de 0.008 que indica una significancia alta.

V. DISCUSION

Con respecto a la tabla 1, el objetivo general es determinar la relación entre la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente; conforme a los resultados obtenidos se determina que si existe una relación positiva media con las dos variables. G y Poblete, O. (2022) nos define la satisfacción como lograr una correcta percepción, deseo del cliente aplicado sobre sus necesidades y deseos. Según nos dice Vidal citado en Anton, E. y Vega, C. (2022) la gestión de inventarios considere en conocer el estado del negocio con respecto a la planeación, administración y la cadena de suministros y el abastecimiento que tienen estos.

Los resultados del trabajo tienen coherencia con el estudio de Aguirre et. al citado en Barboza, como resultado obtuvieron una respuesta positiva que si existe relación del 42.73%; podemos indicar que dicho resultado respalda nuestra conclusión teniendo como resultado de Rho de Spearman 0.7% dando una alta correlación.

Se puede concluir con estos resultados que existe relación entre gestión de inventarios y la satisfacción del cliente, que una correcta gestión de inventarios se podría mejorar la satisfacción de los clientes mejorando dicha variable y mejorando el crecimiento de una tienda de este rubro.

En la tabla 2 se presenta el nivel de gestión de inventario, se obtuvo el resultado de una población de 384 clientes, el 55,7% presentan un nivel alto, 31,0% nivel medio y un 13,3% nivel bajo; es decir, presenta un buen manejo de los inventarios con puntos a mejorar para tener un mayor porcentaje en la gestión.

Según Rocha citado en Anton y Vega (2022) menciona que, la gestión de inventario es mantener buen control de productos que se encuentren en stock, mediante un buen manejo de inventario sin generar altos gastos logrando las expectativas del cliente.

En el trabajo de Malpartida, D., Granada, A. y Salas, H. (2021). que correlaciona nuestras dimensiones, se obtuvo un nivel del 98% en la variable de gestión de inventarios.

En la tabla 3 se presenta el nivel de satisfacción del cliente, se obtuvo el resultado de una población de 384 clientes, 90,6% presentan un nivel alto, 8,9% nivel medio y un 0,5% nivel bajo; es decir, problemas o mal manejo de los inventarios que tienen las tiendas de este rubro.

Según Tigani citado en Espinoza y Palomino (2022) menciona la importancia de la satisfacción del cliente para la empresa, demostrando la excelencia del servicio de cada área.

Sin embargo, Anton y Vega (2020) encontraron un nivel del 37% “a veces”, un 30% “casi siempre” y un 22% “siempre”, con respecto a la satisfacción experimentada.

Como 4 tabla se busca determinar si existe relación entre gestión de inventario y la confiabilidad; teniendo como resultado que, si existe relación entre la variable 1 y la confiabilidad, se obtuvo un resultado positivo. Parasuraman, Zeithaml y Berry citados en Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019) nos indican que la Confianza es aquella capacidad de realizar el servicio prometido de una manera confiable y con precisión.

En el trabajo de investigación de Cortez y Saucedo (2022) Gestión de Inventarios para Reducir el Tiempo en la Atención al Público en el Grupo Bianchi Motors SAC. Se modificó las entregas y se evaluó la confiabilidad de estas modificaciones, tuvo un resultado positivo de mejora del 0.4516, y se determinó que si existía relación de ambas variables; por nuestra parte obtuvimos una relación positiva, los resultados fueron, el Rho de Spearman 0.1%.

Podemos concluir que dependiendo del rubro pueden variar los resultados, que este resultado negativo es resultante de una mala aplicación de las tiendas, por ello

no perciben dicha confianza los clientes y se obtiene este resultado negativo, pero siempre es buena la aplicación de métodos que mejoren la satisfacción del cliente.

Como 5 tabla que era determinar la relación de gestión de inventarios y la capacidad de respuesta hacia el cliente; se obtiene como resultado positivo la relación de la variable 1 con la dimensión dos de satisfacción de clientes. Parasuraman, Zeithaml y Berry citados en Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019) mencionan que la capacidad de repuesta es tener la disposición de atender las necesidades de los clientes al igual que brindar un servicio rápido y oportuno.

Según el trabajo de Churata (2022) Gestión logística y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Arcargo internacional S.A., Lima, 2022. Tenía como objetivo determinar las dos variables, y obtuvo como resultado de 87,2% un positivo fuerte. Que respalda nuestro resultado positivo con un Spearman de 0.6% que indica una correlación fuerte.

Se determina que existe una relación entre la gestión de inventarios y la capacidad de repuestas que se le puede dar a la demanda de los clientes y que una mejora de esta puede mejorar los niveles de satisfacción de los clientes y crecimiento de los clientes.

En la tabla 6 se nos plantea la correlación entre la gestión de inventario y la empatía. Parasuraman, Zeithaml y Berry citados en Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019) Definen a la empatía como aquella capacidad de comprender los requerimientos a través de la identificación y una atención personalizada. En el trabajo se obtuvo un resultado positivo de correlación de Pearson.

Según el trabajo de Huerta (2019) en el que obtienen una relación de sus variables del 99%, la dimensión de empatía tiene relación media con respecto a la gestión e inventario. Correspondiendo a nuestro trabajo con un Spearman de un 0.6% que indica una fuerte relación de variable con dimensión

Por lo tanto, se determina que existe esta correlación y que la gestión de inventario y la empatía se correlacionan mediante la mejora de la gestión permite ofrecer un mejor trato a los clientes por las facilidades que permite.

En la tabla 7 se busca la correlación de la gestión de inventarios y la seguridad, al revisar los resultados pudimos ver la existencia de relación. Parasuraman, Zeithaml y Berry citados en Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019) definen la seguridad como el conocimiento por parte de los clientes y la habilidad que se maneja para transmitirles confianza sobre las operaciones.

Según Céspedes y Torres (2021) concluyeron en su estudio que una mejor gestión de inventario permite mejorar los niveles de seguridad de los clientes para que realicen sus compras y reclamos con nosotros con una correlación positiva media alta con un promedio del 55.44% de estas. Nosotros obtuvimos un resultado de Spearman del 0.4% que determina una correlación alta.

Por lo tanto se concluye que la relación de la variable 1 con seguridad es real y que la mejora de una puede directamente mejorar la seguridad que tienen los clientes, que resulta en un factor importante para la experiencia y agrado del cliente.

En la tabla 8 se vincula la variable 1 con la dimensión de tangibilidad, para determinar su relación de estos. Parasuraman, Zeithaml y Berry citados en Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019) se interpreta que es la apariencia del local, el personal y los equipos que maneje el negocio.

Tesfaye et al. (2021) en su estudio correlacional de nuestras dos variables obtuvo un resultado medio del 52% de relación, donde se concluyó en que si existe relación de ambas variables. Por nuestra parte tuvimos un resultado del 0.8% de Spearman, que nos indica una relación alta.

Al existir relación se entiende que la mejora de la gestión de inventario permite mejorar la experiencia de tangibilidad de los clientes, principalmente por la reposición de mercaderías y el orden que puede generar este y así tener una mejor estadística en dicha dimensión.

VI. CONCLUSIONES

1. Con respecto al objetivo general se concluye que existe relación significativa entre las variables, gestión de inventarios y satisfacción del cliente, se determinó a través de los resultados reflejados en la Tabla 1, que se obtuvo un 0.7% según Spearman, que determina una fuerte correlación, que determina que la gestión de inventarios su manejo y orden, si afecta a la satisfacción del cliente y su experiencia obtenida.
2. Como resultado del nivel de la primera variable (gestión de inventarios), se identificó donde el 55,7% es de un nivel alto y el 31% en un nivel medio, se determina que existe un nivel bueno, pero se puede mejorar con otras técnicas y herramientas que se puede emplear.
3. Se identificó el 90% de los clientes encuestados indican un nivel alto de esta variable (satisfacción del cliente) que se interpreta como una buena gestión de los recursos y manejo de las tiendas, por parte de los dueños y encargados, para tener este nivel de satisfacción alto.
4. Se identificó como conclusión de la dimensión de confiabilidad relacionado con la gestión de inventarios, se obtuvo una relación significativa, que se ve en la Tabla 4, que indica una relación del 0.1% según el Rho de Spearman, que indica alta relación.
5. Se concluye con la dimensión de capacidad e respuesta hacia el cliente con la variable gestión de inventarios, que existe una correlación positiva entre ambas, el resultante de la ejecución del cuestionario nos da un 0.6% de Spearman que resulta en una correlación alta.
6. Como conclusión del objetivo específico de empatía con gestión de inventario tenemos que existe correlación positiva entre ambas, con un resultado del 0.6% de Spearman, que indica la aficción de esta variable a la dimensión de empatía.

7. La conclusión de la dimensión de seguridad con la gestión de inventarios es positiva, se identificó una correlación alta con un 0.4% según Spearman, que demuestra que la gestión de inventarios se llega a relacionar con la seguridad que se brinda al cliente.

8. Se identificó como conclusión la dimensión de tangibilidad relacionada con gestión de inventario nos dio un resultado positivo, con la aplicación de Spearman tuvimos un 0.8% que se determina en un resultado alto, por ello se determina que tiene una afección directa la gestión de inventario con la tangibilidad.

