



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Gestión de inventarios y atención al cliente en una empresa
minera. Lima, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Minchan Huaccha, Segundo Wilmer (orcid.org/0000-0003-1231-4085)

Soto Lozano, Cinthia Alejandra (orcid.org/0000-0002-7344-8338)

ASESORA:

Dra. Luna Gamarra, Magaly Ericka (orcid.org/0000-0002-7543-9275)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

A nuestras familias y amigos, compañeros de batallas académicas, por su lealtad y confianza. A la Universidad Cesar Vallejo, donde encontramos no solo educación, sino también oportunidades transformadoras. Este trabajo refleja el espíritu de nuestra dedicación compartida y a todos quienes creyeron en nosotros.

Agradecimiento

A nuestros padres, la base sobre la cual construimos nuestros sueños. A la Dra. Luna Gamarra, Magaly Ericka, por su guía experta que ha iluminado nuestro camino hacia la administración efectiva. A todos quienes han sido parte de este viaje, su impacto perdurará en nuestra carrera.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LUNA GAMARRA MAGALY ERICKA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN DE INVENTARIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN UNA EMPRESA MINERA. LIMA, 2023", cuyos autores son SOTO LOZANO CINTHIA ALEJANDRA, MINCHAN HUACCHA SEGUNDO WILMER, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 26 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LUNA GAMARRA MAGALY ERICKA DNI: 09629458 ORCID: 0000-0002-7543-9275	Firmado electrónicamente por: MLUNAG12 el 26-11- 2023 19:28:03

Código documento Trilce: TRI - 0666001



DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, SOTO LOZANO CINTHIA ALEJANDRA, MINCHAN HUACCHA SEGUNDO WILMER estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis Completa titulada: "GESTIÓN DE INVENTARIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN UNA EMPRESA MINERA. LIMA, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis Completa:

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
CINTHIA ALEJANDRA SOTO LOZANO DNI: 46105817 ORCID: 0000-0002-7344-8338	Firmado electrónicamente por: CSOTOLO1389 el 26-11-2023 19:23:19
SEGUNDO WILMER MINCHAN HUACCHA DNI: 18149966 ORCID: 0000-0003-1231-4085	Firmado electrónicamente por: SMINCHANHU75 el 26-11-2023 19:26:28

Código documento Trilce: TRI - 0666002

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor.....	iv
Declaratoria de originalidad del autor.....	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	5
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	20
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS	46

Índice de tablas

Tabla 1. Correlación entre las variables, gestión de inventarios y atención al cliente.....	28
Tabla 2. Correlación entre la atención al cliente y la planificación.....	29
Tabla 3. Correlación entre la atención al cliente y la organización.....	30
Tabla 4. Correlación entre la atención al cliente y el control.....	31

Índice de gráficos y figuras

Figura 1: Grafica de barras de la variable gestión de inventarios.....	20
Figura 2: Grafica de barras de planificación	21
Figura 3: Grafica de barras de organización	22
Figura 4: Grafica de barras de control.....	23
Figura 5: Grafica de barras de la variable atención al cliente.....	24
Figura 6: Grafica de barras de identificación y necesidades básicas del cliente .	25
Figura 7: Grafica de barras de expectativas del cliente.....	26
Figura 8: Coeficiente de Correlación	27

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la asociación entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023. La metodología fue de tipo básica orientada y de diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo a nivel correlacional. También se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de datos. Los resultados evidenciaron que ambas variables tienen una asociación positiva fuerte, gracias a la prueba de Rho de Spearman de 0.884 y su significancia bilateral de 0.000, concluyendo que existe asociación positiva fuerte entre la gestión de inventarios y atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.

Palabras clave: Gestión de inventarios, atención al cliente, empresa minera, Modelo SERVQUAL y Modelo EOQ.

Abstract

The objective of this research was to determine the association between inventory management and customer service in a mining company. Lima, 2023. The methodology was basic oriented and non-experimental design, with a quantitative approach at a correlational level. The questionnaire was also used as a data collection instrument. The results showed that both variables have a strong positive association, thanks to Spearman's Rho test of 0.884 and its bilateral significance of 0.000, concluding that there is a strong positive association between inventory management and customer service in a mining company. Lima, 2023.

Keywords: Inventory management, customer service, mining company, SERVQUAL model and EOQ model.

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas de clase mundial cada vez se encuentran en escenarios altamente competitivos y cambiantes, ante esta situación los administradores de las MYPES o grandes empresas se enfocan en la supervivencia para un determinado mercado y requieren de herramientas de gestión o técnicas innovadoras donde la gestión de inventarios toma un valor importante (León, 2021).

La gestión de inventarios tiene un papel importantísimo en la organización, puesto que planifica, organiza y controla las existencias de una manera eficiente que conlleve al éxito empresarial con una producción continua (Trujillo, 2020). Sin embargo, Deza y Ugaz (2018), mencionaron que la gestión de inventarios tiene como estrategia en la cadena de suministros el cumplimiento del calendario productivo de la organización colocando en tiempos óptimos los materiales comprados, pero enfocándose en la atención al cliente.

La gestión de inventarios permite asegurar la disposición de recursos o servicios para que se ejecute el plan de producción de manera continua, integrando áreas, procesos y la búsqueda permanente de satisfacer a los clientes Reyes (2009 citado en Paipilla, 2021), en este contexto los responsables de una organización buscan de manera constante la sobrevivencia en el mercado competitivo y cambiante, una de las formas más importantes de mejorar la atención al cliente es reducir los tiempos de espera, con empatía ante el usuario, con desarrollar actividades eficientes y de respuesta sensible al cliente (Martínez et al., 2022).

En el contexto latinoamericano, las empresas integran en sus estrategias a la gestión de los inventarios y lo consideran parte fundamental y activo disponible de la organización puesto que van a minimizar riesgos de ruptura de stock, cuellos de botella en los procesos y mejorar la atención al cliente (López, 2019). La gestión de inventarios se mide con la eficiencia del registro de inventarios y con el nivel de rotación óptimo, de tal manera que los procesos en mantenimiento, en compras y en producción trabajen de manera coordinada y oportuna para incrementar la atención a los clientes (Cardozo, 2020).

La empresa minera en estudio se posiciona como una organización enfocada en la gestión integral de recursos naturales, con un enfoque primordial en las fases de exploración, extracción y procesamiento de minerales. Entre los proyectos más destacados de esta empresa, se encuentra uno relacionado con la gestión de relaves mineros y sus residuos, así como una unidad minera ubicada en la sierra limeña.

La extracción de los recursos minerales de la zona es el principal objetivo de estas iniciativas. Lo que realmente distingue a la empresa es su constante dedicación a la restauración del medio ambiente, el objetivo es proveer a los habitantes de la zona de mejores condiciones de vida. Esto se traduce en esfuerzos específicos para reducir los impactos dañinos en el medio ambiente y restaurar la salud del ecosistema.

Sin embargo, a pesar de estos nobles objetivos y su éxito en la gestión minera y ambiental, actualmente, la empresa enfrenta una serie de desafíos en su almacén central. Estos problemas afectan la gestión de inventarios y, a su vez, tienen un efecto adverso en la satisfacción de las empresas contratistas que desempeñan un papel esencial en la producción de concentrado de minerales.

Cada una de estas empresas contratistas aporta una especialización única y esencial al proceso de producción, abarcando una amplia gama de servicios especializados. Su relación con el almacén es crucial, ya que este se convierte en el proveedor clave de repuestos, insumos, combustibles y accesorios necesarios para el cumplimiento eficiente de sus tareas dentro de la cadena de producción.

Lamentablemente, la carencia de un soporte adecuado en el almacén está causando una serie de consecuencias perjudiciales. Estas incluyen la insatisfacción de los clientes internos, pérdida de tiempo, acumulación de productos sin movimiento, dificultades en la satisfacción de la demanda, y la incapacidad para ofrecer soluciones oportunas a los reclamos y quejas presentados. Este panorama subraya la necesidad urgente de una mayor integración entre las empresas contratistas y el área de almacén, así como la identificación y solución de los

problemas asociados con la gestión de inventarios y la atención al cliente.

Por lo expuesto, se plantean las siguientes interrogantes de investigación ¿Qué asociación existe entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023? Las preguntas específicas son: ¿Qué asociación existe entre la planificación de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023?, ¿Qué asociación existe entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023? y ¿Qué asociación existe entre el control de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023?

La investigación se justifica teóricamente, en el conocimiento objetivo se construye y sustenta el conocimiento definido por los autores; en este sentido, el apoyo debe ser visto como lo que teóricamente se opone a lo que podría defenderse frente a otras teorías para orientar los objetivos de un estudio determinado. En lo práctico, el conocimiento de la importancia de una adecuada gestión de inventarios en la práctica y su asociación con la atención al cliente de una empresa minera; en este sentido, pretende dar una idea de las implicaciones prácticas del estudio si es aceptable realizarlo o estudiarlo. Metodológicamente, esto sucede cuando se construye instrumentos de recolección para obtener datos válidos y confiables, y también promueve la estandarización de dos dispositivos de medición, uno para el inventario y otro para el servicio al cliente, de manera que se pueda medir la asociación de una variable sobre la otra. para ser analizada más adelante.

La justificación social es el impacto de esta investigación lo que le hace tan valiosa para una adecuada gestión de inventarios y su asociación con la atención al cliente en una empresa minera. Al realizar este estudio, se busca obtener conocimiento que pueda ser aplicado para mejorar la gestión de inventarios y los servicios de atención al cliente de la empresa, lo cual puede tener beneficios significativos tanto para la empresa como para la sociedad en general.

Una buena gestión de inventarios es una herramienta que puede ayudar a

las empresas a alcanzar sus objetivos financieros, afirman Álvarez y Toledo (2018). Esto podría conducir a mejorar los resultados financieros y la capacidad de la empresa para competir con éxito en el mercado. La economía del lugar en la que trabaja la empresa podría beneficiarse y crear puestos de trabajo como resultado. Una gestión eficaz del inventario también puede ayudar al medio ambiente al reducir los residuos, minimizar el consumo excesivo de recursos y crear puestos de trabajo directos e indirectos.

La investigación tiene como objetivo general determinar la asociación entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023. Y como objetivos específicos, determinar la asociación entre la planificación de inventarios y la atención al cliente; determinar la asociación entre la organización de inventarios y la atención al cliente; y determinar la asociación del control de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.

La investigación considera la siguiente hipótesis: existe asociación positiva entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023. Existe una asociación positiva entre la planificación de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023, existe una asociación positiva entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023, existe una asociación positiva entre el control de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

En la investigación de Rathanaksambath & Raweewan (2021) desarrollada en Tailandia del tipo aplicada y diseño pre experimental; encontró la problemática de la gestión de inventarios con el impacto en la atención al cliente; esto generado por la incertidumbre en el manejo de los inventarios y de la información de las existencias, y como consecuencia la poca disponibilidad de materiales, diferencias en inventarios, demora en la preparación de los pedidos, acumulación de materiales por espacios diversos, y el resultado el bajo nivel de atención a los clientes. Frente a la incertidumbre generada en la gestión de stocks utilizaron el modelo SCOR y lograron agilizar las actividades y mejorar la atención al cliente. Asimismo, determinaron la cantidad mínima de stock o stock de seguridad para minimizar el riesgo de faltantes, aplicaron la metodología del ABC para determinar los lotes susceptibles a correr el riesgo de ruptura y trabajar en la administración eficiente de los inventarios que contempla el entrenamiento al personal en el manejo de inventarios y atención al cliente.

Según Xiaobei, (2022) en su investigación desarrollada en China, encontró deficiencia en el tiempo de atención del servicio (STT). Aplicando el método de la programación dinámica para caracterizar la política óptima de los pedidos y disponibilidad en los almacenes, determinaron las decisiones óptimas de cada pedido y de la asignación del inventario a un proceso de la cadena productiva con una configuración de tiempo exacto para la atención. Esta estrategia incrementó la satisfacción del cliente y logró el fortalecimiento de la ventaja competitiva. Asimismo, incluyó en la estrategia una compensación entre las decisiones de la gestión de inventarios (frecuencia de expedición, tiempo de preparación de pedido, inventarios de seguridad, expertiz del personal y capacidad de almacenamiento) teniendo impacto en el tiempo de atención del servicio.

Estas prácticas eficientes de gestión de inventarios forman parte de un conjunto integral de directrices, mecanismos y procesos utilizados continuamente para organizar, planificar y controlar los materiales y equipos en una empresa específica. Además, se destacan técnicas específicas que ayudan a estimar los

costos de los elementos a adquirir, siendo un componente crucial en el control administrativo general de la empresa, como señalan (Vásconez et al. 2020).

Según la investigación de Dequan y Yaling (2019), asoció la gestión de inventarios con el tiempo de servicio, va a depender del orden de llegada de los clientes para establecer las prioridades de atención según los artículos que requieren y que hayan sido establecidos oportunamente en la gestión de compras. La problemática explicada fue que los artículos generalmente no tuvieron un espacio definido ni el estado o las condiciones en el almacén, asimismo, el conteo físico de las existencias presentaba diferencias. Los clientes internos presentaron quejas por la inadecuada atención en la zona de despacho, puesto que el tiempo de espera para ser atendidos superaba la expectativa de los clientes, factores como el tiempo de búsqueda o picking demandaba un tiempo y el resultado incluso determinaba que el material ya no estaba disponible. La metodología aplicada para medir la gestión de inventarios y hacerla eficiente fueron: el empleo de la metodología ABC de los inventarios con el indicador de la eficiencia de registro de inventarios, el nivel de rotación de los inventarios y la capacidad de atención. Con la herramienta ServQual lograron hacer los procedimientos y métricas para minimizar reclamaciones y quejas mejorando el nivel de atención al cliente.

Para Honglong, (2023) en su investigación desarrollada en Suiza manifestó la problemática presentada en los almacenes por la inadecuada gestión de inventarios, asociada a la demora en la búsqueda de artículos para atender a los clientes. Los clientes a menudo esperaban una atención rápida y que el producto requerido oportunamente a compras se encuentre disponible en cantidad, en calidad y en perfectas condiciones para su utilización o empleo en los siguientes procesos. La solución a los tiempos de espera altos tuvo como consecuencia la insatisfacción de los clientes, por lo que una de las herramientas aplicadas para mitigar los tiempos altos de espera fue el empleo de la tecnología, tal como el uso de las etiquetas con bar code y la radio frecuencia para el ingreso, mantenimiento y ubicación del artículo en el almacén. La eficiencia del servicio mejoró en un 50% adicional el cual fue demostrado con una simulación de los procesos de gestión de los inventarios.

Según Gerrit et al., (2021) que desarrolló su investigación en Bélgica, explicó que la problemática de la gestión de inventarios no ha recibido la atención necesaria para mitigar las diferencias de inventarios, la ubicación adecuada en grupos o características similares, por el tamaño y otros factores que han tenido efecto en la disponibilidad para la atención a los clientes. La gestión de inventarios demanda alta inversión en productos para la producción, para atender procesos intermedios o procesos finales; sin embargo, al tener una demanda incierta para los artículos amplia aún más la brecha entre la gestión de inventarios y la atención al cliente. Por ende, se establecieron procedimientos para medir los tiempos de atención al cliente, la cantidad de stock mínimo, los espacios físicos, el método de retiro de los productos, el abastecimiento en tiempos oportunos y la capacitación de los que atienden. Aplicaron pronósticos para determinar la demanda con un error aceptable y el concepto del inventario unimodal que agrupa productos con alta rotación y disponibles a la vista en espacios identificados para una mejor administración.

La gestión de inventarios del departamento de despacho de la empresa Scala Global S.A.C. puede mejorarse, según la propuesta de Martínez y León (2019) Un total de 27.025 pedidos, es decir, el 74% del total, se realizaron mediante el diseño preexperimental, que se implementó utilizando el enfoque ABC. Los resultados mostraron que el despliegue de esta solución de gestión de inventarios tuvo un impacto favorable, reduciendo los costes de almacenamiento y entrega en un 17,5%.

El objetivo de este estudio, citado también en Guadamos (2019), fue mejorar la gestión de inventarios en el departamento de mantenimiento de la empresa Stracon S.A., particularmente en la unidad minera La Arena. Implicó una investigación cuantitativa con un diseño no experimental. Los resultados mostraron que existía un retraso en la atención, causado principalmente por la falta de técnicas o métodos de gestión apropiados, que provocaba un gasto de asignación de 3.271.003,89 soles. Tras la aplicación de mejoras en la gestión de inventarios, fue posible mejorar la atención al cliente en un 65% y obtener un ahorro anual de 58.551,82 soles.

En su estudio, Rivera y Prado (2021), buscaron mejorar una gestión eficaz de los inventarios y almacenamiento puede ser una herramienta valiosa para que los clientes se sientan complacidos con la experiencia de compra o uso de los productos y servicios de una empresa minera. El estudio tiene un diseño pre-experimental, una metodología cuantitativa y se categoriza como investigación aplicada. Se utilizó la clasificación ABC, el sistema Kanban y la técnica de las 5'S para lograr los resultados deseados. Los resultados del estudio condujeron a una reducción del espacio de almacenamiento necesario, una disminución de los días de inventario, una reducción de la acumulación de inventario del 14,54% al 12,02% y una disminución del coste por unidad de mantenimiento y almacenamiento del almacén.

Según en la investigación de Parrales et al., (2021), realizado en Babahoyo, con diseño preexperimental, cuyo objetivo era mejorar un sistema de control de inventarios para garantizar una toma de decisiones precisa para la satisfacción del cliente. La problemática encontrada fue los registros inexactos de los inventarios, entregando cantidades que el cliente no necesitaba, las entregas fueron con faltantes y comunicando al área de compras para la reposición, se basaron en el inventario no confiable. La ineficiencia del control de inventarios fue tener un indicador de registro del 81%. Para la mejora de la gestión de inventarios establecieron políticas de abastecimiento, procedimientos de inventarios con cumplimiento de etapas y capacitación del personal de control de inventarios. La información fue confiable en la medida que se cumplieron las políticas impuestas, e incremento la mejora de atención al cliente.

Cano (2019) utilizó un diseño pre-experimental de tipo aplicado en su investigación, y un estudio realizado con el objetivo de implementar mejoras en la gestión de inventarios encontró que el control actual de inventarios tenía una tasa de cumplimiento del 50%, lo que significa que la mitad de los artículos solicitados no estaban disponibles. Esto generó costos por falta de stock por más de \$500,000. y ventas perdidas por un total de más de \$500,000 como resultado de faltantes o rupturas de stock. Se encontró que los costos asociados a las rupturas de existencias disminuyeron de \$ 590,554.80 para el periodo de enero a diciembre de

2018 a \$ 91,200.92 al final del periodo 2019, una disminución de 28.04% a 4.19%.

Según Cardona et al. (2018), quienes realizaron la investigación, la gestión de inventarios compromete los niveles de almacenamiento, y la capacidad de los almacenes tiene en cuenta los niveles de inventario. Se demostró en ese estudio que la gestión de inventarios ayuda a las empresas a planificar la cantidad de bienes que se deben mantener en un espacio físico específico para satisfacer la necesidad de las áreas internas de la empresa, evitar imprecisiones en la información y mantener la productividad.

Además, Sánchez et al., (2018), expresó que, la gestión de sus inventarios corresponde al cuidado eficiente de los activos de la empresa, considerando un manejo apropiado para lograr la continuidad de las operaciones, evitando cuellos de botella por la falta de existencias. Asimismo, Alvarez y Toledo (2018), indicó que la gestión de inventarios contempla en sus administradores retos cada vez más complejos, puesto que les demandan la administración de los activos, evitar ruptura de stock o desabastecimientos a nivel externo como interno.

Asimismo, Sarmiento (2017 citado en Parrales et al., 2021), refiere que, es crucial mantener un control eficaz para evitar el robo interno o el despilfarro innecesario de los numerosos recursos que suelen estar presentes. Por su parte Herrera (2016 citado en Parrales et al., 2021), indicó estar destinado a controlar cada artículo que sale del almacén y a pedir más mercancías cuando las existencias alcanzan un determinado nivel. Para Trujillo, (2020), manifestó sobre el hecho de que el control de inventarios es un instrumento vital en la gestión de inventarios porque facilita a las compañías y entidades obtener información sobre las existencias actuales de productos disponibles para la comercialización en un sitio y momento concreto.

El estudio investigado se basa en la teoría EOQ (Cantidad Económica de Pedido), de Wilson (1934 citado en Pacheco 2019) en la cual señala que es fundamental en la gestión de inventarios porque busca determinar la cantidad óptima de unidades a pedir para minimizar los costos totales asociados con el

inventario, equilibrando los costos de mantenimiento con los de realización de pedidos. Aunque valiosa para lograr eficiencia y minimización de costos, la Teoría EOQ, indica que es aplicable en situaciones específicas y otras aproximaciones.

Por otro lado, González (2020), refiere que la gestión de inventarios en una organización se determina como la interrelación de los procesos recepción, almacenamiento, mantenimiento y despacho de las existencias con la cadena de valor de la organización y que debe estar alineada con las estrategias y tácticas de la empresa y lograr satisfacer a los clientes. Asimismo, Chávez (2022), ha definido que la gestión de inventarios, desde la consideración del nivel de servicio, que son actividades que generan valor en toda la cadena de suministros de las organizaciones y que, forma parte de la política estratégica y que contemplan las estrategias operacionales y tácticas con el único propósito de cumplir con la demanda y satisfacción de los clientes.

Por otra parte, Czerny (2020), señala que: “el almacén es el ambiente donde se recepciona, manipula, conserva, protege y se despacha todos los productos que necesita la organización”. El almacén es donde se guardan todas las mercancías. Es aquí donde se reciben, se conservan, se protegen y, posteriormente, se expiden. En este lugar se guardan diversas mercancías que deben suministrarse en las cantidades requeridas, en las mejores condiciones y en los momentos en que la empresa las necesita.

La gestión de inventarios, de acuerdo con Romero et al. (2021), es un recurso que utilizan las empresas para organizar sus proyectos para gestionar y controlar eficazmente los inventarios teniendo en cuenta la provisión de una política clara, procedimientos y métodos estandarizados para lograr el éxito en la cadena de producción. Del mismo modo, la gestión de inventarios asegura la disponibilidad oportuna y suficiente de suministros, así como las circunstancias ideales en términos de cantidad, calidad, cumplimiento de plazos de suministro y al precio más asequible.

Para reforzar nuestra segunda variable utilizamos la teoría el modelo

SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman et al. (1980, citado en Narváez 2020), señala que es ampliamente utilizado para medir la calidad del servicio en diferentes industrias. Se basa en la brecha entre las expectativas del cliente y las percepciones reales del servicio. Aplicable en sectores como servicios, educación y atención médica, el SERVQUAL ayuda a las organizaciones a identificar áreas de mejora y ajustar estrategias para satisfacer mejor las expectativas de los clientes, proporcionando un marco integral centrado en dimensiones clave.

Para Gómez, (2022), la atención al cliente se define como todo aquello que se brinda al cliente en calidad de soporte ya sea antes, durante o después de realizado el servicio y que lo percibe como una experiencia dada por la empresa. Implica un parte muy importante orientado a que el cliente lo identifique como la marca de la empresa. En el mismo contexto, según Pincay (2020), el servicio de atención al cliente se refiere a la atención ofrecida a los clientes, tanto internos como externos, dentro de un proceso de negocio. Los clientes que recurren a este servicio pueden esperar altos niveles de conocimiento, información fiable y un servicio puntual y eficaz que se adapte a sus necesidades, tanto si necesitan hacer pedidos, presentar reclamaciones, comprar productos u obtener una entrega.

Según Bustamante (2019), el concepto de calidad es un concepto muy sensible y relativo al uso esperado de un servicio o producto y que difiere hasta con el tipo de organización que la ofrezca. Una de las definiciones adecuadas es que la calidad contempla aquellas características, atributos y cualidades que tienen los servicios o productos que harán que el cliente logre superar la expectativa y satisfacción de cubrir una necesidad en un espacio de tiempo determinado.

Según Matsumoto (2016), la calidad del servicio es el resultado del proceso de evaluación del cliente o usuario al comparar las expectativas con sus propias impresiones sobre el servicio obtenido. En otras palabras, al comparar el servicio esperado con los atributos o características proporcionados por la organización, el consumidor es capaz de cuantificar o calibrar cualitativamente la calidad.

Según Gil (2020), define que, con el fin de responder a las expectativas que

cada cliente pueda tener y que están claramente vinculadas con la satisfacción como meta principal, la fidelización y la repetición del negocio, las empresas pueden identificar las necesidades de sus clientes y utilizar estrategias de marketing para satisfacerlas, lo que les permite desarrollar relaciones sólidas con ellos.

Valenzuela et al. (2019), por su parte, llegaron a la conclusión de que la atención al cliente es un aspecto estratégico constituido por el valor adicional que se asigna a los consumidores diferenciándolos de sus rivales, de manera que los clientes perciban esa diferencia y puedan comunicar el valor de las acciones empresariales.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación fue del tipo básica intencionada, consolidando información científica con relación a las variables gestión de inventarios y atención al cliente.

El objetivo del estudio fue aportar información científica para su aplicación en la práctica, pero no de forma inmediata, sino recogiendo datos de la realidad que permitieran enriquecer el conocimiento (Sánchez et al., 2018). El estudio se orientó hacia el tipo de investigación fundamental.

Diseño de investigación

Dado que las variables no se alteraron, simplemente se observaron y describieron para el estudio, el diseño fue no experimental.

La no manipulación de las subcategorías es lo que distingue este tipo de estudio de tesis, según Arispe (2020). Utilizando la manipulación de subcategorías, los fenómenos son observados naturalmente para que puedan ser examinados posteriormente. Considerando que el investigador es impotente para provocar cualquier cambio.

Enfoque de investigación

La metodología utilizó un enfoque cuantitativo porque las estadísticas correspondientes se crearon utilizando los datos numéricos adquiridos para evaluar las hipótesis (Palomino et al., 2019).

Nivel de investigación

Asimismo, la investigación fue correlacional, dado que al recolectar la información la investigación permitió explicar de manera válida el efecto de la gestión de inventarios sobre la atención al cliente de la unidad minera en un periodo determinado de tiempo. Dado que explica y examina la relación entre dos variables, el nivel fue descriptivo correlacional. (Ramírez et al., 2021).

3.2. Variables y operacionalización

Es necesario definir y cuantificar las variables de investigación para poder estudiarlas de forma objetiva.

Variable 1. Gestión de inventarios.

Definición conceptual

Consiste en una serie de reglas, mecanismos y procedimientos que se utilizaron constantemente con el objetivo de planificar, organizar, controlar los materiales y equipos utilizados en una determinada empresa, resulta ser un componente esencial para el control administrativo de la organización. Incluso ahora existen técnicas que ayudan a estimar los gastos de las cosas que hay que comprar, procesar y vender (Vásconez et al., 2020).

Definición operacional

Para lograr medir las variables cualitativas y obtener resultados cuantitativos se ejecutó la operacionalización por lo que fue medida a través de las dimensiones: Planificación de inventario, Organización de inventario y Control de inventario y se midió mediante una escala de Likert, utilizando un sistema de clasificación ordinal que va de 1 a 5.

Dimensión 1: Planificación de inventario, implicó determinar la cantidad adecuada de productos para satisfacer la demanda y evitar faltantes o excedentes. Se basó en análisis de datos históricos y pronósticos futuros, considerando factores como la demanda, tiempo de entrega, costos y objetivos de servicio al cliente.

Indicadores: Objetivos, Política y Programación.

Dimensión 2: Organización de inventario, se encargó de estructurar y organizar físicamente los productos dentro del almacén o sistema de inventario. Esto implicó asignar ubicaciones de almacenamiento, clasificar los productos y utilizar sistemas de codificación para facilitar su identificación y localización eficiente. Una

organización adecuada mejora la gestión de inventarios y reduce el tiempo y esfuerzo requeridos para manipular los productos.

Indicadores: Valoración, Análisis y Registro.

Dimensión 3: Control de inventario, implica supervisar y mantener la integridad del inventario en cantidad y calidad. Se implementa políticas y procedimientos para registrar y seguir el historial de productos, detectar y corregir discrepancias, pérdidas o daños, y gestionar los niveles de inventario. Un control efectivo garantiza la disponibilidad y precisión de los productos, evitando pérdidas económicas y optimizando la eficiencia operativa.

Indicadores: Variación, Parámetros y Rotación

Variable 2. Atención al cliente

Definición conceptual

Según Gil (2020), define que, las organizaciones establecen relaciones con sus clientes identificando sus necesidades básicas y utilizando estrategias de marketing para satisfacerlas. Esto se hace con el fin de responder a las expectativas que cada cliente pueda tener y que, obviamente, están vinculadas a la satisfacción para lograr, como objetivo principal, la fidelización y la continuidad del negocio.

Definición operacional

Mediante el uso de técnicas de marketing, las empresas pueden reconocer y atender las necesidades fundamentales de sus clientes a través de la prestación de un excelente servicio de atención al cliente. El objetivo es satisfacer las perspectivas de los consumidores y fomentar su fidelidad, lo que favorecerá la repetición de la compra.

Dimensión 1: Un conocimiento profundo de las necesidades fundamentales del cliente y de la capacidad de la organización para satisfacerlas eficazmente es la base del entendimiento de los clientes y sus requerimientos esenciales. Una

mentalidad proactiva, centrada en el cliente, en la que se cumplan las expectativas y se garantice la satisfacción total es lo que se entiende por "orientación al cliente". Como prueba de que se ha cumplido esta dimensión, la repetición de negocios, la fidelidad de los clientes y la generación de referencias positivas contribuyen al crecimiento y la sostenibilidad de la empresa en el tiempo.

Indicador: Demografía del cliente, Registro del historial del cliente y Evaluación de la satisfacción del cliente.

Dimensión 2: Para fomentar la confianza, la satisfacción del cliente y una lealtad duradera, es esencial gestionar las expectativas del cliente. Cuando una empresa gestiona con éxito las expectativas del consumidor, mejora la percepción del valor de sus bienes y servicios, lo que a su vez conduce a una publicidad boca a boca positiva que ayuda a la empresa a expandirse y alcanzar el éxito a largo plazo.

Indicador: Promesas, Experiencia y Reputación.

Escala de medición

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

Es el número total de componentes de estudio, como fenómenos, hechos, sujetos, etc., que tienen un conjunto determinado de características (Ñaupas et al., 2018). En el contexto de esta investigación, la población que se utilizó para obtener respuestas a los objetivos planteados en el estudio. El universo de estudio está conformado por doce clientes externos de la empresa minera, Lima 2023, que lo constituyen clientes dedicados a diferentes trabajos especializados, como son mantenimiento eléctrico, mantenimiento mecánico, obras civiles, movimiento de tierras, servicio de limpieza, servicio de catering, servicio de instalaciones de tuberías de HDPE para bombeo de agua, perforación y extracción de mineral.

Criterios de inclusión

Fueron considerados los clientes externos por especialidad: concesionario de hotelería y alimentación, mantenimiento eléctrico y mantenimiento mecánico.

Criterios de exclusión

No se consideran los clientes que prestan servicios de tercerización.

La muestra fue censal, ya que se considerará el total de la población para el presente estudio.