VII. RECOMENDACIONES

1. Esta recomendación va enfocada para los líderes de las tiendas de Motorepuestos, deben destinar a un colaborador encargado para realizar el ingreso de mercadería, debido a que es muy importante, de esta forma se logra tener respuestas rápidas y precisas lo que resulta que al momento de entrega la empresa lograra satisfacer al cliente de mejor manera.
2. Se recomienda a las tiendas de este rubro de Motorepuestos que para un buen manejo de inventario se considere la implementación de un sistema el cual va a permitir tener una mejor base de datos de la mercadería que se ingresa a tienda.
3. Se recomienda a las tiendas de Motorepuestos tener presente que es fundamental tener el stock registrado para no generar errores en las respuestas con el cliente, cumpliendo así con la solicitud de pedido correcto, motivando la satisfacción del cliente.
4. Se recomienda al encargado de la gestión en las tiendas de Motorepuestos examinar el plan de trabajo y funciones de estas áreas lo cual estimara una mejor gestión de inventario, así como el tiempo de entrega y la satisfacción del cliente.

REFERENCIAS

- Ahuja Sánchez, L., Yépez Ríos, N. B., & Pedroza Zapata, Á. R. (2020). La relación entre gestión de la calidad total (GCT) y gestión de la tecnología /I+D (GT/I+D) en empresas de manufactura en México. *Contaduría y Administración*, 65(1), 1-25.
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1698>
- Anton, E. y Vega, C. (2022). *Gestión de inventarios y su relación con la satisfacción del cliente en empresas de ventas de repuestos automotrices, Trujillo - 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/109765/Anton_DEH-Vega_OCA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Argumedo, K. y Pumahuare, A. (2022). *Diseño de un modelo de gestión de inventarios de materia prima aplicando la herramienta Plan For Every Part en una MYPE del sector textil*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667541/Argumedo_GK.pdf?sequence=3
- Arroyo, M. (2021). *Marco teórico para el diagnóstico y propuestas de mejora en la gestión de inventarios en una empresa comercializadora de productos de consumo masivo*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/21695/ARROYO_SALDA%C3%91A_MANUEL_ADRI%C3%81N_MARCO_TEORICO_DIAGNOSTICO.pdf?sequence=1
- Arteaga, R. y Reyes, W. (2021). *Aplicación de la teoría de colas para incrementar la satisfacción del cliente en el Banco de la Nación, Nuevo Chimbote, 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82602/Arteaga_MRP_Reyes_RWR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Balkhi, B., Alshahrani, A. & Khan, A. (2022). Just-in-time approach in healthcare inventory management: Does it really work? *Revista Científica Saudi Pharmaceutical Journal*. 30(12), 1830-1835
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1319016422002699?via%3Dihub>
- Bandar, et al. (2022). Just-in-time approach in healthcare inventory management: Does it really work?
<https://doaj.org/article/0ef7720d276f4f2ba3f723af492960ae>
- Barboza, G. y Poblete, O. (2022). *Satisfacción del cliente y gestión de abastecimiento del área de logística de una empresa consultora de servicios, del distrito de Bellavista, Callao 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103944/Barboza_LGA-Poblete_VOY%20-%20SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bath, V. (2021). Toyota Motor Corporation: Just in Time (JIT) Management Strategy or Beyond? *Journal of Case Research*. 12(1), 18–27.
<https://eds.s.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=813745e8-4092-4d92-91fe-c2601d1085aa%40redis&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=152915318&db=ent>
- Camacho, A., Ríos, J., Mojica, J. y Rojas, R. (2020). Importancia de la gestión de inventario en empresa de Manufactura. *Boletín de Innovación, Logística y Operaciones*. 2(2), 2711-3280.
<https://revistascientificas.cuc.edu.co/bilo/article/view/3472>
- Churata, E. (2022). *Gestión logística y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Arcargo internacional S.A., Lima, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Américas]
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2731/1.%20TESIS%20FINAL-%20EDWAR%20CHURATA->

CON%20LAS%20NORMAS%20APA%207%20ma%20edici%C3%B3n.pdf?
sequence=1&isAllowed=y

Coronel, C. (25/08/2022). Carta para el Director de Hospital General Universitario Armando Cardoso) Copia en poder de: Universidad de Ciencias Médicas. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/amc/v27/1025-0255-amc-27-e8775.pdf>

Cortez, R. y Saucedo, L. (2022). *Gestión de Inventarios para Reducir el Tiempo en la Atención al Público en el Grupo Bianchi Motors SAC*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/106353/Cortez_CRC-Saucedo_PL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Durand, M., Calles, F. y Zolano, M. (2022). Gestión y control de inventario en pequeñas y medianas empresas (pymes) como herramienta de información para la toma de decisiones en tiempos de crisis. *Revistas Unison. Universidad de Sonora. 15(37), 2007-8870.* <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIA/SF/article/download/468/539/2070>

Elizalde, L. (2018). Gestión de almacenes para el fortalecimiento de la administración de inventarios. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. 1696-8352.* <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/11/almacenes-inventarios.html>

Espinoza, J. y Ricaldi, J. (2022). *Gestión de inventario para incrementar la satisfacción del cliente interno de la empresa Savar Agentes de Aduana S.A. Ate 2022.* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/108659/Espinoza_LJR-Ricaldi_AJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Espinoza, K. y Palomino, J. (2022). *La gestión de inventarios en la empresa Market Plaza Lucy S.R.L. Huaraz - 2022.* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96914/Espinoza_MKE-Palomino_AJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Falcón, V. Pertile, V. y Ponce, B. (2019). La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales: Resultados diagnóstico para la intervención en el Barrio Paloma de la Paz (La Olla) - ciudad de Corrientes (2017-2018) *Memoria académica compartimos lo que sabemos*. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf

Florián, O., Torres, B., Diaz, D., Obando, S. y Sánchez, O. (2022). Gestión por procesos para la satisfacción del cliente en una empresa mype de servicios. *LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship*. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85150732074&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Satisfaccion+del+cliente&sid=af8cf46311f4109462baca4776ee908c&sot=b&sdt=b&sl=39&s=TITLE-ABS-KEY%28Satisfaccion+del+cliente%29&relpos=1&citeCnt=0&searchTerm=>

Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681. <https://www.scielo.cl/pdf/ingeniare/v27n4/0718-3305-ingeniare-27-04-668.pdf>

García, X y Sánchez, J. (2018). Evaluación del control interno a la gestión de inventarios de Imporellana S.A en Santo Domingo, periodo 2017. *Revistas ciencias sociales y económicas* 3(1), 38-57. <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/281/277>

Gebissa, D. (2023). The impact of information sharing and inventory management practices on firms' performance in supply chain practices. *Gadjah Mada International Journal of Business*. 25(2), 199-225.

<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=163479577&lang=es&site=ehost-live>

Hidayat, K., Idrus, M. (2023). The effect of relationship marketing towards switching barrier, customer satisfaction, and customer trust on bank customers. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
<https://link.springer.com/content/pdf/10.1186/s13731-023-00270-7.pdf>

Huerta, P. (2019). *Gestión de inventarios y satisfacción del cliente en la corporación educativa colegio héroes del pacífico, San Juan de Miraflores – 2019*. [Título de licencia, Universidad Autónoma del Perú].<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1770/Huerta%20Vargas%2c%20Patricia%20Del%20Pilar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jyoti, B. (2020). Service quality measures: how it impacts customer satisfaction and loyalty. Indian Institute of Management Shillong, Meghalaya, *India*. *International Journal of Management*, 11(3), 354-365.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3585157

Khan, A., Sohaib, S., Khurram, S & Ali, M. (2020). Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction in online shopping: A customer's perspective. *Journal of Applied Economics and Business Studies (JAEBS)*, 4(1), 53-76.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3635265

Krupasindhu, S., Azlinna, N. & Ali, M. (2018). Investigating the empirical relationship between service quality, trust, satisfaction, and intention of customers purchasing life insurance products. *Indian Journal o Marketing*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3121509

Loaiza, J., (2018). Del ciclo de vida del producto al ciclo de vida del cliente: Una aproximación hacia una construcción teórica del ciclo de vida del cliente. Universidad Católica Boliviana San Pablo. *Investigación & Negocios*
http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v11n18/v11n18_a10.pdf

- Lopes, I., Gómez, M., y Acevedo, J. (2012). Situación de la gestión de inventarios en Cuba. *Ingeniería Industrial*, 33(3), 317-330. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362012000300011&lng=es&tlng=es.
- López, E, Sifuentes, M, Rodríguez, R, Aguilar, S, Perea, G. (2021) Evaluación de la calidad del servicio en las clínicas de la Licenciatura en Estomatología de la BUAP: metodologías SERVPERF y Donabedian. *Entre ciencias: Diálogos en la Sociedad del Crecimiento*, 9(23), 1-20. <https://www.scielo.org.mx/pdf/edsc/v9n23/2007-8064-edsc-9-23-e2377710.pdf>
- Macías, R., León, A., Limón, C. (2018). Análisis de la cadena de suministro por clasificación ABC: el caso de una empresa mexicana Supply chain analysis by ABC classification: The case of a Mexican company. *Revista Academia y Negocios* 4(2). <https://www.redalyc.org/journal/5608/560859050001/560859050001.pdf>
- Malpartida, D., Granada, A. y Salas, H. (2021). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima - Perú), 2021. *Revista Científica de la UCSA* 9(3), 23-35. <http://scielo.iics.una.py/pdf/ucsa/v9n3/2409-8752-ucsa-9-03-23.pdf>
- Memari, A., Ahmad, R., Rahim, A. & Hassan, A. (2018). Optimizing a Just-In-Time logistics network problem under fuzzy supply and demand: two parameter-tuned metaheuristics algorithms. *Neural Computing & Applications*, 30(10), 3221–3233. https://www.researchgate.net/profile/Ashkan-Memari/publication/314127374_Optimizing_a_Just-In-Time_logistics_network_problem_under_fuzzy_supply_and_demand_two_parameter-tuned_metaheuristics_algorithms/links/5aeab1740f7e9b837d3c42ae/Optimizing-a-Just-In-Time-logistics-network-problem-under-fuzzy-supply-and-demand-two-parameter-tuned-metaheuristics-algorithms.pdf