Unidad de análisis

12 clientes externos de la empresa dedicados a diferentes trabajos especializados, como son mantenimiento eléctrico, mantenimiento mecánico, obras civiles, movimiento de tierras, servicio de limpieza, servicio de catering, servicio de instalaciones de tuberías de HDPE para bombeo de agua, perforación y extracción de mineral en una empresa minera, Lima 2023.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Se identifica como un conjunto de etapas o herramientas que componen el proceso científico, ejemplificado como un conjunto de reglas para la aplicación adecuada de equipos y recursos que apoyan las metodologías de investigación. La investigación empleó la técnica de la encuesta.

Instrumentos

En la investigación se empleó como instrumento el cuestionario para medir ambas variables: gestión de inventarios y atención al cliente utilizando la escala de Likert, asimismo, las interrogantes fueron categorizadas conforme a las dimensiones de ambas variables.

Validez

Según Corral (2009 citado en Plaza et al., 2017), la validez de un instrumento

consiste en que mide lo que pretende medir (autenticidad). Esta validez permitió elegir un hecho como la mejor opción entre numerosas opciones y pueda emplearse tanto en la vida cotidiana como en las ciencias sociales.

La validación de los instrumentos se llevó a cabo mediante su aprobación tras la evaluación cualitativa de su contenido por parte de tres expertos.

(Ver anexo 4)

Confiabilidad

La fiabilidad, según Camarillo (2011 citado en Plaza et al., 2017), es la probabilidad de que los mismos resultados se mantengan si se repite el estudio. También se señala que la capacidad de una persona para transmitir credibilidad a los demás está ligada a su propia credibilidad, que inspira confianza y se fortalece con determinadas acciones. El concepto de "fiabilidad" describe la capacidad de una persona para despertar confianza en ella.

Mediante el empleo del coeficiente de fiabilidad de consistencia interna, también conocido como Alfa de Cronbach, en una prueba piloto, se evaluó la fiabilidad de estos instrumentos. Esto ayudó a determinar la precisión y fiabilidad de cada instrumento utilizado en el estudio.

3.5. Procedimientos

Para garantizar que la encuesta se aplicara correctamente, se coordinaron previamente con el responsable de la gestión del personal de la empresa minera. A este se le informó que la encuesta se realizaría de manera presencial en las instalaciones de la empresa y de forma virtual para las personas que estuvieran trabajando desde casa.

Es importante mencionar que el 15% de la encuesta se aplicará en línea para los representantes de las empresas contratistas que trabajen de forma remota. Esta medida se implementa con el fin de asegurar la participación de todos los agentes involucrados, sin importar dónde vivan, y para obtener información que refleje la diversidad de las partes interesadas.

3.6. Método de análisis de datos

Al analizar los datos, se utilizaron métodos estadísticos descriptivos para establecer la significación de las variables y realizar el análisis descriptivo. El nivel de las variables y un análisis descriptivo de las mismas se realizaron mediante técnicas de estadística descriptiva, y la fiabilidad de los cuestionarios se ha evaluado mediante el alfa de Cronbach. Dado que la muestra es inferior a 50 personas, no se aplicó ninguna prueba de normalidad en la estadística inferencial. También se realizó la prueba de Spearman, según el caso, para determinar las correlaciones.

3.7. Aspectos éticos

Se actuó con transparencia y los datos recopilados para el estudio no se modificaron. Los procedimientos, datos históricos y otros datos recolectados de la corporación se mantuvieron en estricta reserva y sólo se utilizaron para la investigación académica. También se respetó la resolución vigente de la Universidad César Vallejo y la correcta aplicación de las normas APA7 para las citas pertinentes de fuentes locales y extranjeras.

A continuación, se describen las consideraciones éticas presentes en la investigación. En primer lugar, se aseguró la precisión de la información proporcionada. La ética profesional desempeña un papel crucial en el análisis de todos los datos recopilados. Además, se garantizó que la información facilitada es precisa y confiable. El representante de la empresa dio su aprobación para la presentación de todo el material relacionado. Asimismo, se estableció el compromiso de tratar a todos los participantes en la investigación con respeto y se asumió plena responsabilidad por la exactitud de los datos presentados.

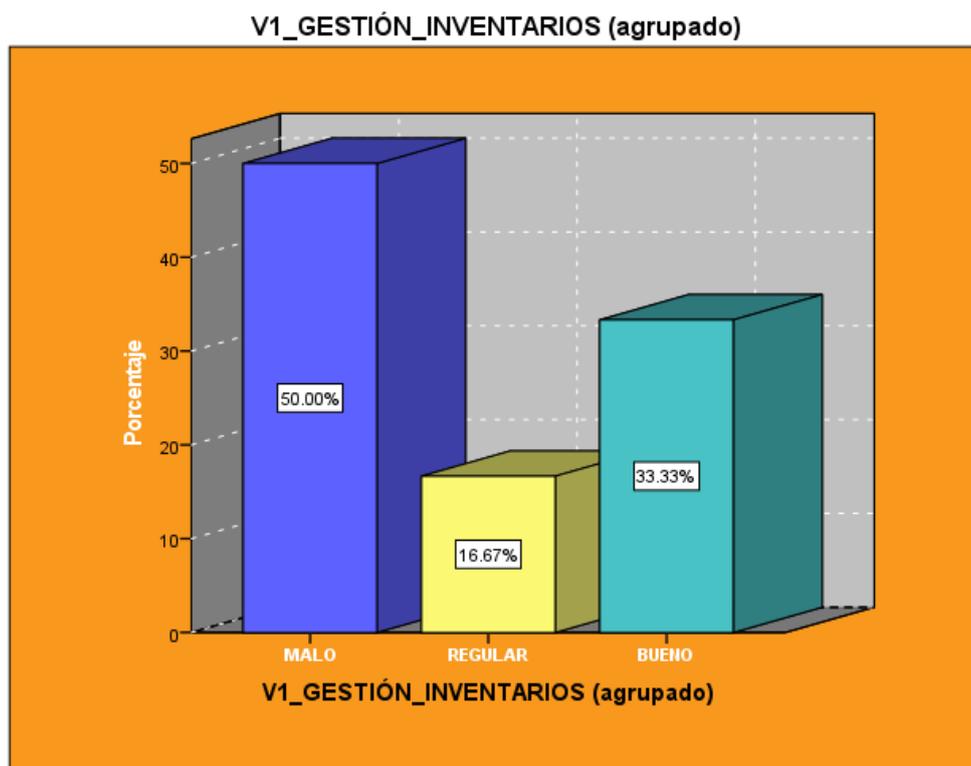
IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo

Variable gestión de inventarios

Figura 1:

Grafica de barras de la variable gestión de inventarios



Nota: elaboración propia – SPSS versión 27

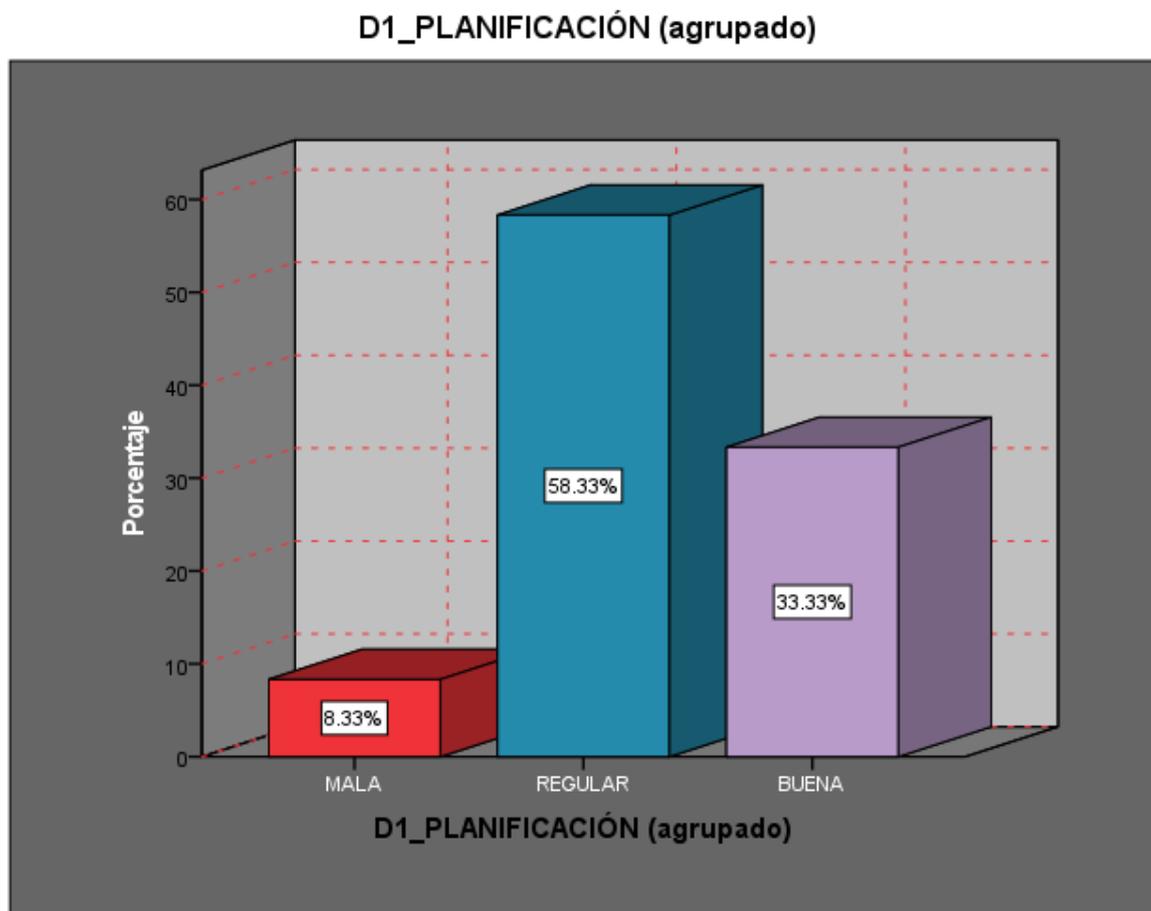
Descripción:

El gráfico muestra que la variable "gestión de inventarios" es evaluada de manera diversa por los participantes. El 50% la califica como "mala", el 16,67% como "regular" y el 33,33% como "buena". Estos resultados indican que existe una preocupación generalizada por la gestión de inventarios, pero también reconocen un nivel significativo de eficiencia en un tercio de los casos evaluados.

Dimensión Planificación

Figura 2:

Grafica de barras de planificación



Nota: elaboración propia – SPSS versión 27

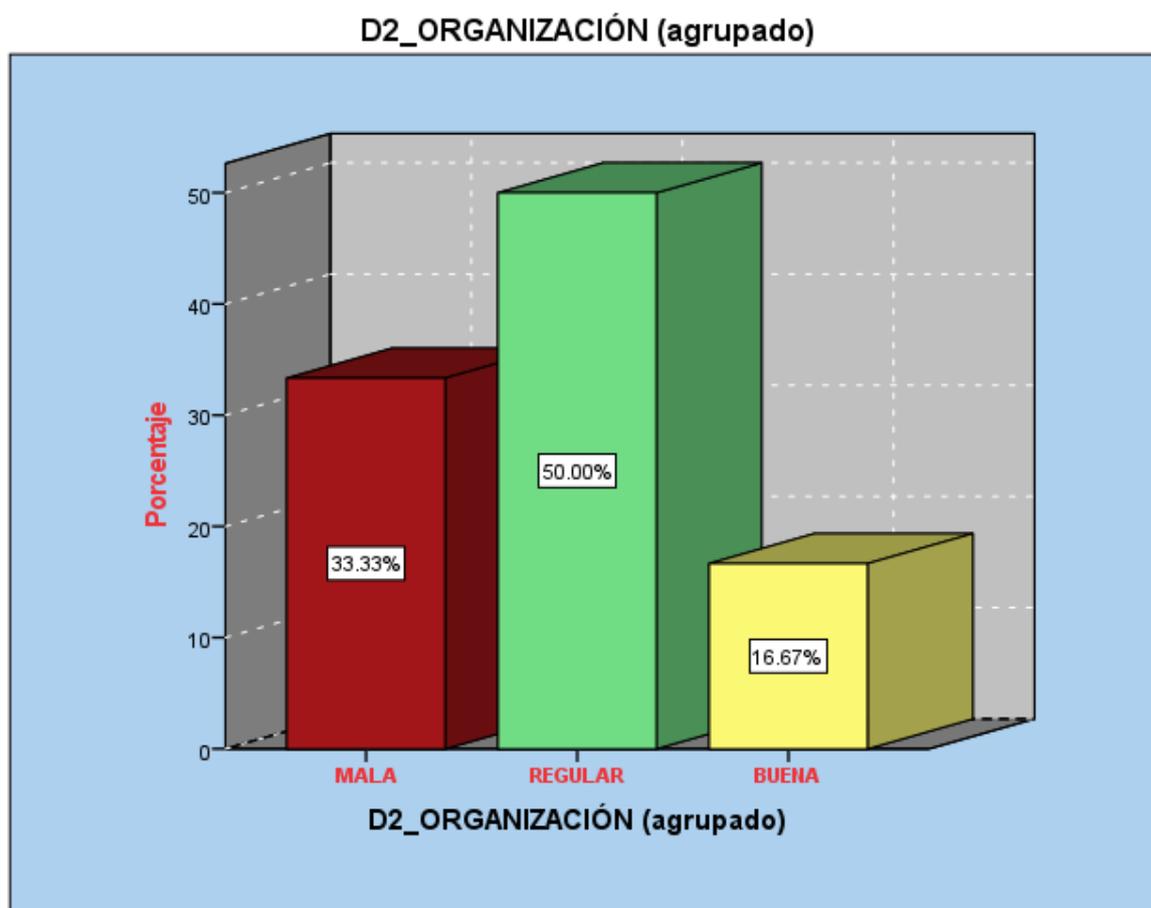
Descripción:

La gráfica de barras representa la dimensión "Planificación" según la opinión de los participantes. El 8,33% la considera "mala", el 58,33% la evalúa como "regular" y el 33,33% la califica como "buena". Estos resultados muestran una percepción diversa sobre la calidad de la planificación en la organización, con un énfasis en que la mayoría la ve como "regular".