- Mondragon, K. (2018). *Gestión de inventario para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa Aquabright profesional SAC. en el año 2019.* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22564/MONDRAGON_LK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Munyaka, J. & Yadavalli, V. (2022). Inventory management concepts and implementations: A systematic review. *The South African Journal of Industrial Engineering*, 32(2), 15-36. <http://www.scielo.org.za/pdf/sajie/v33n2/03.pdf>
- Novosel, L. (2023). Understanding the Evidence: Non-Experimental Research Designs. *Urlogic Nursing*, 43(2),99-102 <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=163254753&lang=es&site=eds-live>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., Romero, H. (2018). Metodología de la investigación. *5ta Edición, Ediciones de la U.* http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Olivares, J. y Villanueva, J. (2022). *Gestión de inventario de la empresa “Zapatería Pelusita” del periodo 2015 – 2019, Chimbote.* [Tesis para título de contador, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/90017/Olivares_GJA-Villanueva_VJW-SD.pdf?sequence=1
- Panduro, M. (2021). *Propuesta de la clasificación ABC y lote económico para la gestión de inventarios en el almacén de un laboratorio clínico, Lima 2021.* [Tesis para título de ingeniero, Universidad Norbert Wiener] https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/4924/T061_44730564_T.pdf?sequence=1
- Paredes, A., Jaramillo, K., y Jaramillo, J. (2021). Simulación de una política de inventario basada en la metodología Demand Driven MRP desde un enfoque

de redes de Petri. *Revista Ingeniería*, 27(1).
<https://www.redalyc.org/journal/4988/498872408002/498872408002.pdf>

Ramos, E., Mogollon, F., Santur, L. y Cherre, L. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000200417&script=sci_arttext&tIng=

Ranjeeni, K., Truong, C. & Kober, R. (2023). Managerial Ability and Just-in-Time Inventory Management. *Producto y Servicio*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4325002

Rojas, Y. (2021). *Sistema de gestión logística para la satisfacción de los clientes de la Ferretería El Tambo EIRL*. [Tesis para bachiller, Universidad Continental].
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7174/3/IV_FIN_108_TI_Rojas_Mayta_2019.pdf

Ruan, Y. & Mezei, J. (2022). When do AI chatbots lead to higher customer satisfaction than human frontline employees in online shopping assistance? Considering product attribute type. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698922001527?via%3Dihub>

Sanchez, F. (2018). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 13(1), 102-122.
<http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v13n1/a08v13n1.pdf>

Céspedes, V. y Torres, B. (2021). Standardization of operational processes and customer satisfaction of a company in the jewelry sector. *LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship*. 21-23.
<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85122008918&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Satisfaccion+del+cliente&nlo=&nlr=&nls=&sid=e8c01c2f97240>

f48b6183a8d55c53df5&sot=b&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c%222023%22
%2c%2c%222022%22%2c%2c%222021%22%2c%2c%222020%22%2c
%2c%222019%22%2c%2c%222018%22%2c&sl=39&s=TITLE-ABS-
KEY%28Satisfaccion+del+cliente%29&relpos=10&citeCnt=0&searchTerm=

Tarurhor, E. & Osazevbaru, H. (2021). Inventory management and customers` satisfaction in the public health sector in delta state, Nigeria: Marketing analysis. *Innovative Marketing*. *Innovative Marketing*, 17(2), 69-78. <https://www.scopus.com/record/display.uri?origin=recordpage&eid=2-s2.0-85106479701&citeCnt=0&noHighlight=false&sort=plf-f&src=s&st1=inventory+management+and+customer+satisfaction&nlo=&nlr=&nls=&sid=52583e1595dd4a813c353692e0a32d80&sot=q&sdt=b&sl=66&s=TITLE-ABS-KEY-AUTH%28inventory+management+and+customer+satisfaction%29&relpos=55>

Teixeira, D. (2020). *Gestión de inventarios en el servicio de tiendas tienda”: una revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años*. [Tesis de bachiller, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25717>

Tesfaye, N., Renu, R., Sandeep, K., Sanjay, K. & Yimer, A. (2021) The role of the effective inventory management system in customer satisfaction; The Ethiopian Electricity Utility Case Study, North-Eastern Region Store Dessie. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsair&AN=edsair.doi.....dbd1b41f4ddc0e32de6a0c37d6c7ce76&site=eds-live>

Tolentino, S. (2019). *Gestión de la cadena de suministro y satisfacción del cliente de la empresa Inversiones Rímac S.R.L., 2019”*. [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo] [.https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37416/tolentino_rs.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37416/tolentino_rs.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Zárraga, L, et al. (2019). La satisfacción de la cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un

estudio empírico de la industria restaurantera. Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 7(18), 46-65.
<https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/html/>

ANEXOS

ANEXO 1. CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DEL VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023

Investigador (a) (es): Campos Carbajal, Johana Eliane y Rojas Vega, José Antonio

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "**Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023**", cuyo objetivo es determinar si existe relación entre la gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Nuevo Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se realizará la investigación con información científica, la cual va a permitir realizar un análisis en el sector, el cual será nuestro objetivo para mejorar la **Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023**.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "**Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023**".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 8 minutos y se realizará en las tiendas de motorepuestos del sector de Nuevo Chimbote. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) [Campos Carbajal, Johana Eliane y Rojas Vega, José Antonio] email irojasve2@ucvvirtual.edu.pe, Jcamposcar@ucvvirtual.edu.pe, y Docente asesor [Canchari Preciado, Miguel Ángel] email Mcancharip@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora:

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

** Obligatorio a partir de los 18 años*

ANEXO 2. AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN
LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos:	DNI:

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal “c” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación:	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:

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

Lugar y Fecha:

Firma y sello: _____

(Titular o Representante legal de la Institución)

() Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal “c” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.*

ANEXO 3. Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: **Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023**

Autor/es: **Campos Carbajal Johana Eliane y Rojas Vega José Antonio**

Escuela profesional: Administración

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Nuevo Chimbote, Perú

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
I. Criterios metodológicos				
1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación.	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
2. Establece claramente la población/participantes de la investigación.	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/ participantes no están claramente establecidos	-----
II. Criterios éticos				
1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación.	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución en el formato establecido.	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito / La persona firmante no es apoderado / titular o gerente general de la empresa.	No es necesario
3. Ha incluido el anexo correspondiente al consentimiento o asentamiento informado.	Ha incluido el anexo	----	No ha incluido el anexo	-----

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Presidente

Dr. Miguel Bardales Cárdenas
Vicepresidente

Dr. José Germán Linares Cazola
Vocal 1

Mgtr. Diana Lucila Huamani Cajaleon
Vocal 2

ANEXO 4. Informe de revisión de proyectos de Investigación de la E PAdministración

DICTAMEN DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DEL VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela Profesional de Administración, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “**Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos de Nuevo Chimbote, 2023**”, presentado por los autores **Campos Carbajal Johana Eliane y Rojas Vega José Antonio**, ha sido evaluado, determinando que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable¹ (X) observado () desfavorable ().

....., de de 2023

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Escuela Profesional de Administración

C/c

• Sr. **Campos Carbajal Johana Eliane y Rojas Vega José Antonio** , investigador(es) principal(es).

¹ *El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto.*

ANEXO 5. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Gestión de inventario	Según Arroyo, M. (2021) la gestión de inventarios es clave para que la empresa logre un impacto competitivo frente a la competencia, pues la reducción flujo de efectivo es uno de los que reflejan que su exceso de inventario está generando una disminución en la rentabilidad, como también no contar con un buen stock genera desconfianza en los clientes.	La gestión de inventarios se mide a través de las siguientes dimensiones: relaciones sólidas con proveedores, eliminación de desperdicio e inventario de respuestas para los procesos. La investigación se realizará con un cuestionario como instrumento.	D1: Relación sólida de proveedores D2: Eliminación de desperdicios D3: Inventario de respuesta para los procesos	*Vendedores y proveedores *Inventario obsoleto y stock muerto *Abastecimiento del local	Ordinal
Satisfacción del cliente	Tarodo (2015) y Sebai (2021) citados en el trabajo de Malpartida, D, et al. (2022) nos dicen que la satisfacción es una evaluación que realizan inconscientemente los clientes que reciben el servicio y se basa en sus resultados y necesidades, además se nos dice que se caracteriza por su subjetividad y ser modificable en el tiempo.	La satisfacción del cliente se mide a través de las siguientes dimensiones: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta para los clientes, seguridad y empatía. La investigación se realizará con un cuestionario como instrumento.	D1: Tangibilidad D2: Confiabilidad D3: Capacidad de respuesta D4: Seguridad D5: Empatía	*Tangibilidad *Confiabilidad *Capacidad de respuesta *Seguridad *Empatía	Ordinal

ANEXO 6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

ESCALA DE VALORACIÓN	1	2	3	4	5
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Nº	Variable GESTION DE INVENTARIO	1	2	3	4	5
	Dimensión: RELACION SOLIDA DE PROVEEDORES					
1	¿Consideras que las tiendas realizan pedidos con entregas rápidas?					
2	¿Consideras que las tiendas ofrecen beneficios por productos recién llegados?					
3	¿Consideras que las promociones de las tiendas son iguales?					
4	¿Consideras que los trabajadores son capacitados en ciertos productos?					
5	¿Consideras que las tiendas son transparentes con los productos que vende?					
	Dimensión: ELIMINACIÓN DE DESPERDICIOS					
6	¿Consideras que las tiendas tienen mercadería antigua o sin valor comercial					
7	¿Considera que las tiendas conocen su stock real?					
8	¿Considera que las tiendas conocen que productos están dañados de su stock?					
9	¿Consideras que cuando un producto está dañado de fabrica el cambio es atendida a tiempo?					
	Dimensión: INVENTARIO DE RESPUESTAS PARA LOS PROCESOS					
10	¿Consideras que las tiendas tienen la misma cantidad de stock siempre?					
11	¿Consideras que las tiendas atienden los pedidos de repuestos con facilidad?					
12	¿Considera que las tiendas tienen un sistema de registro?					
13	¿Considera que las tiendas mantienen su stock?					

Nº	Variable SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	1	2	3	4	5
	Dimensión: TANGIBILIDAD					
1	Los productos tienen la apariencia de ser modernos					
2	Las instalaciones físicas de la tienda son visualmente atractivas					
3	Los empleados de la tienda tienen apariencia de una buena imagen					
4	La apariencia de las instalaciones de la tienda está acorde con el tipo de producto ofrecido					
	Dimensión: CONFIABILIDAD					
5	Cuando en la tienda prometen hacer algo en cierto tiempo, lo cumplen					
6	Cuando usted tiene un problema en la tienda muestran un sincero interés en solucionarlo					
7	La tienda es confiable					
8	La tienda provee el servicio a tiempo y/o oportuno					
	Dimensión: CAPACIDAD DE RESPUESTA HACIA EL CLIENTE					
9	Los empleados de la tienda informan la caducidad de cada producto o servicio.					
10	Los empleados de la tienda le atienden con rapidez					
11	Los empleados de la tienda siempre se muestran dispuestos a ayudarle					
12	Los empleados de la tienda suelen estar desocupados para atender sus preguntas					
	Dimensión: SEGURIDAD					
13	El comportamiento de los empleados de la tienda le transmite confianza					
14	Usted se siente seguro en sus transacciones con los empleados de la tienda					
15	Los empleados de la tienda son siempre amables con usted					
16	Los empleados reciben el adecuado apoyo para realizar bien su trabajo					
	Dimensión: EMPATIA					
17	Los empleados de la tienda le dan una atención personalizada					
18	Los empleados de la tienda comprenden sus necesidades					
19	En tienda se preocupan por mejorar sus servicios					

20	En tienda los horarios de trabajo son convenientes para todos sus clientes				
----	--	--	--	--	--

ANEXO 7. Ficha técnica de los instrumentos de recolección de datos

Ficha técnica de la variable gestión de inventario

Nombre:	Cuestionario sobre gestión de inventario
----------------	--

Autores:	Campos Carbajal Johana Eliane Rojas Vega José Antonio
Año:	2023
Lugar:	Sector Motorepuestos de Nuevo Chimbote
Objetivo:	Recoger datos sobre la Gestión de inventario
Niveles:	Bajo: 20-47; Medio: 48-73; Alto: 74-100
Muestra:	384 cliente
Confiabilidad:	0,704 de alfa de Cronbach.
Escala de medición:	Likert, ordinal.
Cantidad de ítems:	13 ítems
Tiempo:	10 minutos aproximadamente.

Ficha técnica de la variable satisfacción del cliente

Nombre: Cuestionario sobre satisfacción del cliente

Autor: Campos Carbajal Johana Eliane
Rojas Vega José Antonio

Año: 2023

Lugar: Sector Motorepuestos de Nuevo Chimbote

Objetivo: Recoger datos sobre satisfacción del cliente

Niveles: Bajo: 13-30; Medio: 31-48; Alto: 49-65

Muestra: 384 clientes

Confiabilidad: 0,960 de alfa de Cronbach.

Escala de medición: Likert, ordinal.

Cantidad de ítems: 20 ítems

Tiempo: 12 minutos aproximadamente.

ANEXO 8. CONFIABILIDAD

Prueba de Confiabilidad del Instrumento - Coeficiente Alfa de Cronbach -

I. Datos informativos:

- 1.1. Instrumento : Cuestionario sobre Gestión de Inventario
1.2. Número de ítems : 13
1.3. Unidades muestrales : 10

II. Prueba estadística de confiabilidad:

Coeficiente Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

- α : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario
 K : Número de ítems del instrumento
 S_i^2 : Sumatoria de las varianzas de los ítems.
 $\sum S_i^2$: Varianza total del instrumento

III. Coeficiente de confiabilidad:

Alfa de Cronbach	N de elementos
,704	13

IV. Interpretación

La prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach del Cuestionario sobre desempeño directivo obtuvo un coeficiente de 0,704 indicando que existe una confiabilidad aceptable en el instrumento.

V. Prueba piloto

CÁLCULO DE LA CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO MEDIANTE MÉTODO DE ALFA DE CROMBACH

Sujetos	ÍTEMS													Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	4	4	3	4	2	5	5	5	5	5	5	3	2	52
2	5	4	1	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4	52
3	4	3	4	2	3	2	4	4	4	3	4	4	2	43
4	4	4	4	1	2	4	3	2	4	3	2	1	4	38
5	4	4	4	2	3	2	3	3	4	2	4	2	3	40
6	4	2	5	4	2	3	4	2	4	3	4	2	1	40
7	5	3	3	3	5	2	4	2	3	4	4	2	3	43
8	4	4	4	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	42
9	4	4	1	3	2	1	1	2	3	2	4	2	2	31
10	5	2	4	4	5	4	2	3	3	4	4	3	4	47
ESTADÍSTICOS														
Varianza	0.2	0.7	1.8	1.4	1.3	2.0	1.5	1.1	0.5	0.9	0.6	0.9	1.1	
VARIABLE														

K	13	Nº de ítems
ΣVi	14.2	Sumatoria de las varianzas por ítem
Vt	40.62222222	Varianza del puntaje de los totales

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

$$\alpha = \frac{13}{12} \left[1 - \frac{14.2}{40.6} \right]$$

$$\alpha = 1.083333333 \left[1 - 0.35011 \right]$$

$$\alpha = 1.083333333 \left[0.649890591 \right]$$

$\alpha =$	0.70404814
------------	------------

CONFIABILIDAD

Prueba de Confiabilidad del Instrumento

- Coeficiente Alfa de Cronbach -

I. Datos informativos:

- 1.1. Instrumento : Cuestionario sobre Satisfacción del cliente
1.2. Número de ítems : 20
1.3. Unidades muestrales : 10

II. Prueba estadística de confiabilidad:

Coeficiente Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

- α : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario
 K : Número de ítems del instrumento
 S_i^2 : Sumatoria de las varianzas de los ítems.
 $\sum S_i^2$: Varianza total del instrumento

III. Coeficiente de confiabilidad:

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,960	20

IV. Interpretación

La prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach del Cuestionario sobre satisfacción del cliente obtuvo un coeficiente de 0,960 indicando que existe una **confiabilidad muy alta** en el instrumento.

V. Prueba piloto

CÁLCULO DE LA CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO MEDIANTE MÉTODO DE ALFA DE CROMBACH

		ÍTEMS																				
Sujetos		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Total
1		5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5	86
2		3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	4	2	3	4	5	5	5	5	4	5	79
3		3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	5	4	61
4		4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	92
5		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
6		5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	81
7		5	5	5	3	2	4	3	5	5	1	1	5	5	5	5	1	4	3	5	1	73
8		5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	2	81
9		5	4	3	4	4	4	4	5	3	5	4	2	3	3	4	2	4	2	4	2	71
10		4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	5	1	2	4	5	4	73
		ESTADÍSTICOS																				
Varianza		1.8	1.1	1.2	1.5	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	2.0	2.3	1.8	1.6	2.3	1.6	2.7	1.6	1.8	1.8	2.6	
VARIABLE																						

K	20	N° de ítems
ΣVi	35.4	Sumatoria de las varianzas por ítem
Vt	403.7888889	Varianza del puntaje de los totales

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

$$\alpha = \frac{20}{19} \left[1 - \frac{35.4}{403.8} \right]$$

$$\alpha = 1.052631579 \left[1 - 0.08775 \right]$$

$$\alpha = 1.052631579 \left[0.912247874 \right]$$

$$\alpha = 0.96026092$$

ANEXO 10. Evaluación por juicio de expertos



Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Moto repuestos de Nuevo Chimbote, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	<i>Xandor Luis Anicaya Cordero</i>	
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

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

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Campos Carbajal, Johana Eliane y Rojas Vega, José Antonio Ramos et al.
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Personal
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Tiendas de Moto repuestos, Nuevo Chimbote
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 3 indicadores y 13 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables en las tiendas de moto repuestos en el sector de Nuevo Chimbote. - La segunda variable contiene 5 dimensiones, de 5 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables en las tiendas de moto repuestos en el sector de Nuevo Chimbote.