Dimensión Organización

Figura 3:

Grafica de barras de organización



Nota: elaboración propia – SPSS versión 27

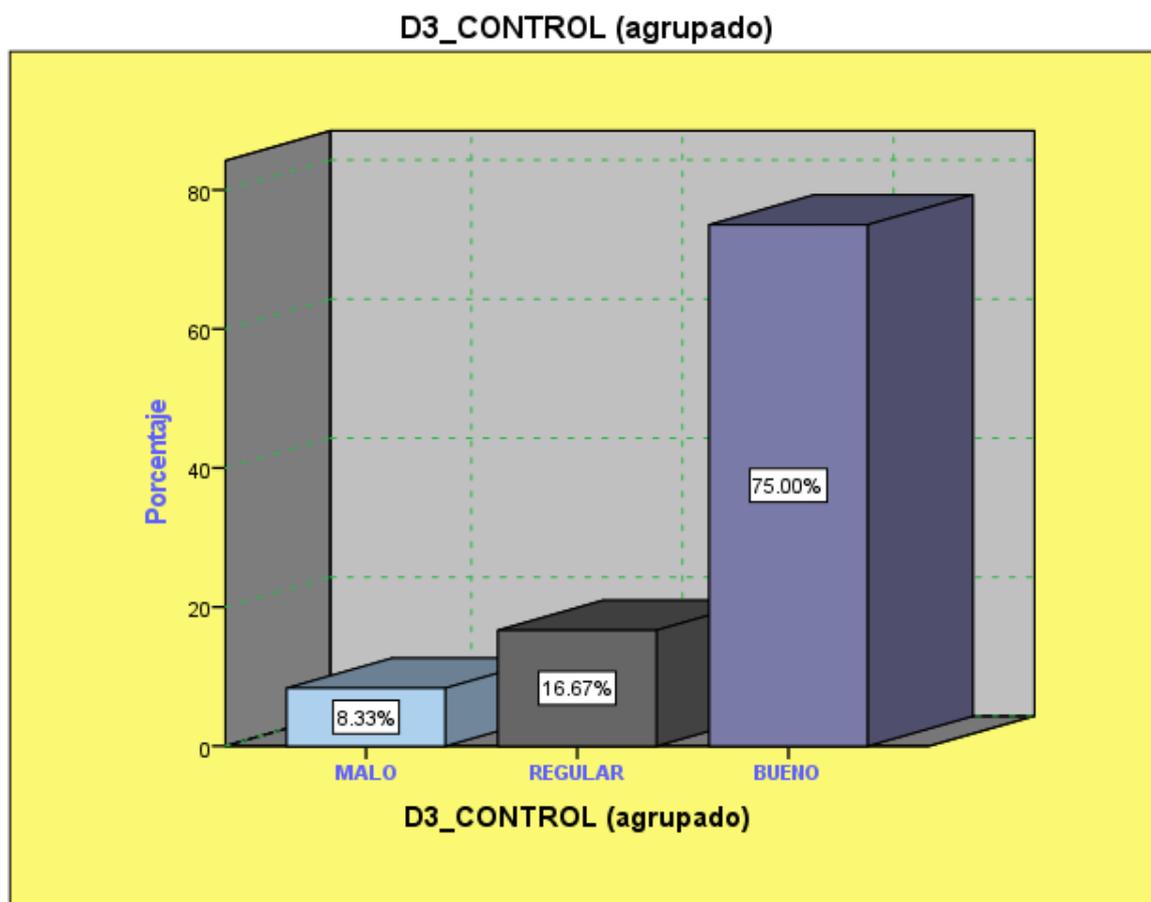
Descripción:

La gráfica de barras representa la dimensión "Organización" según la opinión de los participantes. El 33,33% la considera "mala", el 50% la evalúa como "regular" y el 16,67% la califica como "buena". Estos resultados reflejan una percepción diversa sobre la calidad de la organización en la organización, con la mayoría viéndola como "regular".

Dimensión Control

Figura 4:

Grafica de barras de control



Nota: elaboración propia – SPSS versión 27

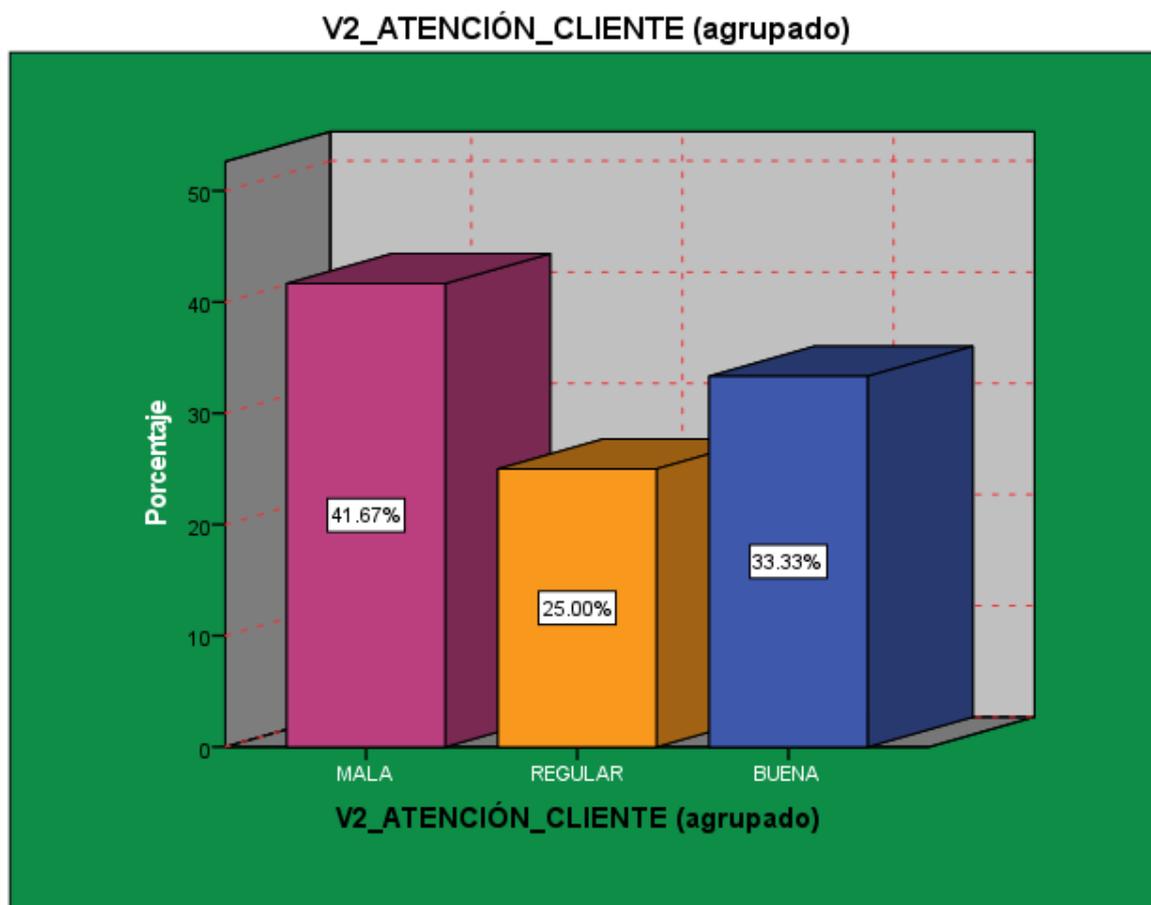
Descripción:

La gráfica de barras representa la dimensión "Control" según la opinión de los participantes. El 8,33% lo considera "malo", el 16,67% lo evalúa como "regular" y el 75% lo califica como "bueno". Estos resultados reflejan una percepción mayoritaria de que el control en la organización es "bueno", con solo una minoría expresando inquietudes significativas.

Variable atención al cliente

Figura 5:

Grafica de barras de la variable atención al cliente



Nota: elaboración propia – SPSS versión 27

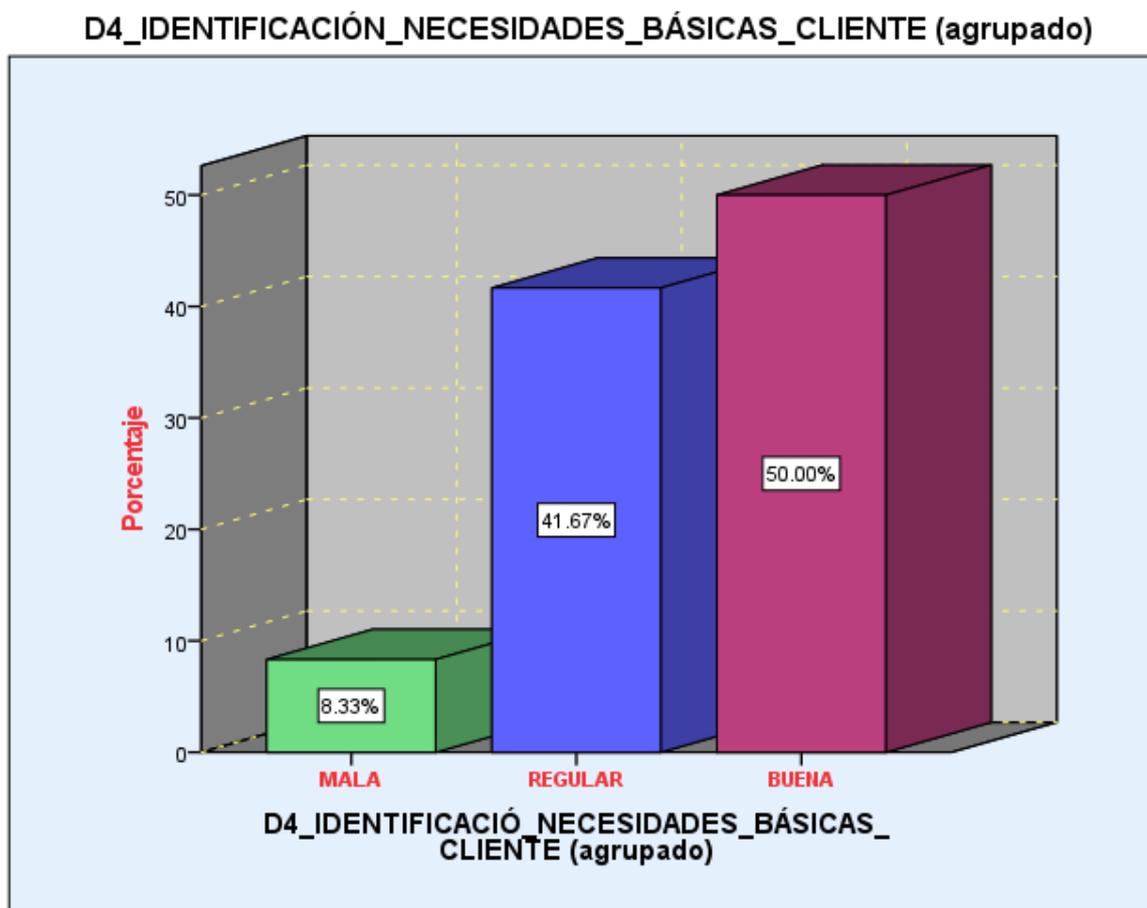
Descripción:

Los resultados de los participantes sobre la atención al cliente de la organización mostraron que el 41,67% la calificó de "mala", el 25% de "regular" y el 33,33% de "buena". Estos resultados sugieren que la calidad del servicio de atención al cliente de la organización es percibida de manera diversa, con un porcentaje considerable de opiniones negativas.

Dimensión identificación de necesidades básicas del cliente

Figura 6:

Grafica de barras de identificación y necesidades básicas del cliente



Nota: elaboración propia – SPSS versión 27

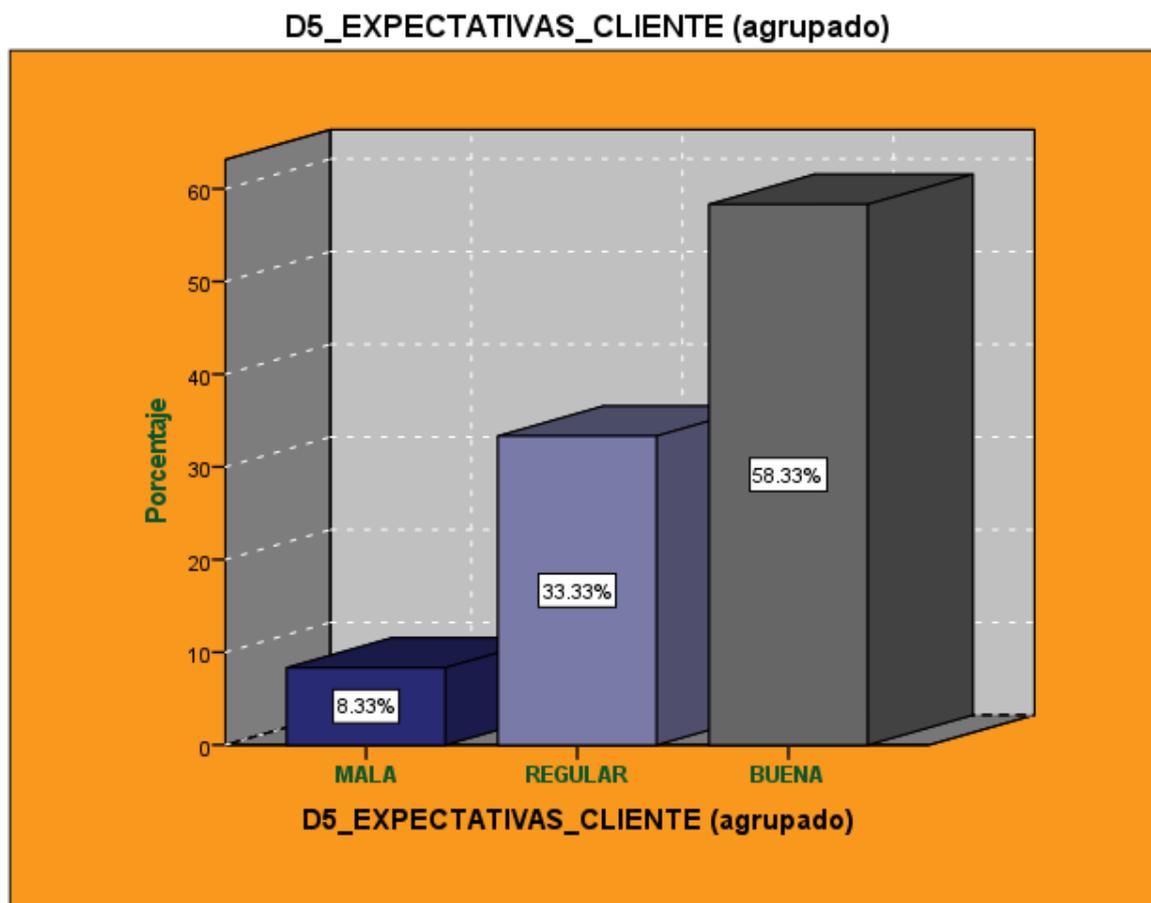
Descripción:

La gráfica de barras representa la dimensión "Identificación de Necesidades Básicas del Cliente" según la opinión de los participantes. El 8,33% la considera "mala", el 41,67% la evalúa como "regular" y el 50% la califica como "buena". Estos resultados reflejan una percepción mayoritaria de que la identificación de las necesidades básicas del cliente en la organización es deficiente, con una minoría considerando que es satisfactoria.

Dimensión expectativa del cliente

Figura 7:

Grafica de barras de expectativas del cliente



Nota: elaboración propia – SPSS versión 27

Descripción:

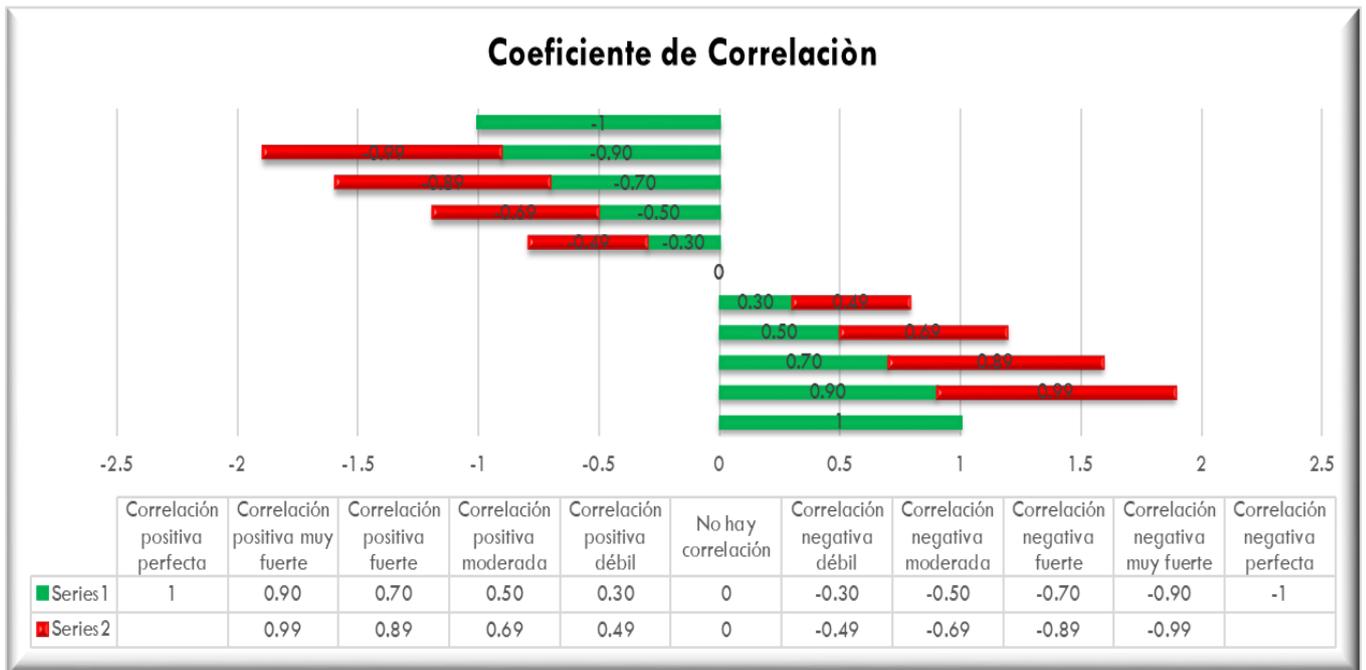
La gráfica de barras representa la dimensión "Expectativas del Cliente" según la opinión de los participantes. El 8,33% las considera "malas", el 33,33% las evalúa como "regulares" y el 58,33% las califica como "buenas". Estos resultados reflejan una percepción mayoritaria de que las expectativas de los clientes son buenas, con solo una minoría viéndolas como negativas.