4. Soporte teórico

- Variable 1: Gestión de inventario

Según Arroyo (2021) la gestión de inventarios es clave para que la empresa logre un impacto competitivo frente a la competencia, pues la reducción flujo de efectivo es uno de los que reflejan



que su exceso de inventario está generando una disminución en la rentabilidad, como también no contar con un buen stock genera desconfianza en los clientes

• **Variable 2: Satisfacción del cliente**

Tarodo (2015) y Sebai (2021) citados en el trabajo de Malpartida et al. (2022) nos dicen que la satisfacción es una evaluación que realizan inconscientemente los clientes que reciben el servicio y se basa los resultados en sus expectativas y necesidades, además se nos dice que se caracteriza por su subjetividad y ser modificable en el tiempo.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos en tiendas en el sector de Nuevo Chimbote, 2023 elaborado por Campos Carbajal, Johana Eliane y Rojas Vega, José Antonio en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Variable	Dimensiones	Definición
Gestión de inventario	Relación sólida de proveedores	Pérez et al. (2022) Nos dice que este sistema nos permite tener simultaneidad entre las operaciones del comprador y del vendedor, beneficiando la reducción del inventario al mínimo y teniendo al proveedor de respaldo para solicitudes de último momento.
	Eliminación de desperdicios	Barlow (2002) citado por Ranjeeni, et al. (2023) nos menciona que el método JIT permite tener un control riguroso de los almacenes y el área de logística en sintonía, para poder tener reducción de productos por desperdicio o deterioro de estos, y evitar pérdidas por mermado. Inventario de respuesta para los procesos.
	Inventario de respuestas para los procesos	Balkhi et al. (2022) El sistema just in time tiene como forma primordial, no descuidar los inventarios, se dice que detrás de cada solicitud y análisis para pedidos, debe haber un seguimiento y un análisis de indicadores sobre demanda con ayuda de un software pesado que ayude a las solicitudes.
Satisfacción de clientes	Tangibilidad	Lopez, et al. (2021) Consideran el soporte físico y el reflejo de la apariencia del personal colaborador, la percepción de la buena o mala imagen que refleja el servicio, de igual forma la comunicación en los procesos.
	Confiabilidad	Khan, et al. (2020) define la confiabilidad como la capacidad de realizar un compromiso de servicio con el cliente, que éste acepte y perciba de manera fiable que dicho compromiso se va a realizar.
	Capacidad de respuesta	Krupasindhu, et al. (2018) nos explica la significancia de la capacidad de respuesta, que está representada por el personal para reaccionar a tiempo de manera que sea percibido como positivo y la oportunidad de realizar dichas actividades.
	Seguridad	Ramos, et al. (2019) Nos dice que la seguridad es el reconocimiento tras recibir el servicio, la cortesía percibida por parte de los empleados esta dimensión es una percepción del consumidor sobre la actitud que demuestra el personal.
	Empatía	Jyoti (2020) Nos dice que la empatía en los clientes es esa atención sincera y cariñosa por la cual se transmiten emociones de confianza y tranquilidad, además nos afirma que tiene un efecto positivo en la calidad del servicio.



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

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

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



Variable del instrumento: Gestión de inventario

- Primera dimensión: RELACION SOLIDA DE ROVEEDORES

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
VENEDORES Y PROVEEDORES	1	4	4	4	
	2	3	3	3	
	3	4	4	4	
	4	4	4	4	
	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: ELIMINACION DE DESPERDICIOS

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
INVENTARIO OBSOLETO Y STOCK MUERTO	6	4	4	4	
	7	4	4	4	
	8	4	4	4	
	9	4	4	4	

- Tercera dimensión: INVENTARIO DE RESPUESTAS PARA LOS PROCESOS

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
ABASTECIMIENTO DEL LOCAL	10	4	4	4	
	11	4	4	4	
	12	4	4	4	
	13	4	4	4	

Variable del instrumento: Satisfacción del cliente

- Primera dimensión: TANGIBILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
TANGIBILIDAD	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
	3	4	4	4	
	4	4	4	4	





• Segunda dimensión: CONFIABILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
CONFIABILIDAD	5	4	4	4	
	6	4	4	4	
	7	3	3	3	Mejorar ítem: Hoy Específico
	8	4	4	4	

• Tercera dimensión: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
CAPACIDAD DE RESPUESTA	9	4	4	4	
	10	4	4	4	
	11	4	4	4	
	12	4	4	4	

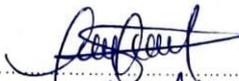
• Cuarta dimensión: SEGURIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
SEGURIDAD	13	4	4	4	
	14	4	4	4	
	15	4	4	4	
	16	3	3	3	

• Quinta dimensión: EMPATIA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
EMPATIA	17	4	4	4	
	18	4	4	4	
	19	4	4	4	
	20	2	3	3	




R. Xander Luis Adriano Contreras

DNI N° 40166110

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Moto repuestos de Nuevo Chimbote, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Juan Francisco Salazar Llanos	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

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

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Campos Carbajal, Johana Eliane y Rojas Vega, José Antonio
	Ramos et al.
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Personal
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Tiendas de Moto repuestos, Nuevo Chimbote
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 3 indicadores y 13 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables en las tiendas de moto repuestos en el sector de Nuevo Chimbote. - La segunda variable contiene 5 dimensiones, de 5 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables en las tiendas de moto repuestos en el sector de Nuevo Chimbote.

4. Soporte teórico

• **Variable 1: Gestión de inventario**

Según Arroyo (2021) la gestión de inventarios es clave para que la empresa logre un impacto competitivo frente a la competencia, pues la reducción flujo de efectivo es uno de los que reflejan





que su exceso de inventario está generando una disminución en la rentabilidad, como también no contar con un buen stock genera desconfianza en los clientes

• **Variable 2: Satisfacción del cliente**

Tarodo (2015) y Sebai (2021) citados en el trabajo de Malpartida et al. (2022) nos dicen que la satisfacción es una evaluación que realizan inconscientemente los clientes que reciben el servicio y se basa los resultados en sus expectativas y necesidades, además se nos dice que se caracteriza por su subjetividad y ser modificable en el tiempo.

Conf. de pape w se este nivel expect

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos en tiendas en el sector de Nuevo Chimbote, 2023" elaborado por Campos Carbajal, Johana Eliane y Rojas Vega, José Antonio en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los items según corresponda.



Variable	Dimensiones	Definición
Gestión de inventario	Relación sólida de proveedores	Pérez et al. (2022) Nos dice que este sistema nos permite tener simultaneidad entre las operaciones del comprador y del vendedor, beneficiando la reducción del inventario al mínimo y teniendo al proveedor de respaldo para solicitudes de último momento.
	Eliminación desperdicios	Barlow (2002) citado por Ranjeeni, et al. (2023) nos menciona que el método JIT permite tener un control riguroso de los almacenes y el área de logística en sintonía, para poder tener reducción de productos por desperdicio o deterioro de estos, y evitar pérdidas por mermado. Inventario de respuesta para los procesos.
	Inventario de respuestas para los procesos	Balkhl et al. (2022) El sistema just in time tiene como forma primordial, no descuidar los inventarios, se dice que detrás de cada solicitud y análisis para pedidos, debe haber un seguimiento y un análisis de indicadores sobre demanda con ayuda de un software pesado que ayude a las solicitudes.
Satisfacción de clientes	Tangibilidad	Lopez, et al. (2021) Consideran el soporte físico y el reflejo de la apariencia del personal colaborador, la percepción de la buena o mala imagen que refleja el servicio, de igual forma la comunicación en los procesos.
	Confiabilidad	Khan, et al. (2020) define la confiabilidad como la capacidad de realizar un compromiso de servicio con el cliente, que éste acepte y perciba de manera fiable que dicho compromiso se va a realizar.
	Capacidad de respuesta	Krupasindhu, et al. (2018) nos explica la significancia de la capacidad de respuesta, que está representada por el personal para reaccionar a tiempo de manera que sea percibido como positivo y la oportunidad de realizar dichas actividades.
	Seguridad	Ramos, et al. (2019) Nos dice que la seguridad es el reconocimiento tras recibir el servicio, la cortesía percibida por parte de los empleados esta dimensión es una percepción del consumidor sobre la actitud que demuestra el personal.
	Empatía	Jyoti (2020) Nos dice que la empatía en los clientes es esa atención sincera y cariñosa por la cual se transmiten emociones de confianza y tranquilidad, además nos afirma que tiene un efecto positivo en la calidad del servicio.

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

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

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

Variable del instrumento: Gestión de inventario

• Primera dimensión: RELACION SOLIDA DE ROVEDORES

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
VENEDORES Y PROVEEDORES	1	2	4	4	
	2	4	4	4	
	3	4	4	4	
	4	4	4	4	
	5	4	4	4	

• Segunda dimensión: ELIMINACION DE DESPERDICIOS

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
INVENTARIO OBSOLETO Y STOCK MUERTO	6	4	4	4	
	7	4	4	4	
	8	4	4	4	
	9	4	4	4	

• Tercera dimensión: INVENTARIO DE RESPUESTAS PARA LOS PROCESOS

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
ABASTECIMIENTO DEL LOCAL	10	4	4	4	
	11	4	4	4	
	12	4	4	4	
	13	4	4	4	

Variable del instrumento: Satisfacción del cliente

• Primera dimensión: TANGIBILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
TANGIBILIDAD	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
	3	4	4	4	
	4	4	4	4	



CIUDAD CÉSAR VALLEJO

• Segunda dimensión: CONFIABILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
CONFIABILIDAD	5	4	4	4	
	6	4	4	4	
	7	4	4	4	
	8	4	4	4	

• Tercera dimensión: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
CAPACIDAD DE RESPUESTA	9	4	4	4	
	10	4	4	4	
	11	4	4	4	
	12	4	4	4	

• Cuarta dimensión: SEGURIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
SEGURIDAD	13	4	4	4	
	14	4	4	4	
	15	4	4	4	
	16	4	4	4	

• Quinta dimensión: EMPATIA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
EMPATIA	17	4	4	4	
	18	4	4	4	
	19	4	4	4	
	20	4	4	4	



Apallego
Dr. Juan Fernando Solís Llano

DNI N° 49137812

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Moto repuestos de Nuevo Chimbote, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	MILLOCC ANGELO CAUCHANI PREGADO		
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

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

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Campos Carbajal, Johana Eliane y Rojas Vega, José Antonio Ramos et al.
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Personal
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Tiendas de Moto repuestos, Nuevo Chimbote
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 3 indicadores y 13 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables en las tiendas de moto repuestos en el sector de Nuevo Chimbote. - La segunda variable contiene 5 dimensiones, de 5 indicadores y 20 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables en las tiendas de moto repuestos en el sector de Nuevo Chimbote.

4. Soporte teórico

- **Variable 1: Gestión de inventario**

Según Arroyo (2021) la gestión de inventarios es clave para que la empresa logre un impacto competitivo frente a la competencia, pues la reducción flujo de efectivo es uno de los que reflejan

que su exceso de inventario está generando una disminución en la rentabilidad, como también no contar con un buen stock genera desconfianza en los clientes

• **Variable 2: Satisfacción del cliente**

Tarodo (2015) y Sebai (2021) citados en el trabajo de Malpartida et al. (2022) nos dicen que la satisfacción es una evaluación que realizan inconscientemente los clientes que reciben el servicio y se basa los resultados en sus expectativas y necesidades, además se nos dice que se caracteriza por su subjetividad y ser modificable en el tiempo.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Gestión de inventario y satisfacción del cliente en tiendas de Motorepuestos en tiendas en el sector de Nuevo Chimbote, 2023" elaborado por Campos Carbajal, Johana Eliane y Rojas Vega, José Antonio en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Variable	Dimensiones	Definición
Gestión de inventario	Relación sólida de proveedores	Pérez et al. (2022) Nos dice que este sistema nos permite tener simultaneidad entre las operaciones del comprador y del vendedor, beneficiando la reducción del inventario al mínimo y teniendo al proveedor de respaldo para solicitudes de último momento.
	Eliminación de desperdicios	Barlow (2002) citado por Ranjeeni, et al. (2023) nos menciona que el método JIT permite tener un control riguroso de los almacenes y el área de logística en sintonía, para poder tener reducción de productos por desperdicio o deterioro de estos, y evitar pérdidas por mermado. Inventario de respuesta para los procesos.
	Inventario de respuestas para los procesos	Balkhl et al. (2022) El sistema just in time tiene como forma primordial, no descuidar los inventarios, se dice que detrás de cada solicitud y análisis para pedidos, debe haber un seguimiento y un análisis de indicadores sobre demanda con ayuda de un software pesado que ayude a las solicitudes.
Satisfacción de clientes	Tangibilidad	Lopez, et al. (2021) Consideran el soporte físico y el reflejo de la apariencia del personal colaborador, la percepción de la buena o mala imagen que refleja el servicio, de igual forma la comunicación en los procesos.
	Confiabilidad	Khan, et al. (2020) define la confiabilidad como la capacidad de realizar un compromiso de servicio con el cliente, que éste acepte y perciba de manera fiable que dicho compromiso se va a realizar.
	Capacidad de respuesta	Krupasindhu, et al. (2018) nos explica la significancia de la capacidad de respuesta, que está representada por el personal para reaccionar a tiempo de manera que sea percibido como positivo y la oportunidad de realizar dichas actividades.
	Seguridad	Ramos, et al. (2019) Nos dice que la seguridad es el reconocimiento tras recibir el servicio, la cortesía percibida por parte de los empleados esta dimensión es una percepción del consumidor sobre la actitud que demuestra el personal.
	Empatía	Jyoti (2020) Nos dice que la empatía en los clientes es esa atención sincera y cariñosa por la cual se transmiten emociones de confianza y tranquilidad, además nos afirma que tiene un efecto positivo en la calidad del servicio.



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

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

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

Variable del instrumento: Gestión de inventario

- Primera dimensión: RELACION SOLIDA DE ROVEEDORES

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
VENEDORES Y PROVEEDORES	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
	3	4	4	4	
	4	4	4	4	
	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: ELIMINACION DE DESPERDICIOS

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
INVENTARIO OBSOLETO Y STOCK MUERTO	6	3	4	4	
	7	4	4	4	
	8	4	4	4	
	9	4	4	4	

- Tercera dimensión: INVENTARIO DE RESPUESTAS PARA LOS PROCESOS

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
ABASTECIMIENTO DEL LOCAL	10	4	4	4	
	11	4	4	4	
	12	4	4	4	
	13	4	4	4	

Variable del instrumento: Satisfacción del cliente

- Primera dimensión: TANGIBILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
TANGIBILIDAD	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
	3	4	4	4	
	4	4	4	4	





• Segunda dimensión: CONFIABILIDAD

Indicadores	Ítem	Clari da	Coh ere	Rel eva	Observaciones
CONFIABILID AD	5	4	4	4	
	6	4	4	4	
	7	4	4	4	
	8	4	4	4	

• Tercera dimensión: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Indicadores	Ítem	Clari da	Coh ere	Rel eva	Observaciones
CAPACIDAD DE RESPUESTA	9	4	4	4	
	10	4	4	4	
	11	4	4	4	
	12	4	4	4	

• Cuarta dimensión: SEGURIDAD

Indicadores	Ítem	Clari da	Coh ere	Rel eva	Observaciones
SEGURIDAD	13	4	4	4	
	14	4	4	4	
	15	4	4	4	
	16	4	4	4	

• Quinta dimensión: EMPATIA

Indicadores	Ítem	Clari da	Coh ere	Rel eva	Observaciones
EMPATIA	17	4	4	4	
	18	4	4	4	
	19	4	4	4	
	20	4	4	4	




Mg. Constanza Pinedo Aljara

DNI N° 46105455

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

ANEXO 11. Cálculo del tamaño de la muestra

Formula de población infinita

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

$$z = 1.96$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

$$e = 0,05$$

= 384 clientes de las tiendas.

ANEXO 12. BASE DE DATOS

VARIABLE	v1												
DIMENSIONES	VENDEDORES Y PROVEEDORES					INVENTARIO OBSOLETO Y STOCK MUERTO				ABASTECIMIENTO DEL LOCAL			
N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13
1	4	4	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	2
2	5	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	2	3	2	4	4	4	3	4	4	2
4	4	4	4	1	2	4	3	2	4	3	2	4	4
5	4	4	4	2	3	3	3	3	4	2	4	2	3
6	4	1	5	4	2	3	4	2	4	3	3	1	4
7	5	3	3	3	5	2	4	2	3	3	4	2	3
8	4	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	3	3
9	4	4	4	3	2	4	1	2	3	2	4	2	2
10	5	2	4	4	4	4	2	1	3	2	2	3	4
11	4	5	3	2	5	3	2	3	4	3	3	2	3
12	4	4	3	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3
13	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	3	4	5	4	2	5	5	3	3	3	3	4
15	5	3	3	2	1	2	4	1	4	5	1	2	3
16	5	5	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
17	5	3	5	3	5	1	1	1	5	1	5	1	5
18	3	5	5	3	3	1	5	5	1	1	5	5	1
19	5	3	3	3	5	2	5	5	5	3	5	5	5
20	5	5	3	1	5	1	5	1	5	1	1	5	5
21	5	5	3	3	3	1	5	5	3	3	3	5	5
22	5	5	5	3	3	2	5	5	3	1	1	3	5
23	5	5	5	3	5	3	5	5	3	4	5	5	5
24	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
25	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
27	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	5	5
28	4	4	5	3	5	3	4	3	2	3	2	1	3
29	5	4	4	3	4	2	4	1	4	3	3	4	3
30	5	1	3	2	5	3	5	1	3	2	1	2	5
31	4	5	3	5	3	4	5	5	3	4	5	3	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	3	2	4	3	2	4	5	2	2	5	3	4	3
34	4	2	2	3	2	4	4	4	2	2	4	2	3
35	4	2	2	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3
36	4	3	3	3	3	2	4	4	3	2	4	2	4
37	5	5	4	5	5	3	4	5	4	3	4	5	4
38	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	3	4	3	4	3	3	2	4	2	2	3	4	3
41	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	4	5	4
42	5	4	2	4	5	2	5	5	5	4	4	5	5

43	5	5	2	4	5	2	5	5	5	4	4	5	5
44	3	2	3	4	1	3	3	2	2	2	2	2	2
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	4	3	5	5	2	5	4	5	4	3	3	4
47	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5
48	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	3	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
51	4	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5	5	4
52	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5
56	3	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
57	4	4	3	5	4	3	3	3	5	4	4	4	4
58	5	5	3	5	3	3	4	4	5	4	3	3	3
59	3	2	1	5	5	2	4	4	4	3	3	3	3
60	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5
61	5	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	3
62	5	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	3
63	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
64	3	5	5	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3
65	5	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
66	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	4	5	5	3	5	5	4	3	4	5	4
70	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
73	3	5	3	2	2	5	2	2	1	2	2	2	2
74	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
75	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
77	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	5
79	5	5	5	5	5	1	5	4	5	4	5	5	5
80	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
83	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
84	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3
85	4	3	3	5	3	3	2	3	2	4	3	4	2
86	4	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4
87	4	4	4	3	4	5	5	5	3	4	3	4	3
88	4	4	2	5	3	3	4	4	4	4	5	4	2
89	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

90	3	3	1	3	4	3	3	2	2	1	1	3	3
91	4	4	3	3	4	2	3	2	2	3	3	4	2
92	4	3	2	3	4	4	5	5	3	4	3	4	2
93	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4
94	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3
95	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4
96	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
98	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2
99	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2
100	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
101	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	2
102	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3
103	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3
104	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3
105	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2
106	4	3	5	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2
107	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3
108	3	3	2	2	1	3	4	2	2	4	4	3	2
109	2	2	3	3	3	2	2	5	2	1	1	2	1
110	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
111	4	4	4	4	5	3	3	5	5	3	3	5	5
112	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2
113	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	2	2
114	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3
115	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5
116	4	4	3	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2
117	5	4	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4
118	4	3	3	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2
119	4	4	3	2	1	3	3	2	3	4	3	4	3
120	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
121	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
122	3	2	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	2
123	5	4	4	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5
124	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
125	5	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5
126	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4
127	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2
128	4	4	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3
129	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3
130	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
131	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2
132	5	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	4	4
133	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2
134	4	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5	3
135	5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5
136	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4