Análisis inferencial

Figura 8:

Coefficiente de Correlación

Según el análisis de correlación de rangos de Spearman, la fuerza de la relación es:



Nota: Elaboración propia basado en Bortz j. (2022)

Nivel de significancia

Para rechazar la hipótesis nula (H_0), el valor p bilateral debe ser inferior al nivel de significación (alfa) de 0,05. Si el valor p bilateral es superior a 0,05, no hay evidencia suficiente para rechazar H_0 .

Prueba de hipótesis general

H_0 : No existe asociación positiva entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023.

H_1 : Existe asociación positiva entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023

Tabla 1.

Correlación entre las variables, gestión de inventarios y atención al cliente.

		Correlaciones		
			V1_GESTIÓN_ INVENTARIOS	V2_ATENCIÓN_ _CLIENTE
Rho de Spearman	V1_GESTIÓN_INVENTARIOS	Coeficiente de correlación	1,000	,884
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	12	12
	V2_ATENCIÓN_CLIENTE	Coeficiente de correlación	,884	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	12	12

Nota: SSPS Versión 27

Las variables gestión de inventarios y atención al cliente no están significativamente correlacionadas, según la hipótesis nula H_0 de la tabla 1. H_1 afirma que existe una correlación entre estas dos variables, lo que contrasta con la hipótesis alternativa.

Las dos variables tienen un fuerte vínculo positivo debido a su elevado coeficiente correlacional Rho Spearman de 0,884. En consecuencia, se admite la hipótesis alternativa y se invalida la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis específica 1

H_0 : No existe una asociación positiva entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023.

H_1 : Existe una asociación positiva entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023.

Tabla 2.

Correlación entre la atención al cliente y la planificación.

Correlaciones				
			V2_ATENCIÓ N_CLIENTE	D1_PLANIFIC ACIÓN
Rho de Spearman	V2_ATENCIÓN_CLIENTE	Coeficiente de correlación	1,000	,722
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	12	12
	D1_PLANIFICACIÓN	Coeficiente de correlación	,722	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	12	12

Nota: SPSS Versión 27

La hipótesis nula, H_0 , sugiere que no existe una relación entre planificación y atención al cliente. La hipótesis alterna, H_1 , afirma que existe una correlación entre estas variables.

El coeficiente correlacional Rho Spearman de las dos variables es extraordinariamente alto, de 0,722, lo que indica un vínculo positivo muy fuerte entre ellas. En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa y se invalida la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis específica 2

H_0 : No existe una asociación positiva entre la planificación de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023.

H_1 : Existe una asociación positiva entre la planificación de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023.

Tabla 3.

Correlación entre la atención al cliente y la organización.

Correlaciones				
			V2_ATENCIÓN _CLIENTE	D2_ORGANIZ ACIÓN
Rho de Spearman	V2_ATENCIÓN_CLIENTE	Coeficiente de correlación	1,000	,787
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	12	12
	D2_ORGANIZACIÓN	Coeficiente de correlación	,787	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	12	12

Nota: SSPS Versión 27

La tabla 3 muestra que la hipótesis nula (H_0), que afirma que no existe correlación entre las variables organización de inventarios y atención al cliente, fue rechazada. En cambio, se aceptó la hipótesis alterna (H_1), que afirma que existe una relación entre estas variables.

El coeficiente correlacional de Spearman entre las dos variables fue de 0,787. Este valor es alto, lo que indica que existe una relación positiva significativa entre las dos variables.

Prueba de hipótesis específica 3

H_0 : No existe una asociación positiva entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023.

H_1 : Existe una asociación positiva entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023.

Tabla 4.

Correlación entre la atención al cliente y el control.

		Correlaciones		
		V2_ATENCIÓ		
		N_CLIENTE	D3_CONTROL	
Rho de Spearman	V2_ATENCIÓN_CLIENTE	Coeficiente de correlación	1,000	,213
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	12	12
	D3_CONTROL	Coeficiente de correlación	,213	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	12	12

Nota: SPSS Versión 27

El coeficiente correlacional de la Tabla 4 es 0,213. Podemos deducir que existe una conexión positiva, pero es sólo moderadamente fuerte porque este valor es positivo, más que 0, pero bastante distante de 1.

En general, se utiliza un nivel de significancia de 0,05 para determinar si la correlación de Spearman es significativa. En la tabla, podemos ver que el valor p es inferior a 0,05. Por lo tanto, hay evidencia de que las variables están relacionadas.

A continuación, se expone la regla de decisión, según señala la tabla:

Los datos y el coeficiente correlacional muestran una correlación positiva, incluso cuando se rechaza la hipótesis nula H_0 de que no existe correlación y se acepta la hipótesis alterna H_1 de que existe relación.

V. DISCUSIÓN

Ante lo expuesto en la hipótesis general, se demuestra que existe asociación positiva entre las variables gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023. Donde su coeficiente correlacional fue de .884 y su sig. bilateral fue de .000; asimismo, el 66.67% de los encuestados califica que la gestión de inventarios es entre mala y regular, de la misma manera, y el 33,33% como "buena". Por lo antes mencionado, se evidencia que la gestión de inventarios y la atención al cliente en la empresa minera se encuentra afectada.

Para respaldar los hallazgos, se puede mencionar algunos estudios o investigaciones previamente realizados, por lo tanto, se muestra a Rivera y Prado (2021), La metodología empleada fue hipotético-deductiva, utilizando un diseño transversal no experimental, un enfoque cuantitativo y un nivel descriptivo-correlacional, realizado en la ciudad del Callao en Perú, se encontró una correlación significativamente alta o fuerte entre las variables gestión de inventarios y atención al cliente, con un valor de .957 para la gestión de inventarios y 1.000 para la atención al cliente. Esto implicó que rechace la hipótesis nula (H_0) y, por lo tanto, respaldar la hipótesis alterna (H_1). Por lo que el autor concluye, que el estudio condujo a una reducción del espacio de almacenamiento necesario, una disminución de los días de inventario, una reducción de la acumulación de inventario del 14,54% al 12,02% y una disminución del coste por unidad de mantenimiento y almacenamiento del almacén lo que permitirá tener una buena gestión de inventario y elevando así el nivel de atención al cliente.

En consecuencia, Kassahuan (2021), en su trabajo de investigación realizado en Addis Ababa, Etiopía. Realizó un estudio cuyo método es el censo, además se utilizó un diseño de investigación transversal para recopilar datos tanto cuantitativos como cualitativos siendo su coeficiente de correlación 0.481 y su sig. bilateral de 0.000; esto implicó que rechace la hipótesis nula (H_0) y, por lo tanto, respaldar la hipótesis alterna (H_1). Por lo que concluye que la práctica de gestión de inventario tiene un impacto significativo en la entrega de servicios de Infinity Advanced Technology Solutions P.L.C, un proveedor privado de equipos médicos,

lo que permite tener una buena gestión de inventarios y poder satisfacer las necesidades de la atención al cliente.

Estos resultados se basan en la conceptualización propuesta por Gonzáles (2020), en su modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva, se subraya la relevancia de la gestión de inventarios en una organización que se determina como la interrelación de los procesos recepción, almacenamiento, mantenimiento y despacho de las existencias con la cadena de valor de la organización y que debe estar alineada con las estrategias y tácticas de la empresa y así lograr la satisfacción de atención al cliente.

Respecto a la primera hipótesis específica se determina que existe una asociación positiva entre la planificación de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023; y que se encuentra definido por el coeficiente correlacional de ,722, con una significancia bilateral fue de ,000; además, El 66.66% de los participantes considera esta dimensión es entre mala y regular.

Como se puede inferir, Gerrit et. Al., (2021), señalo en su investigación realizado en la ciudad de Lovaina, Bélgica; que la importancia de la planificación para la atención al cliente es fundamental para garantizar un servicio eficiente y satisfactorio. Dicho estudio tiene un coeficiente de correlación fuerte de .6944 y un sig. bilateral .000, el autor concluye que la planificación adecuada ayuda a prevenir problemas y garantiza que los clientes reciban la atención al cliente que necesitan lo antes posible. La planificación de inventarios, según Cardona et. al., (2018) es un enfoque estratégico que se centra en la gestión eficiente de los materiales en almacenes de materias primas, especialmente en el sector de alimentos, así como garantizar la ubicación adecuada de los productos, con el fin de mejorar la eficiencia y la calidad en la producción y en última instancia, tiene un impacto positivo en la satisfacción del cliente.

En esa misma línea, la segunda hipótesis específica se determina que existe una asociación positiva entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023; asimismo, el coeficiente correlacional de ,787

y con una significancia bilateral de 0,000; el 83.33% la evalúa entre mala y regular. En consecuencia, Cano (2019), en su estudio realizado en la ciudad de Bogotá, Colombia, concluye que la organización de inventarios se beneficia significativamente del análisis estadístico y es esencial para optimizar la gestión de inventarios en empresas comerciales. Permite identificar productos rentables, mejorar estrategias de inversión y reducir costos, minimizando riesgos y mejorando la asistencia de atención al cliente. El presente estudio tiene un coeficiente correlacional de 0,80, y un sig. bilateral de .000; en consecuencia, el autor concluye que la organización del inventario es crucial para el rendimiento de una empresa en varios aspectos importantes y ello propone mejorar la atención al cliente.

Estos resultados se basan en la definición de Vásconez et. al., (2020), organización de inventario, se encargó de estructurar y organizar físicamente los productos dentro del almacén o sistema de inventario. Esto implicó asignar ubicaciones de almacenamiento, clasificar los productos y utilizar sistemas de codificación para facilitar su identificación y localización eficiente. Una organización adecuada mejora la gestión de inventarios y reduce el tiempo y esfuerzo requeridos para manipular los productos, lo que permite optimizar tiempos en mejora de la atención al cliente.

En este contexto la tercera hipótesis específica determina que existe una asociación positiva entre el control de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023. Se define el coeficiente de correlación de 0.213, este valor es positivo, más que 0, pero bastante distante de 1. Y su sig. bilateral es de .000, según la opinión de los participantes. El 25% lo considera entre mala y regular.

Siguiendo la misma línea Parrales et al., (2021) en su investigación realizado en la ciudad de Lima en Perú, señala en su estudio que un componente clave del crecimiento económico comercial es la gestión de los inventarios de mercancías. Si se llevan registros precisos de los ingresos, los desembolsos y las devoluciones de productos, es factible determinar la cantidad de existencias en el almacén, lo que constituye una herramienta importante para la toma de decisiones y la mejora de la atención al cliente. Dicho estudio tiene una sig. bilateral de 0.002; el autor concluye

que el estudio menciona la política de control de inventarios y la importancia de determinar el nivel máximo de existencias a mantener de cada producto, así como el cálculo del punto de reorden y el inventario máximo para satisfacer la atención al cliente.

Asimismo, estos resultados se basan a la definición de Cardozo (2020), el control de inventario y la gestión se mide con la eficiencia del registro de inventarios y con el nivel de rotación óptimo, de tal manera que los procesos en mantenimiento, en compras y en producción trabajen de manera coordinada y oportuna para incrementar la atención a los clientes. Un control efectivo garantiza la disponibilidad y precisión de los productos, evitando pérdidas económicas y optimizando la eficiencia operativa.

VI. CONCLUSIONES

Primera

En la presente tesis se determinó la asociación entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023. Mediante la prueba Rho de Spearman se determinó su coeficiente correlacional de .884 y su sig. bilateral fue de .000; asimismo, el 66.67% de los encuestados calificaron que la gestión de inventarios es entre mala y regular, y el 66,66% la calificó de "mala", sobre la atención al cliente de la organización; en la asociación positiva fuerte se infiere que, si tenemos una buena gestión de inventarios, mejora el servicio de atención al cliente.

Segunda

En la presente tesis se determinó la asociación entre la planificación de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023. Mediante la prueba Rho de Spearman se determinó su correlacional de ,722, con una significancia bilateral fue de ,000; además, El 66.66% de los participantes considera esta dimensión es entre mala y regular. De la asociación positiva fuerte se infiere que, al obtener una buena planificación nos permite brindar una buena atención al cliente.

Tercera

En la presente tesis se determinó la asociación entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023. Mediante la prueba Rho de Spearman se determinó su correlacional de ,787 y con una sig. bilateral de 0,000; donde el 83.33% la evalúa entre mala y regular. De la asociación positiva fuerte se infiere que, al mantener un inventario organizado reducimos los tiempos en atención al cliente.

Cuarta

En la presente tesis se determinó la asociación del control de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera, Lima 2023. Mediante la prueba Rho de Spearman se define su correlación de 0.213, este valor es positivo, más que 0, pero bastante distante de 1. Siendo su sig. bilateral de .000, según la opinión de los

participantes. El 25% lo considera entre mala y regular. De la asociación positiva débil se infiere que, al mantener un inventario controlado mejoramos los costos en función a la atención al cliente.

VII. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda al Gerente de Logística implementar procesos de optimización continua, incluyendo la revisión regular de políticas de inventario y la actualización de tecnologías de seguimiento. Para garantizar el éxito de estas tácticas, se sugiere la incorporación de un analista especializado en el área de almacén. Este analista desempeñará un papel crucial en la interpretación de datos, identificación de áreas de mejora y coordinación efectiva entre los equipos, estas funciones podrían asignarse a otro miembro del equipo con habilidades analíticas y experiencia en gestión de inventarios. La clave reside en asegurar que la persona designada tenga la capacidad para interpretar datos contribuyendo así a una gestión de inventarios más eficiente y mejorando la atención al cliente.

Segunda

Se recomienda al Gerente de Logística, desarrollar estrategias de planificación más integradas. Esto implica la colaboración estrecha entre los equipos de planificación y atención al cliente para anticipar y satisfacer las demandas de manera más efectiva, minimizando posibles interrupciones en el servicio.

Tercera

Se recomienda al Gerente de Logística, implementar sistemas de organización eficientes. Esto incluye el uso de tecnologías de etiquetado y seguimiento avanzadas, así como la formación continua para quienes trabajan en la estructuración física real de los inventarios.

Cuarta

Se sugiere al Gerente de Logística un refinamiento de las estrategias del control de inventarios. Esto podría incluir la implementación de sistemas más avanzados de seguimiento y control, así como la revisión regular de las políticas de control para garantizar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

REFERENCIAS

- AR Ranking. (2023). *Tipos de stock e inventarios en un almacén*. España: Storage Solutions. <https://www.ar-racking.com/es/blog/tipos-de-stock-e-inventarios-en-un-almacen/>
- Ayerve, D., Díaz, J., & Fierro, J. (2019). *Propuesta de mejora de la gestión de inventarios en una empresa minera*. [Tesis de maestría Universidad de Pacifico] Repositorio institucional <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2358>
- Benzaquen, J. (2019). *La direccion de la calidad y la administracion*. Mexico: Cengage. <https://issuu.com/cengagelatam/docs/9786075267708>
- Blanco, A. (2021). *Atencion al cliente*. Mexico: Piramide.
- Bustamante U, M. A. (2019). *Fundamentos de la calidad de servicio, el modelo Servqual*. *Revista Empresarial*, 13(2). doi:10.23878/empr.v13i2.001
- Cano Bedoya, J. (2019). *Análisis estadístico para la administración del inventario en empresas comerciales aplicando métodos multivariados*. 12(1), 71-89.
- Cardozo, L. (2020). *Atención al Cliente: Qué es y Pilares fundamentales*. España: Zenvia. <https://www.zenvia.com/es/blog/atencion-al-cliente/>
- Carro, R., & Gonzalez, D. (2020). *Gestion de Stocks*. *Administración de las operaciones*. 2, 5-35 http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1830/1/gestion_stock.pdf
- Czerny, A. (2020). *¿Qué es la reposición de inventario y cuándo hacerla?* Nubox. <https://blog.nubox.com/empresas/reposicion-de-inventario>
- Dequan, Y., & Yaling, Q. (2019). *Performance Analyses of Production Inventory Systems Considering Service Time and Product Returns of Online Shopping*. *J Syst Sci Complex*, 32, 888-906. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11424-018-7230-9>
- Deza Dávila, M., & Ugaz Monetenegro, P. (2018). *Inventarios como estrategia de*

calidad servicio. Mc Graw Hill. Interamericana.

Diaz, C. (2017). *Gestión de la cadena de abastecimiento*. Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina.
<https://core.ac.uk/download/pdf/326426087.pdf>

Dini, M., & Stumpo, G. (2020). *MIPYMES en America Latina*. Santiago de Chile: CEPAL - Naciones Unidas.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf

Dore, E. (2021). *Indicadores de inventarios: ¿Cuáles son los más relevantes para tu negocio?* España: Maplink. <https://maplink.global/blog/es/principales-indicadores-de-inventarios/>

Ekon, C. (2023). *La importancia de una buena gestión de inventarios en la empresa*. España: Cegid Ekon. <https://www.ekon.es/blog/importancia-inventarios-empresa/>

Esteban, E. (2022). *La gestión logística y su incidencia en la satisfacción del cliente*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Americas] repositorio institucional
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/2317/1.TRABAJO%20DE%20INVESTIGACION%20ERIKA%20ELENA%20ESTEBAN%20CUEVAS%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Garbarrino, S. (2023). *Qué es un inventario: concepto, tipos y ejemplos*. España: Hubspot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-inventario>

Garcia, A. (2018). *Inventory Control in Supply Chains: An Internal Model Control Approach*. [Tesis de pregrado, Univerisitat Autonomia de Barcelona]
<https://www.tesisenred.net/handle/10803/116201#page=1>

Garcia, A. (2019). *Operaciones logisticas de marketing. Guia de casos y ejercicios practicos*. 3-47
<https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/8172/Garcia>

-Yi-Alicia_operaciones_logisticas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Gerrit K., J., & Verdonck, L. (2021). Service-oriented performance of inventory models with partial information on unimodal demand lead-time distributions. *RAIRO - Operations Research*, 55. doi:10.1051/ro/2020026
- Gil J. (2020) *Fundamentos de atención al cliente* Editorial E-learning S.L.España <https://books.google.com.pe/books?id=VGzoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atención+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjqsKu854HwAhXgEbkGHbbNCQ4Q6AEwBXoECAMQAg#v=onepage&q=atención%20al%20cliente&f=false>
- Gomez, D. (2022). *Qué es el servicio al cliente y cómo brindarlo de forma excepcional*. España: Hubspot. <https://blog.hubspot.es/service/buen-servicio-a-clientes>
- González, A. (2020). Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 28(2), 133-142. doi:<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v28n1/0718-3305-ingeniare-28-01-133.pdf>
- Guadamos , P. (2019). *Mejora en la gestión de inventarios para disminuir los costos de inventario del área de mantenimiento de la empresa Stracon S.A., unidad minera La Arena - 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio institucional <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36124>
- Hammond, M. (2022). Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla. *Gestión de clientes*. <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico DF: Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Honglong, C. (2023). BFSearch: Bloom filter based tag searching for large-scale

RFID systems. *Ad Hoc Networks*, 139(1). doi:10.1016/j.adhoc.2022.103022

Kassahun, F. (2021). The effect of inventory management practices on service delivery of Infinity Advanced Technology solutions P.L.C. *Etiopía: University St. Mary's*.
<http://www.repository.smuc.edu.et/bitstream/123456789/6289/1/Final%20Effect%20of%20Inventory%20Management%20edited.pdf>

Lara, C., & Lung, A. (2020). *Trabajo de mejora del almacén en una empresa comercializadora de equipos industriales. Lima - Perú*. [Tesis de pregrado, Universidad de Lima] Repositorio institucional
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11658/Lara_Tiravanti_Claudia_Ver%C3%B3nica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

León Leal, R. D. (2021). Perfeccionamiento de la gestión de los inventarios en la sucursal Cimex Granma. *Observatorio de la economía Latinoamericana*, 19(5), 29-44. doi:10.51896/oel

Martcorena, C. (2018). *Control de inventarios para la gestión eficiente del stock en una empresa distribuidora de bebidas*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana los Andes] Repositorio institucional
<https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1066/MARTICORENA%20CARDENAS%20Clinton%20Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martínez Muñoz, E. (2022). Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una PYME. *Revista de Investigación Académica sin Frontera*, 15(37), 18. doi:10.46589/rdiasf.vi37.463

Matsumoto Nishizawa, R. (2016). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*, 34.
doi:http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005

Moreno, A. (2018). *Propuesta de mejora del proceso de gestión de inventario en*

una empresa del sector minería y construcción.[Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio institucional https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626033/MorenoF_A.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Moreno, J. (2023). Qué es la atención al cliente, *elementos clave e importancia*. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente>

Narváez, E., Reinoso, C., & Castro, J. (2020). Servicio al cliente: desde una perspectiva del modelo SERVQUAL. 593 *Digital Publisher CEIT*, 5(3), 191-204. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.3.238>

Parrales Carvajal, V. M. (2020). Control de inventario para la acertada toma decisiones gerenciales en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Babahoyo. *JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH*, 6(2). doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.5507434>

Pacheco, J. (2019). ¿Qué es el sistema EOQ?<https://www.webyempresas.com/sistema-eoq/>

Pincay Morales, Y. M. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 6(3), 118-1142. doi:10.23857/dc.v6i3.1341

Rathanaksambath, L., & Raweevan, M. (2021). Optimizing Inventory Classification and Service Levels Under Budget and Warehouse Space Control. *International Journal of Knowledge and Systems Science*, 12(3), 80-92. doi:10.4018/IJKSS.2021070104

Renzo, Y. (2018). *Gestión de Inventarios y servicio al cliente en la empresa Maestro, Callao - 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23232/%20YIIaconza_TRS.pdf?sequence=1

Rivera , G., & Prado , R. (2021). *Gestión logística para incrementar la satisfacción*

a los clientes en la empresa minera, Moquegua 2021. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65404/Rivera_BGN-Prado_CRS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez , A. M. (2021). Sistema de gestión de inventarios para compañías de hardware – Caso de estudio. *Rev. Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 8(16), 27-36. doi:<http://dx.doi.org/10.21017/rimci.2021.v8.n16.a99>

Rodriguez, J. (2021). *Control de inventarios: definición, importancia y sistemas* Hubpot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-control-de-inventarios>

Romero Agila, S. E., Sáenz Encalada, S. S., & Pacheco Molina, A. M. (2021). La Gestión de inventarios en las PYMES del sector de la construcción. *Polo del Conocimiento*, 6(9), 1495-1518. doi:10.23857/pc.v6i9.3124.

Tarurhor, E. (2021). Inventory management and customers` satisfaction in the public health sector in Delta State, Nigeria. *Innovative Marketing*, 17(2), 69-78. doi:[http://dx.doi.org/10.21511/im.17\(2\).2021.07](http://dx.doi.org/10.21511/im.17(2).2021.07)

Trujillo León, J. A. (2020). Sistema para el control de inventarios en la empresa “Inversiones Novillo de Oro S.A.S. *Rev. Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 7(14), 105-116. doi:10.21017/rimci.2020.v7.n14.a87

Valenzuela Salazar, N. L., Buentello Martínez, C. P., & Alanís Gómez, L. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON*, 6(2), 18-24. doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.159>

Vásconez, V. H., Mayorga, M. J., Moreno, M. A., Arellano, A. V. y Pazmiño, C. A. (2020). Gestión del sistema de inventarios orientado a pequeñas y medianas empresas, Pymes, ecuatorianas del sector ferretero: *caso estudio*. *Revista Espacio*, 41(3), 7. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n03/20410307.html>

Xiaobei, S. (2022). Optimal Policies for a Multi-Echelon Inventory Problem with Service Time Target and Expediting. *Manufacturing & Service Operations Management*, 24(4). doi:<https://doi.org/10.1287/msom.2022.1079>

ANEXOS

Anexo 1

Tabla de Operacionalización de Variables

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de Inventarios	Consiste en una serie de reglas, mecanismos y procedimientos que se utilizan constantemente con el objetivo de planificar, organizar, controlar los materiales y equipos utilizados en una determinada empresa, lo que resulta ser un elemento crucial para el control administrativo de la organización. Incluso existen sistemas que contribuyen a la estimación de los costos de los bienes que se compran, procesan y venden (Vásquez et al., 2020)	Para lograr medir las variables cualitativas y obtener resultados cuantitativos se ejecuta la operacionalización por lo que será medida a través de las dimensiones: Planificación de inventario, Organización de inventario y Control de inventario y se medirá mediante una escala de Likert, utilizando un sistema de clasificación ordinal que va de 1 a 5.	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - política - programación 	Escala Likert Ordinal 1) Muy en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indeciso 4) De acuerdo 5) Muy de acuerdo
			Organización	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración - Análisis - Registro 	
			Control	<ul style="list-style-type: none"> - Variación - Parámetros - Rotación 	
Atención al Cliente	Según Gil (2020) La definición de la atención al cliente, sería la relación de actividades que desarrollan diversas organizaciones a través de identificar las necesidades básicas de sus clientes utilizando diferentes estrategias de marketing de modo que puedan cubrir esas expectativas que cada cliente pueda tener y que, indudablemente, se van a relacionar con la satisfacción para conseguir, como fin último la fidelización y repetición de la compra.	La atención al cliente es el conjunto de actividades implementadas por las organizaciones para identificar y satisfacer las necesidades básicas de sus clientes utilizando estrategias de marketing, con el objetivo de cubrir sus expectativas y lograr su fidelización, impulsando así la repetición de la compra.	Identificación y necesidades básicas del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Demografía del cliente. - Registro del historial del cliente. - Evaluación de la satisfacción del cliente. 	Escala Likert Ordinal 1) Muy en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indeciso 4) De acuerdo 5) Muy de acuerdo
			Expectativas del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Promesas. - Experiencia. - Reputación. 	

Anexo 2

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

I. Cuestionario de gestión de inventarios

Instrucciones:

Lee cada afirmación sobre la gestión de inventarios y evalúa tu nivel de acuerdo en una escala de Likert del 1 al 5. Marca el número que mejor represente tu opinión.

1. Recuerda que el número 1 significa "totalmente en desacuerdo" y el número 5 significa "totalmente de acuerdo".
2. Por favor, sé honesto y responde según tus experiencias y percepciones con relación a la gestión de inventarios en tu organización.
3. No hay respuestas correctas o incorrectas, simplemente queremos conocer tu punto de vista sobre estos aspectos de la gestión de inventarios.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Variable: Gestión de inventarios						
1. Planificación		1	2	3	4	5
1.A	En el almacén, los objetivos de gestión de inventarios están claramente definidos y son alcanzables.					
1.B	Las políticas de gestión de inventarios en el almacén están bien establecidas y comunicadas a todos los usuarios.					
1.C	En el almacén, se realiza una programación eficiente para la gestión de inventarios.					

1.D	Los objetivos de gestión de inventarios se revisan y actualizan regularmente en el almacén.					
1.E	La política de gestión de inventarios se comunica de manera efectiva en el almacén, asegurando que todos los empleados la entiendan.					
1.F	La programación de la gestión de inventarios se lleva a cabo de manera sistemática y eficiente en el almacén.					

Variable: Gestión de inventarios						
2. Organización		1	2	3	4	5
2.A	En el almacén, se valora la importancia de una gestión de inventarios eficiente.					
2.B	Se realiza un análisis exhaustivo de la gestión de inventarios en el almacén para satisfacer las necesidades de los clientes.					
2.C	En el almacén, se lleva un registro detallado y preciso de todo el inventario disponible.					
2.D	En el almacén se toman decisiones basadas en un análisis riguroso de la gestión de inventarios y las necesidades de los clientes					
2.E	En el almacén se muestra un compromiso en mantener					

	actualizado el registro de inventarios para mejorar la satisfacción de los clientes					
2.F	En el almacén, se realiza un análisis regular de la gestión de inventarios para identificar áreas de mejora y optimización.					

Variable: Gestión de inventarios						
3. Control		1	2	3	4	5
3.A	En el almacén, se controla de manera efectiva la variación en los niveles de inventarios.					
3.B	Se establecen parámetros claros y adecuados para controlar el inventario en el almacén.					
3.C	La rotación del inventario se mide y controla de manera eficiente en el almacén.					
3.D	En el almacén, se realizan ajustes oportunos para mantener los niveles de inventario dentro de los parámetros establecidos.					
3.E	El almacén implementa controles adecuados para minimizar la variación en los niveles de inventario y evitar excesos o faltantes.					
3.F	Se realizan análisis periódicos de la rotación del inventario para identificar oportunidades de mejora y optimización.					

II. Cuestionario de atención al cliente

Instrucciones:

Lee cada afirmación sobre atención al cliente y evalúa tu nivel de acuerdo en una escala de Likert del 1 al 5. Marca el número que mejor represente tu opinión.

1. Recuerda que el número 1 significa "totalmente en desacuerdo" y el número 5 significa "totalmente de acuerdo".
2. Por favor, sé honesto y responde según tus experiencias y percepciones con relación a la gestión de inventarios en tu organización.
3. No hay respuestas correctas o incorrectas, simplemente queremos conocer tu punto de vista sobre estos aspectos de la atención al cliente.

Variable: Atención al cliente						
1. Identificación de necesidades básicas del cliente		1	2	3	4	5
1.A	Considero que el almacén se preocupa por conocer mi demografía y características personales de los clientes para adaptar su atención.					
1.B	El almacén registra y mantiene un historial completo de las interacciones anteriores del cliente para ofrecer un mejor servicio personalizado.					
1.C	El almacén realiza evaluaciones periódicas de la satisfacción del cliente para identificar áreas de mejora y brindar un mejor servicio en el futuro.					
1.D	El almacén solicita información relevante sobre la demografía y necesidades básicas del cliente de manera adecuada.					

1.E	El almacén utiliza la información registrada en el historial del cliente para brindar un servicio más personalizado y adaptado a sus necesidades individuales.					
1.F	El almacén realiza encuestas de satisfacción de manera regular y efectiva para evaluar el grado de satisfacción del cliente y tomar acciones correctivas si es necesario.					

Variable: Atención al cliente						
2. Expectativas del cliente		1	2	3	4	5
2.A	El almacén cumple con las promesas y compromisos realizados durante la atención al cliente.					
2.B	La experiencia del cliente con el almacén cumple o supera sus expectativas en términos de calidad de servicio y atención recibida.					
2.C	El almacén tiene una reputación sólida y positiva en cuanto a la calidad de atención al cliente, según la percepción y experiencia individual del cliente.					
2.D	El almacén cumple con las promesas y garantías ofrecidas en su publicidad y comunicaciones dirigidas a los clientes.					
2.E	La experiencia general del cliente con el almacén es satisfactoria y se ajusta a las expectativas que tenía antes					

	de interactuar con ella.					
2.F	El almacén goza de una buena reputación en el mercado en cuanto a la calidad y satisfacción del servicio que ofrece a sus clientes.					