137	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	5	5	4
138	4	3	3	2	3	3	4	1	1	2	5	2	2
139	2	1	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1
140	4	4	3	2	4	2	2	3	2	2	3	2	4
141	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
142	4	2	4	2	2	2	4	4	4	3	3	2	2
143	4	5	2	2	3	2	3	2	2	2	4	2	3
144	4	3	3	2	4	2	4	2	2	3	4	2	3
145	4	2	4	3	2	1	2	2	3	3	3	1	3
146	2	4	2	3	2	3	2	2	4	5	1	2	1
147	3	4	3	3	3	2	5	5	4	4	3	5	3
148	4	3	4	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3
149	3	2	4	5	1	4	2	2	2	4	3	1	2
150	2	5	4	3	1	4	3	3	2	2	2	3	1
151	3	4	2	1	4	2	2	2	2	3	2	2	2
152	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2
153	4	4	4	3	3	2	3	4	4	2	3	3	2
154	4	4	4	4	4	2	5	3	2	4	4	5	4
155	3	4	2	1	4	4	2	4	3	5	5	4	5
156	4	4	4	2	3	2	2	4	4	4	4	2	5
157	2	2	3	3	2	4	4	3	3	4	5	5	5
158	5	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5
159	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
160	5	4	5	5	4	3	3	5	5	5	4	4	5
161	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
162	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
163	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5
164	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
165	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
166	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
167	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	3
168	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
169	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4
170	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
171	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
172	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
174	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
175	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
178	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
179	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
181	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3

184	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
186	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
188	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
189	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
190	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
191	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3
192	5	5	5	3	4	3	5	4	2	5	5	5	3
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
194	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
195	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	5
196	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	2	2	4
197	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
198	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3	3	5	5
199	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
200	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
201	5	5	5	5	3	3	5	5	3	5	4	5	5
202	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
203	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3
204	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
205	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5
206	3	4	5	5	5	3	5	3	5	3	4	5	5
207	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	2
208	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
209	2	3	2	1	1	3	4	4	3	5	5	5	2
210	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	2	2	4
211	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
212	5	5	5	3	4	2	2	3	1	1	4	5	5
213	4	4	3	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4
214	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
215	5	4	3	5	5	5	3	5	4	2	5	5	5
216	5	5	5	5	3	2	3	4	5	5	5	5	5
217	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5
218	5	5	4	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5
219	3	4	4	5	5	4	3	1	4	3	3	2	1
220	4	2	1	3	3	4	3	4	3	2	1	3	2
221	4	1	4	4	4	3	1	3	4	2	4	4	5
222	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
223	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5
224	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	5
225	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5
226	5	5	5	5	3	2	2	2	4	5	3	3	2
227	5	5	4	4	5	3	3	2	2	5	5	5	5
228	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
229	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	3	3
230	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	2	2

231	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	
232	2	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	1	2
233	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3
234	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5
235	4	4	5	5	1	1	3	3	4	3	3	5	5
236	4	4	2	4	1	2	3	4	3	4	4	4	2
237	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5
238	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	4	3
239	5	3	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
240	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
241	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2
242	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
243	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5
244	5	5	3	3	5	5	3	4	2	2	2	2	2
245	2	4	3	3	3	4	4	3	4	5	5	5	5
246	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
247	4	5	5	5	3	3	5	5	3	2	3	2	4
248	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
249	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
250	4	4	4	5	5	5	5	3	5	3	3	4	5
251	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
252	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
253	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
254	5	4	3	5	5	5	5	2	3	3	2	2	3
255	4	3	2	3	2	1	1	1	3	5	5	5	5
256	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5
257	4	3	3	5	5	5	5	3	5	3	3	3	2
258	5	5	5	5	3	3	3	3	3	2	2	3	3
259	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	3	2
260	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4
261	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
262	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4
263	2	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2
264	3	1	1	2	3	1	4	3	3	4	4	3	2
265	4	5	5	5	3	5	5	4	5	3	3	4	4
266	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
267	4	2	3	4	5	3	3	4	4	1	2	3	3
268	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5
269	3	4	3	2	4	4	4	3	5	5	5	5	4
270	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
271	5	3	4	4	3	4	3	2	5	1	5	4	3
272	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3
273	4	3	1	4	2	4	4	4	3	2	2	2	2
274	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	2	2	2
275	4	4	4	5	4	3	5	2	2	1	2	2	1
276	2	1	2	2	2	3	3	2	3	1	3	3	1
277	4	4	5	1	1	5	3	2	3	3	3	4	2

278	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
279	5	4	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5
280	4	2	2	4	3	4	4	4	5	5	4	3	2
281	5	5	1	1	1	2	3	3	4	2	3	3	3
282	3	3	1	2	3	3	1	1	4	4	4	2	3
283	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5
284	3	2	3	2	5	5	2	2	3	2	1	2	2
285	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5
286	4	4	5	2	3	1	1	1	5	2	2	1	1
287	4	3	3	2	2	3	4	1	1	2	2	3	2
288	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
289	2	2	3	1	2	1	2	1	4	3	2	3	2
290	5	5	5	4	3	5	5	3	5	3	5	3	5
291	2	2	2	2	3	3	4	4	3	2	2	2	2
292	4	5	4	4	2	4	4	2	1	2	2	2	3
293	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5
294	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5
295	4	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	4	5
296	4	3	1	2	5	2	4	3	3	1	2	5	1
297	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5
298	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	3
299	3	2	2	1	2	3	3	3	4	1	1	2	2
300	1	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2
301	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5
302	4	4	5	4	4	2	2	1	2	2	1	1	1
303	2	2	3	2	1	4	4	1	1	3	1	2	2
304	5	4	3	2	2	1	2	2	2	3	3	5	3
305	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	5
306	5	2	3	1	3	2	1	3	2	2	3	2	2
307	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	5	1	1
308	4	4	4	5	3	5	5	4	1	5	2	4	1
309	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
310	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
311	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
312	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
313	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
314	3	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
315	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
316	5	4	1	4	3	4	3	3	4	3	3	4	1
317	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5
318	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4
319	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
320	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
321	4	5	2	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3
322	5	5	3	4	3	3	3	5	1	1	1	1	2
323	5	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3
324	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5

325	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	2
326	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5
327	5	5	4	2	3	5	4	4	4	4	4	4	3
328	4	2	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4
329	3	4	1	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2
330	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5
331	5	2	3	4	2	3	4	4	2	2	2	3	2
332	4	4	5	5	3	5	4	4	2	4	3	2	4
333	3	3	2	2	3	4	4	2	3	1	3	2	2
334	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	5	5	5
335	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
336	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
337	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
338	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
339	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
340	5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5
341	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
342	5	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
343	5	5	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	5
344	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
345	1	2	2	5	5	3	3	5	5	5	5	4	5
346	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
347	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
348	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
349	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5
350	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
351	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5
352	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
353	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5
354	5	5	3	5	4	4	4	2	3	4	5	5	4
355	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5
356	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
357	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
358	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
359	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
360	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
361	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
362	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
363	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5
364	5	5	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5
365	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
366	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
367	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
368	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	5	5	4
369	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
370	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3
371	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5

372	5	3	3	1	4	3	5	4	1	3	2	5	2
373	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5
374	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
375	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5
376	2	5	5	3	1	5	2	4	2	5	5	3	5
377	4	4	2	2	4	3	3	5	5	2	4	3	1
378	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
379	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
380	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
381	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
382	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5
383	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
384	5	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5

VARIABLE		v2																			
DIMENSIONES		TANGIBILIDAD				CONFIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD				EMPATIA			
N°		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1		5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5
2		3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	4	2	3	4	5	5	5	5	4	5
3		3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	5	4
4		4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6		5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
7		5	5	5	3	2	4	3	5	5	1	1	5	5	5	1	4	3	5	1	
8		5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	2
9		5	4	3	4	4	4	4	5	3	5	4	2	3	3	4	2	4	2	4	2
10		4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	5	1	2	4	5	4
11		4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
12		3	4	5	3	4	3	4	3	5	4	3	5	3	4	5	4	5	5	3	3
13		4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5
14		4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
15		4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
16		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17		5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	5
18		5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5
19		3	4	4	4	3	4	5	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
20		4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
21		3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4
22		4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4
23		4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24		4	4	4	4	5	3	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4
25		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26		4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27		5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28		3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5
29		5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5
30		4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
31		4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4
32		3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
33		4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34		4	5	4	5	3	3	4	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4
35		5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
36		5	3	2	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37		3	2	1	2	1	3	3	3	1	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2
38		5	3	5	4	3	1	3	3	4	4	3	5	3	2	3	3	4	3	3	5
39		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4
40		4	4	5	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
41		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42		4	4	3	3	3	3	4	3	1	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2
43		4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
44		5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46		4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	3	3	5	5
47		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48		5	3	3	5	3	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	3	5	5	1
49		5	5	3	5	1	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5