ANEXO 3. MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Anexo 1.

CONSENTIMIENTO INFORMADO *

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

Título de la investigación: **Gestión de inventarios y atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.**

Investigadores: Segundo Wilmer Minchán Huaccha y Cinthia Alejandra Soto Lozano.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “**Gestión de inventarios y atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.**”, cuyo objetivo es Determinar la asociación entre gestión de inventarios y la atención al cliente. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Los Olivos, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se generará información valiosa sobre la gestión de inventarios y la atención al cliente, en particular en una empresa minera de Lima en el año 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 inventarios y atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en las instalaciones de la empresa minera estudiada y también de manera virtual con aquellas personas que realizan home office. 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 los Investigadores:

Segundo Wilmer Minchán Huaccha email: sminchanhu75@ucvvirtual.edu.pe

Cinthia Alejandra Soto Lozano email: csotolo1389@ucvvirtual.edu.pe

y Docente asesora:

Luna Gamarra Magaly Ericka email: mlunag12@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:

Firma:

[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 4

EVIDENCIAS Y PROCEDIMIENTO DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

1. Experto: Mgtr. Jorge Arturo Zapana Ruiz



Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Gestión de inventarios y atención al cliente en una empresa minera. Lima, 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 que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	ZAPANA RUIZ, JORGE ARTURO
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica()Social() Educativa (x)Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión Administrativa
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Escala de Likert)

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a los clientes externos
Autores	Soto Lozano Cinthia Alejandra y Segundo Wilmer Minchán Huaccha.
Procedencia:	Lima
Administración:	
Tiempo de aplicación:	10 – 15 minutos
Ámbito de aplicación:	
Significación:	1.- Totalmente de acuerdo. 2.- En desacuerdo. 3.- Indiferente. 4.- De acuerdo. 5.- Totalmente de acuerdo.

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

Variable	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de Inventarios	Planificación	Consiste en una serie de reglas, mecanismos y procedimientos que se utilizan constantemente con el objetivo de planificar, organizar, controlar los materiales y equipos utilizados en una determinada empresa, lo que resulta ser un elemento crucial para el control administrativo de la organización. Incluso existen sistemas que contribuyen a la estimación de los costos de los bienes que se compran, procesan y venden (Vásquez et al., 2020)
	Organización	
	Control	
Atención al Cliente	Identificación y necesidades básicas del cliente.	Según Gil (2020) La definición de la atención al cliente, sería la relación de actividades que desarrollan diversas organizaciones a través de identificar las necesidades básicas de sus clientes utilizando diferentes estrategias de marketing de modo que puedan cubrir esas expectativas que cada cliente pueda tener y que, indudablemente, se van a relacionar con la satisfacción para conseguir, como fin último la fidelización y repetición de la compra.
	Expectativas del cliente.	



5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los contratistas de la empresa minera, Elaborado por los alumnos, Soto Lozano Cinthia Alejandra y Segundo Wilmer Minchán Huaccha, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

Dimensiones del instrumento: Variable 1: Gestión de Inventarios

- Primera dimensión: **Planificación**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en objetivos, política y programación.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, los objetivos de gestión de inventarios están claramente definidos y son alcanzables. • Los objetivos de gestión de inventarios se revisan y actualizan regularmente en el almacén. 	4	4	4	
Política.	<ul style="list-style-type: none"> • Las políticas de gestión de inventarios en el almacén están bien establecidas y comunicadas a todos los usuarios. • La política de gestión de inventarios se comunica de manera efectiva en el almacén, asegurando que todos los empleados la entiendan. 	4	4	4	
Programación.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se realiza una programación eficiente para la gestión de inventarios. • La programación de la gestión de inventarios se lleva a cabo de manera sistemática y eficiente en el almacén. 	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Organización**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en valoración, Análisis y Registro.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Valoración.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se valora la importancia de una gestión de inventarios eficiente. • En el almacén, se realiza un análisis regular de la gestión de inventarios para identificar áreas de mejora y optimización. 	4	4	4	
Análisis.	<ul style="list-style-type: none"> • Se realiza un análisis exhaustivo de la gestión de inventarios en el almacén para satisfacer las necesidades de los clientes. • En el almacén se toman decisiones basadas en un análisis riguroso de la gestión de inventarios y las necesidades de los clientes. 	4	4	4	
Registro.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se lleva un registro detallado y preciso de todo el inventario disponible. • En el almacén se muestra un compromiso en mantener actualizado el registro de inventarios para mejorar la satisfacción de los clientes. 	4	4	4	

- Tercera dimensión: **Control**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en Variación, Parámetros y Rotación.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Variación.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se controla de manera efectiva la variación en los niveles de inventarios. • El almacén implementa controles adecuados para minimizar la variación en los niveles de inventario y evitar excesos o faltantes. 	4	4	4	
Parámetros.	<ul style="list-style-type: none"> • Se establecen parámetros claros y adecuados para controlar el inventario en el almacén. • En el almacén, se realizan ajustes oportunos para mantener los niveles de inventario dentro de los parámetros establecidos. 	4	4	4	
Rotación.	<ul style="list-style-type: none"> • La rotación del inventario se mide y controla de manera eficiente en el almacén. • Se realizan análisis periódicos de la rotación del inventario para identificar oportunidades de mejora y optimización. 	4	4	4	

Dimensiones del instrumento: Variable 2: Atención al cliente

- Primera dimensión: **Identificación y necesidades básicas del cliente.**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en demografía del cliente, registro del historial del cliente y evaluación de la satisfacción del cliente.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Demografía del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Considero que el almacén se preocupa por conocer mi demografía y características personales de los clientes para adaptar su atención. • El almacén solicita información relevante sobre la demografía y necesidades básicas del cliente de manera adecuada. 	4	4	4	
Registro del historial del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • El almacén registra y mantiene un historial completo de las interacciones anteriores del cliente para ofrecer un mejor servicio personalizado. • El almacén utiliza la información registrada en el historial del cliente para brindar un servicio más personalizado y adaptado a 	4	4	4	

	sus necesidades individuales.				
Evaluación de la satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> El almacén realiza evaluaciones periódicas de la satisfacción del cliente para identificar áreas de mejora y brindar un mejor servicio en el futuro. El almacén realiza encuestas de satisfacción de manera regular y efectiva para evaluar el grado de satisfacción del cliente y tomar acciones correctivas si es necesario. 	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Expectativas del cliente**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en promesas, experiencia y reputación.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promesas.	<ul style="list-style-type: none"> El almacén cumple con las promesas y compromisos realizados durante la atención al cliente. El almacén cumple con las promesas y garantías ofrecidas en su publicidad y comunicaciones dirigidas a los clientes. 	4	4	4	
Experiencia.	<ul style="list-style-type: none"> La experiencia del cliente con el almacén cumple o supera sus expectativas en términos de calidad de servicio y atención recibida. La experiencia general del cliente con el almacén es satisfactoria y se ajusta a las expectativas que tenía antes de interactuar con ella. 	4	4	4	
Reputación.	<ul style="list-style-type: none"> El almacén tiene una reputación sólida y positiva en cuanto a la calidad de atención al cliente, según la percepción y experiencia individual del cliente. El almacén goza de una buena reputación en el mercado en cuanto a la calidad y satisfacción del servicio que ofrece a sus clientes. 	4	4	4	

DNI: 44078388

Teléfono: 942534289



Firma del evaluador

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.



CINTHIA ALEJANDRA SOTO LOZANO <csotolo1389@ucvvirtual.edu.pe>

para JORGE ▾

20:30 (hace 10 minutos)



Estimado,

Mgr. Jorge Arturo Zapana Ruiz

Espero que este correo electrónico le encuentre bien. Me dirijo a usted con el fin de solicitar amablemente su revisión del cuestionario que he desarrollado como parte de un proyecto de investigación. Dado su destacada experiencia y conocimientos en el campo, considero que su perspectiva sería de gran valor para mejorar el cuestionario y garantizar su validez.

Adjunto a este correo electrónico encontrará el cuestionario en formato Word para su revisión. Agradezco de antemano su valioso tiempo y apoyo en este proceso. Sus comentarios y aportes serán fundamentales para asegurar la calidad y efectividad del cuestionario.

Quedo a la espera de sus comentarios y agradezco nuevamente su colaboración.

Atentamente,

Soto lozano Cinthia

Minchan Huaccha Segundo

REGISTRO NACIONAL DE
 Aplicativo
 Guía
X

GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

 BUSCAR

 IMPRIMIR

 LIMPIAR

****Si existe alguna observación en tu nombre o DNI haz clic aquí.**

Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
ZAPANA RUIZ, JORGE ARTURO DNI 44078388	MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA Fecha de diploma: 19/07/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 02/09/2019 Fecha egreso: 17/01/2021	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>
ZAPANA RUIZ, JORGE ARTURO DNI 44078388	LICENCIADO EN ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA Fecha de diploma: 28/06/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
ZAPANA RUIZ, JORGE ARTURO DNI 44078388	BACHILLER EN ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA Fecha de diploma: 29/02/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 29/03/2014 Fecha egreso: 23/12/2015	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>

2. Experto: Dra. Perales Mesta Consuelo Magdalena



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Gestión de inventarios y atención al cliente en una empresa minera. Lima, 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 que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Perales Mesta Consuelo Magdalena.
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica () Social (x) Educativa () Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	SALUD
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Escala de Likert)

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a los clientes externos
Autores	Soto Lozano Cinthia Alejandra Segundo Wilmer Minchán Huaccha.
Procedencia:	Lima
Administración:	
Tiempo de aplicación:	10 – 15 minutos
Ámbito de aplicación:	
Significación:	1.- Totalmente de acuerdo. 2.- En desacuerdo. 3.- Indiferente. 4.- De acuerdo. 5.- Totalmente de acuerdo.



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

Variable	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de Inventarios	Planificación	Consiste en una serie de reglas, mecanismos y procedimientos que se utilizan constantemente con el objetivo de planificar, organizar, controlar los materiales y equipos utilizados en una determinada empresa, lo que resulta ser un elemento crucial para el control administrativo de la organización. Incluso existen sistemas que contribuyen a la estimación de los costos de los bienes que se compran, procesan y venden (Vásconez et al., 2020)
	Organización	
	Control	
Atención al Cliente	Identificación y necesidades básicas del cliente.	Según Gil (2020) La definición de la atención al cliente, sería la relación de actividades que desarrollan diversas organizaciones a través de identificar las necesidades básicas de sus clientes utilizando diferentes estrategias de marketing de modo que puedan cubrir esas expectativas que cada cliente pueda tener y que, indudablemente, se van a relacionar con la satisfacción para conseguir, como fin último la fidelización y repetición de la compra.
	Expectativas del cliente.	

4



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los contratistas de la empresa minera, Elaborado por los alumnos, Soto Lozano Cinthia Alejandra y Segundo Wilmer Minchán Huaccha, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

4

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



Dimensiones del instrumento: Variable 1: **Gestión de Inventarios**

- Primera dimensión: **Planificación**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en objetivos, política y programación.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, los objetivos de gestión de inventarios están claramente definidos y son alcanzables. • Los objetivos de gestión de inventarios se revisan y actualizan regularmente en el almacén. 	4	4	4	
Política.	<ul style="list-style-type: none"> • Las políticas de gestión de inventarios en el almacén están bien establecidas y comunicadas a todos los usuarios. • La política de gestión de inventarios se comunica de manera efectiva en el almacén, asegurando que todos los empleados la entiendan. 	4	4	4	
Programación.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se realiza una programación eficiente para la gestión de inventarios. • La programación de la gestión de inventarios se lleva a cabo de manera sistemática y eficiente en el almacén. 	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Organización**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en valoración, Análisis y Registro.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Valoración.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, el personal valora la importancia de una gestión de inventarios eficiente. • En la Gestión de Inventarios de Almacenes, se identifica áreas de mejora y optimización según análisis regular. 	4	4	4	
Análisis.	<ul style="list-style-type: none"> • Se realiza un análisis exhaustivo de la gestión de inventarios en el almacén para satisfacer las necesidades de los clientes. • En el almacén se toman decisiones basadas en un análisis riguroso de la gestión de inventarios y las necesidades de los clientes. 	4	4	4	
Registro.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se lleva un registro detallado y preciso de todo el inventario disponible. • En el almacén se muestra un compromiso en mantener actualizado el registro de inventarios para mejorar la satisfacción de los clientes. 	4	4	4	



- Tercera dimensión: **Control**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en Variación, Parámetros y Rotación.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Variación.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se controla de manera efectiva la variación en los niveles de inventarios. • El almacén implementa controles adecuados para minimizar la variación en los niveles de inventario y evitar excesos o faltantes. 	4	4	4	
Parámetros.	<ul style="list-style-type: none"> • Se establecen parámetros claros y adecuados para controlar el inventario en el almacén. • En el almacén, se realizan ajustes oportunos para mantener los niveles de inventario dentro de los parámetros establecidos. 	4	4	4	
Rotación.	<ul style="list-style-type: none"> • La rotación del inventario se mide y controla de manera eficiente en el almacén. • Se realizan análisis periódicos de la rotación del inventario para identificar oportunidades de mejora y optimización. 	4	4	4	

Dimensiones del instrumento: Variable 2: Atención al cliente

- Primera dimensión: **Identificación y necesidades básicas del cliente.**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en demografía del cliente, registro del historial del cliente y evaluación de la satisfacción del cliente.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Demografía del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Considero que el personal del almacén se preocupa por conocer mi demografía y características personales de los clientes para adaptar su atención. • El personal del almacén solicita información relevante sobre la demografía y necesidades básicas del cliente de manera adecuada. 	4	4	4	
Registro del historial del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén se registra y mantiene un historial completo de las interacciones anteriores del cliente para ofrecer un mejor servicio personalizado. • En el almacén se utiliza la información registrada en el 	4	4	4	



	historial del cliente para brindar un servicio más personalizado y adaptado a sus necesidades individuales				
Evaluación de la satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> En el almacén se realiza evaluaciones periódicas de la satisfacción del cliente para identificar áreas de mejora y brindar un mejor servicio en el futuro. En el almacén se realiza encuestas de satisfacción de manera regular y efectiva para evaluar el grado de satisfacción del cliente y tomar acciones correctivas si es necesario. 	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Expectativas del cliente**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en promesas, experiencia y reputación.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promesas.	<ul style="list-style-type: none"> En el almacén se cumple con las promesas y compromisos realizados durante la atención al cliente. En el almacén se cumple con las promesas y garantías ofrecidas en su publicidad y comunicaciones dirigidas a los clientes. 	4	4	4	
Experiencia.	<ul style="list-style-type: none"> La experiencia del cliente con el almacén cumple o supera sus expectativas en términos de calidad de servicio y atención recibida. La experiencia general del cliente con el almacén es satisfactoria y se ajusta a las expectativas que tenía antes de interactuar con ella. 	4	4	4	
Reputación.	<ul style="list-style-type: none"> En el almacén se tiene una reputación sólida y positiva en cuanto a la calidad de atención al cliente, según la percepción y experiencia individual del cliente. En el almacén se goza de una buena reputación en el mercado en cuanto a la calidad y satisfacción del servicio que ofrece a sus clientes. 	4	4	4	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DNI:40317189

Teléfono: 938102463

Firma del evaluador

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, Hyrkäs 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 Hyrkäs et al. (2003).

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

CINTHIA ALEJANDRA SOTO LOZANO <csotolo1389@ucvvirtual.edu.pe>
para cpermesta ▾

20:16 (hace 24 minutos) ☆ ↶ ⋮

Estimada . Dra. Perales Mesta Consuelo.