50	3	3	5	1	5	3	5	5	5	5	2	4	1	5	1	3	5	5	3
51	5	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
52	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	
53	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	
54	5	5	1	5	1	5	3	5	5	5	3	3	1	4	4	1	4	5	
55	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	
56	5	5	5	4	4	3	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5	5	
57	3	3	3	5	3	2	3	4	4	5	4	5	1	4	2	3	5	4	
58	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	3	1	1	1	1	1	3	
59	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
60	4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	
61	5	5	5	5	3	3	5	4	2	3	4	4	3	1	3	5	5	5	
62	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	1	3	1	1	5	3	
63	3	3	3	4	5	5	1	1	4	5	4	5	3	2	5	4	5	5	
64	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	3	
65	3	3	5	5	3	2	4	5	5	3	3	1	5	3	4	4	5	3	
66	5	5	3	5	5	5	5	5	5	1	1	3	5	2	3	5	1	3	
67	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	3	1	4	4	5	5	4	
68	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	3	
69	5	4	3	5	3	5	5	5	3	5	5	3	5	3	3	4	5	5	
70	4	3	5	4	1	4	1	2	1	5	5	3	5	3	5	3	5	3	
71	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	3	3	1	4	4	3	5	4	
72	4	4	3	4	5	3	5	5	5	3	3	4	4	4	3	5	5	5	
73	4	4	3	4	3	5	5	4	5	5	3	2	2	4	4	4	3	4	
74	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	2	5	5	5	4	3	
75	4	4	3	5	5	5	3	5	5	3	5	5	2	4	4	5	5	5	
76	5	5	5	3	5	2	4	2	4	4	4	5	4	2	4	3	4	4	
77	4	4	5	3	5	3	4	4	3	4	5	3	5	4	2	3	5	3	
78	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	3	4	5	
79	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	
80	4	3	5	5	3	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	2	
81	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	4	3	5	3	4	5	3	
82	4	4	5	3	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	
83	2	3	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	2	4	3	4	5	4	
84	4	4	4	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	2	5	5	5	3	
85	4	5	5	5	3	3	4	4	5	3	5	3	5	2	3	3	4	5	
86	5	5	5	5	3	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	3	5	2	
87	4	3	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3	5	5	3	
88	4	5	5	2	5	5	3	5	5	3	5	5	2	4	5	5	3	2	
89	5	4	5	4	5	3	5	5	3	5	5	4	2	5	4	3	4	5	
90	4	5	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	2	4	5	5	5	4	
91	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	5	3	5	5	
92	5	5	5	5	5	3	5	4	5	2	5	5	3	5	2	5	5	3	
93	5	5	5	5	3	5	3	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	
94	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	5	3	4	3	
95	3	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	
96	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	
97	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	4	3	
98	4	3	4	3	3	4	4	5	5	5	3	4	2	4	5	5	5	5	
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	
100	4	5	5	5	5	5	2	3	4	5	5	3	5	2	3	4	5	5	
101	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	2	4	4	5	5	3	
102	5	4	3	4	3	5	5	4	5	3	4	3	3	5	5	4	3	2	
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

104	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	
105	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4
106	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	4
107	4	4	3	3	3	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	3
108	5	3	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	3	4	3	3	4	3	5
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
110	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	3
112	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	5
114	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
116	5	3	4	4	5	5	3	5	3	4	4	2	3	1	5	5	5	5	5	1
117	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	4	3	1	3	4	5
118	3	2	4	5	4	5	5	3	5	4	5	1	3	4	5	4	1	5	5	5
119	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	1	5	5	1	5	5	1
120	2	1	1	4	3	3	3	4	5	3	5	2	3	2	3	3	5	5	5	4
121	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
124	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
125	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
127	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5
128	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	3	1	3	5	3	4	4	5	5	5	5	3	2	3	5	4	1	4	5	5
132	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
133	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
136	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
140	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
143	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
146	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
148	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
149	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
152	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
156	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
157	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

158	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
160	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
161	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
166	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
167	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5
168	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
170	5	5	3	3	5	3	5	5	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5
171	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
172	5	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	5	5	2	4	5	3	3	5	5
173	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3	5	5	5	2	5	3	5	3	3	4
174	1	3	5	5	3	5	4	3	4	3	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5
175	3	5	4	3	4	5	5	3	5	5	3	3	3	5	5	4	4	4	3	5
176	4	4	3	3	2	5	5	3	1	3	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5
177	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5
178	5	3	5	5	4	4	4	4	2	1	3	4	5	1	5	3	5	5	5	5
179	5	5	5	5	3	3	4	2	3	5	3	5	3	3	4	5	3	4	4	5
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
181	5	5	5	5	2	4	2	3	5	1	3	1	5	3	5	5	3	5	5	4
182	5	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5
183	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3
184	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	2	4	2	3	2	1	5	2	3
185	2	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	1	3	5	5	3	3	5
186	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	1	2	5	5	5	5	5	5	5
187	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
188	5	5	5	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3
189	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	3	3	3	5
190	2	4	3	3	4	4	4	2	3	4	4	5	3	1	5	5	5	5	5	5
191	4	4	4	3	3	5	5	5	5	3	5	5	3	4	4	3	3	4	3	4
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
193	1	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	2	4	3	3	5	5	5
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
195	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5	2	4	3	5	5	5	4	3	5	5
196	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	4	5	4	4	5	4
197	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	3	4
198	3	3	2	3	3	3	3	4	4	5	3	3	4	3	3	5	4	5	5	4
199	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	3	4	4
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
201	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
202	5	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	3	4	1	5	5	3	4	4	4
203	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
204	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5
205	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
206	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
207	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	5	5
208	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
209	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	5	5	3	4	4	3	5	5	5
210	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	5	5	3	3
211	4	5	5	3	5	4	3	5	4	5	5	5	4	2	4	3	5	5	4	4

212	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	2	5	5	5	3	4	5	5	5
213	4	3	5	4	3	5	5	5	4	2	4	5	3	5	5	3	5	4	3	5
214	4	4	5	3	3	3	3	2	4	4	2	2	3	2	4	4	5	4	4	
215	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	
216	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
217	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	3	4	3	5	
218	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	5	5	
219	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
220	4	5	5	3	3	4	3	4	4	5	2	2	4	3	4	4	4	3	5	
221	3	4	5	3	5	5	3	3	2	4	4	3	2	2	5	4	4	4	3	
222	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	2	5	5	4	3	
223	5	4	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	2	3	
224	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	3	5	
225	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	4	
226	3	3	3	5	4	4	5	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	
227	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
228	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
229	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	
230	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
231	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	2	2	
232	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	2	
233	4	4	2	1	1	3	1	4	2	4	2	2	2	3	5	4	5	5	5	
234	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	
235	4	4	5	5	5	4	4	1	4	5	4	5	5	5	4	3	4	3	4	
236	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
237	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	3	4	5	5	3	5	
238	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	
239	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	2	5	5	5	5	5	
240	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
241	5	5	5	5	3	3	3	5	3	3	5	5	5	2	4	5	3	4	1	
242	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	3	5	
243	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
244	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	1	5	5	5	4	4	
245	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	
246	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	
247	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
248	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	
249	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	
250	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
251	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	2	2	4	3	3	4	
252	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	5	4	5	
253	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
254	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	
255	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
256	2	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	
257	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	3	4	5	3	5	3	4	3	
258	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
259	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	4	5	2	3	3	4	4	5	3	
260	5	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	2	5	4	
261	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	3	
262	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	2	5	4	3	4	4	
263	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
264	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	
265	5	4	3	2	1	3	1	2	3	4	4	2	3	5	5	5	5	4	5	

266	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	5	5	5	2
267	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5
268	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
269	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	2	3	5	5	4	5	5
270	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
271	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
272	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
273	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
274	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
275	2	3	4	5	5	5	3	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	5
276	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
277	4	5	5	4	3	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
278	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
279	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
280	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
281	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
282	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
283	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
284	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5
285	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
286	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
287	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
288	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
289	4	4	2	4	5	4	5	3	3	5	2	3	3	3	4	5	5	5	5	5
290	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
291	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
292	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
293	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
294	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5
295	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
296	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	2	4	3	5
297	3	1	4	4	5	1	2	4	2	4	5	4	2	1	1	3	4	3	3	4
298	4	4	1	4	3	5	2	3	4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	4	3
299	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	2	2	5	5	4	4	5	4	4
300	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	3
301	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
302	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	4	2	5	4	4	3
303	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	2	3	4	4	5	5	4	5	3	3
304	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	5	4	4	5	5	4	4
305	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
306	4	5	4	4	5	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	1	1	4	2	1
307	4	4	4	4	4	3	3	1	2	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3
308	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3
309	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3
310	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
311	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3
312	3	5	5	5	5	5	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	2
313	2	3	3	2	4	4	5	4	4	5	2	4	5	5	5	1	2	5	4	4
314	4	5	4	2	5	3	5	3	3	4	3	5	5	5	4	5	4	4	3	4
315	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
316	4	4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
317	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
318	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4
319	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

320	4	5	4	3	5	3	5	2	3	5	3	4	3	5	4	4	4	5	4	5	
321	5	5	5	5	3	4	2	5	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	5	5
322	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
323	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
324	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3
325	1	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	2	3	1	1	4	3	5	3	4	4
326	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
327	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4
328	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
329	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
330	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
331	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
332	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
333	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
334	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
335	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
336	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
337	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
338	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	2	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4
339	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
340	3	5	5	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3
341	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
342	5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
343	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
344	5	3	3	5	4	5	5	5	4	3	4	2	4	4	4	5	5	5	4	4	4
345	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
346	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
347	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
348	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
349	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
350	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
351	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
352	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
353	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
354	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
355	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
356	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
357	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
358	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
359	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
360	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
361	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
362	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
363	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
364	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
365	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
366	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	5	5	5	5	5	5
367	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
368	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
369	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
370	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
371	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
372	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
373	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5

374	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
375	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
376	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
377	3	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
378	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
379	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
380	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
381	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
382	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
383	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
384	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

ANEXO 13. FOTO