Espero que este correo electrónico le encuentre bien. Me dirijo a usted con el fin de solicitar amablemente su revisión del cuestionario que he desarrollado como parte de un proyecto de investigación. Dado su destacada experiencia y conocimientos en el campo, considero que su perspectiva sería de gran valor para mejorar el cuestionario y garantizar su validez.

Adjunto a este correo electrónico encontrará el cuestionario en formato Word para su revisión. Agradezco de antemano su valioso tiempo y apoyo en este proceso. Sus comentarios y aportes serán fundamentales para asegurar la calidad y efectividad del cuestionario.

Quedo a la espera de sus comentarios y agradezco nuevamente su colaboración.

Atentamente,

Soto lozano Cinthia

Minchan Huaccha Segundo

GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

BUSCAR IMPRIMIR LIMPIAR

(**)Si existe alguna observación en tu nombre o DNI [haz clic aquí.](#)

Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
PERALES MESTA, CONSUELO MAGDALENA DNI 40317189	DOCTORA EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD Fecha de diploma: 10/10/18 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 05/01/2015 Fecha egreso: 31/12/2016	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
PERALES MESTA, CONSUELO MAGDALENA DNI 40317189	MAGISTER EN GESTION PUBLICA Fecha de diploma: 26/06/16 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
PERALES MESTA, CONSUELO MAGDALENA DNI 40317189	ECONOMISTA Fecha de diploma: 06/11/2004 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO <i>PERU</i>
PERALES MESTA, CONSUELO MAGDALENA DNI 40317189	BACHILLER EN ECONOMIA Fecha de diploma: 20/03/2003 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO <i>PERU</i>

3. Experto: Mgtr. Terrones Toribio Nadia Consuelo



Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Gestión de inventarios y atención al cliente en una empresa minera. Lima, 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 que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	TERRONES TORIBIO, NADIA CONSUELO
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica() Social() Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Escala de Likert)

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a los clientes externos
Autores	Soto Lozano Cinthia Alejandra y Segundo Wilmer Minchán Huaccha.
Procedencia:	Lima
Administración:	
Tiempo de aplicación:	10 – 15 minutos
Ámbito de aplicación:	
Significación:	1.- Totalmente de acuerdo. 2.- En desacuerdo. 3.- Indiferente. 4.- De acuerdo. 5.- Totalmente de acuerdo.

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

Variable	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de Inventarios	Planificación	Consiste en una serie de reglas, mecanismos y procedimientos que se utilizan constantemente con el objetivo de planificar, organizar, controlar los materiales y equipos utilizados en una determinada empresa, lo que resulta ser un elemento crucial para el control administrativo de la organización. Incluso existen sistemas que contribuyen a la estimación de los costos de los bienes que se compran, procesan y venden (Vásconez et al., 2020)
	Organización	
	Control	
Atención al Cliente	Identificación y necesidades básicas del cliente.	Según Gil (2020) La definición de la atención al cliente, sería la relación de actividades que desarrollan diversas organizaciones a través de identificar las necesidades básicas de sus clientes utilizando diferentes estrategias de marketing de modo que puedan cubrir esas expectativas que cada cliente pueda tener y que, indudablemente, se van a relacionar con la satisfacción para conseguir, como fin último la fidelización y repetición de la compra.
	Expectativas del cliente.	



5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los contratistas de la empresa minera, Elaborado por los alumnos, Soto Lozano Cinthia Alejandra y Segundo Wilmer Minchán Huaccha, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

Dimensiones del instrumento: Variable 1: Gestión de Inventarios

- Primera dimensión: **Planificación**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en objetivos, política y programación.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, los objetivos de gestión de inventarios están claramente definidos y son alcanzables. • Los objetivos de gestión de inventarios se revisan y actualizan regularmente en el almacén. 	4	4	4	4
Política.	<ul style="list-style-type: none"> • Las políticas de gestión de inventarios en el almacén están bien establecidas y comunicadas a todos los usuarios. • La política de gestión de inventarios se comunica de manera efectiva en el almacén, asegurando que todos los empleados la entiendan. 	4	4	4	4
Programación.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se realiza una programación eficiente para la gestión de inventarios. • La programación de la gestión de inventarios se lleva a cabo de manera sistemática y eficiente en el almacén. 	4	4	4	4

- Segunda dimensión: **Organización**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en valoración, Análisis y Registro.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Valoración.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se valora la importancia de una gestión de inventarios eficiente. • En el almacén, se realiza un análisis regular de la gestión de inventarios para identificar áreas de mejora y optimización. 	4	4	4	4
Análisis.	<ul style="list-style-type: none"> • Se realiza un análisis exhaustivo de la gestión de inventarios en el almacén para satisfacer las necesidades de los clientes. • En el almacén se toman decisiones basadas en un análisis riguroso de la gestión de inventarios y las necesidades de los clientes. 	4	4	4	4
Registro.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se lleva un registro detallado y preciso de todo el inventario disponible. • En el almacén se muestra un compromiso en mantener actualizado el registro de inventarios para mejorar la satisfacción de los clientes. 	4	4	4	4

- Tercera dimensión: **Control**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en Variación, Parámetros y Rotación.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Variación.	<ul style="list-style-type: none"> • En el almacén, se controla de manera efectiva la variación en los niveles de inventarios. • El almacén implementa controles adecuados para minimizar la variación en los niveles de inventario y evitar excesos o faltantes. 	4	4	4	4
Parámetros.	<ul style="list-style-type: none"> • Se establecen parámetros claros y adecuados para controlar el inventario en el almacén. • En el almacén, se realizan ajustes oportunos para mantener los niveles de inventario dentro de los parámetros establecidos. 	4	4	4	4
Rotación.	<ul style="list-style-type: none"> • La rotación del inventario se mide y controla de manera eficiente en el almacén. • Se realizan análisis periódicos de la rotación del inventario para identificar oportunidades de mejora y optimización. 	4	4	4	4

Dimensiones del instrumento: Variable 2: Atención al cliente

- Primera dimensión: **Identificación y necesidades básicas del cliente.**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en demografía del cliente, registro del historial del cliente y evaluación de la satisfacción del cliente.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Demografía del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Considero que el almacén se preocupa por conocer mi demografía y características personales de los clientes para adaptar su atención. • El almacén solicita información relevante sobre la demografía y necesidades básicas del cliente de manera adecuada. 	4	4	4	4
Registro del historial del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • El almacén registra y mantiene un historial completo de las interacciones anteriores del cliente para ofrecer un mejor servicio personalizado. • El almacén utiliza la información registrada en el historial del cliente para brindar un servicio más personalizado y adaptado a 	4	4	4	4

	sus necesidades individuales.				
Evaluación de la satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> El almacén realiza evaluaciones periódicas de la satisfacción del cliente para identificar áreas de mejora y brindar un mejor servicio en el futuro. El almacén realiza encuestas de satisfacción de manera regular y efectiva para evaluar el grado de satisfacción del cliente y tomar acciones correctivas si es necesario. 	4	4	4	4

- Segunda dimensión: **Expectativas del cliente**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el indicador en promesas, experiencia y reputación.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promesas.	<ul style="list-style-type: none"> El almacén cumple con las promesas y compromisos realizados durante la atención al cliente. El almacén cumple con las promesas y garantías ofrecidas en su publicidad y comunicaciones dirigidas a los clientes. 	4	4	4	4
Experiencia.	<ul style="list-style-type: none"> La experiencia del cliente con el almacén cumple o supera sus expectativas en términos de calidad de servicio y atención recibida. La experiencia general del cliente con el almacén es satisfactoria y se ajusta a las expectativas que tenía antes de interactuar con ella. 	4	4	4	4
Reputación.	<ul style="list-style-type: none"> El almacén tiene una reputación sólida y positiva en cuanto a la calidad de atención al cliente, según la percepción y experiencia individual del cliente. El almacén goza de una buena reputación en el mercado en cuanto a la calidad y satisfacción del servicio que ofrece a sus clientes. 	4	4	4	4

DNI:41505193

Teléfono: 978811553



MG. Nadia Consuelo Terrones Toribio

_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 expertise y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1988) (citados en McCartney et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20** **expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10** **expertos** brindarían 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 Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.ojs.uta.ac.za/index.php/2017/23.pdf> entre otra bibliografía.



CINTHIA ALEJANDRA SOTO LOZANO <csotolo1389@ucvvirtual.edu.pe>
para terrones ▾

20:38 (hace 0 minutos) ☆ ↶ ⋮

Estimada . Terrones Toribio Nadia Consuelo

Espero que este correo electrónico le encuentre bien. Me dirijo a usted con el fin de solicitar amablemente su revisión del cuestionario que he desarrollado como parte de un proyecto de investigación. Dado su destacada experiencia y conocimientos en el campo, considero que su perspectiva sería de gran valor para mejorar el cuestionario y garantizar su validez.

Adjunto a este correo electrónico encontrará el cuestionario en formato Word para su revisión. Agradezco de antemano su valioso tiempo y apoyo en este proceso. Sus comentarios y aportes serán fundamentales para asegurar la calidad y efectividad del cuestionario.

Quedo a la espera de sus comentarios y agradezco nuevamente su colaboración.

Atentamente,

Soto lozano Cinthia

Minchan Huaccha Segundo

Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
TERRONES TORIBIO, NADIA CONSUELO DNI 41606193	MAESTRA EN CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRACION DE NEGOCIOS Fecha de diploma: 16/10/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>
TERRONES TORIBIO, NADIA CONSUELO DNI 41606193	CONTADOR PUBLICO Fecha de diploma: 29/12/2006 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>
TERRONES TORIBIO, NADIA CONSUELO DNI 41606193	TITULO DE CONTADOR PUBLICO Fecha de diploma: 29/12/2006 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>
TERRONES TORIBIO, NADIA CONSUELO DNI 41606193	BACHILLER EN CIENCIAS ECONOMICAS Fecha de diploma: 29/05/2003 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i>

(***) La falta de información de este campo, no involucra por sí misma un error o la invalidez de la inscripción del grado y/o título, puesto que, a la fecha de su registro, no era obligatorio declarar dicha información. Sin perjuicio de lo señalado, de requerir mayor detalle, puede contactarnos a nuestra central telefónica: 01 500 3930, de lunes a viernes, de 08:30 a.m. a 4:30 p. m.

Anexo 5

AUTORIZACION DE LA EMPRESA, PARA APLICACION DEL INSTRUMENTO

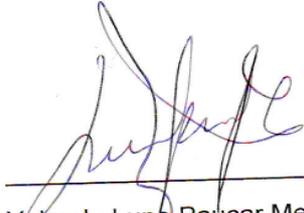
AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo, **Yolanda Lupe Paucar Medina**, identificada con **DNI 43421128**, en mi calidad de jefe del área de Logística de la empresa **Cerro de Pasco Resources Subsidiaria del Perú S.A.C** con R.U.C N°20516488973, ubicada en la ciudad de Lima, distrito de San Isidro.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A los señores: **Segundo Wilmer Minchán Huaccha** Identificado con **DNI N°18149966** y **Cinthia Alejandra Soto Lozano** Identificado con **DNI N°46105817**, de la Carrera profesional Administración, para realizar la investigación titulada: **Gestión de inventarios y atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023;** con la finalidad de que pueda desarrollar la Tesis, para optar el Título Profesional.

- Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
 Mencionar el nombre de la empresa.

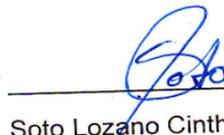


Yolanda Lupe Paucar Medina
DNI: 43421128

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



Minchán Huaccha Segundo Wilmer
DNI: 18149966



Soto Lozano Cinthia Alejandra
DNI: 46105817

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: 20516488973
Cerro de Pasco Resources Subsidiaria del Perú SAC	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos:	DNI:
Yolanda Lupe Paucar Medina	43421128

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:	
Gestión de inventarios y atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023	
Nombre del Programa Académico:	
Administración	
Autores:	DNI:
Segundo Wilmer Minchán Huaccha	18149966
Cinthia Alejandra Soto Lozano	46105817

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.

Lima, 12 de Setiembre del 2023



Yolanda Lupe Paucar Medina
DNI: 43421128

(*) 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 6. MATRIZ DE DATOS (Prueba Piloto (IX ciclo) y Muestra (X ciclo))

VARIABLE 1: GESTION DE INVENTARIOS																						
PLANIFICACION							ORGANIZACIÓN						CONTROL									
N°	item1	item2	item3	item4	item5	item6	Planificación	item7	item8	item9	item10	item11	item12	Organización	item13	item14	item15	item16	item17	item18	Control	Gestión
1	5	5	5	5	4	5	29	4	5	4	4	5	5	27	5	4	5	4	5	5	28	84
2	3	4	4	4	5	4	24	5	4	5	4	4	3	25	4	3	4	4	3	4	22	71
3	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	4	5	4	26	5	4	4	4	5	5	27	82
4	4	4	3	3	4	4	22	5	3	4	5	4	4	25	4	3	5	5	4	4	25	72
5	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	4	26	5	3	5	4	4	5	26	82
6	4	5	3	4	3	5	24	3	2	3	5	5	4	22	4	4	3	5	3	4	23	69
7	4	4	5	3	3	4	23	4	3	4	5	5	3	24	4	3	3	5	5	5	25	72
8	5	5	5	5	5	5	30	5	3	4	4	4	4	24	5	4	4	5	3	5	26	80
9	5	5	5	3	4	4	26	5	4	5	3	4	3	24	5	3	5	4	5	4	26	76
10	4	5	4	3	4	4	24	4	4	3	5	4	3	23	5	3	4	4	5	4	25	72
11	4	4	4	3	3	5	23	4	2	5	4	5	4	24	4	4	3	5	3	5	24	71
12	4	5	5	4	4	4	26	5	3	4	3	4	3	22	4	4	5	4	4	5	26	74

VARIABLE 2: ATENCION AL CLIENTE															
IDENTIFICACION Y NECESIDADES BASICAS DEL CLIENTE							EXPECTATIVAS DEL CLIENTE								
N°	item 19	item 20	item 21	item 22	item 23	item 24	Identificación	item25	item26	item27	item28	item29	item30	Expectativa	Atención
1	5	4	2	3	2	4	20	4	4	2	4	4	3	21	41
2	2	2	2	2	3	1	12	4	2	2	5	3	2	18	30
3	2	3	2	2	3	1	13	4	2	2	5	3	2	18	31
4	4	4	3	2	3	3	19	4	4	2	4	4	3	21	40
5	3	2	3	2	2	1	13	4	2	2	4	4	3	19	32
6	3	2	3	3	2	1	14	4	2	2	4	3	2	17	31
7	4	5	2	3	3	5	22	4	4	2	5	3	3	21	43
8	2	5	3	3	3	1	17	4	4	2	4	4	3	21	38
9	5	4	3	3	2	3	20	4	4	2	5	3	2	20	40
10	3	3	3	2	2	1	14	4	4	2	5	3	2	20	34
11	2	2	2	3	3	1	13	4	2	2	4	4	3	19	32
12	5	4	2	3	3	2	19	4	3	3	4	4	3	21	40

	N_ENCUESTAS	V1_GESTIÓN_INVENTARIO	D1_PLANIFICACIÓN	P1	P2	P3	P4	P5	P6	D2_ORGANIZACIÓN	P7	P8	P9	P10	P11	P12	D3_C...
1	1	85	29	5	5	5	5	4	5	28	4	5	4	5	5	5	5
2	2	73	25	4	4	4	4	5	4	25	5	4	5	4	4	4	3
3	3	83	29	4	5	5	5	5	5	26	4	4	5	4	5	4	4
4	4	75	25	4	5	3	5	4	4	25	5	3	4	5	4	4	4
5	5	84	30	5	5	5	5	5	5	27	5	4	5	4	5	4	4
6	6	72	24	4	5	3	4	3	5	24	4	2	4	5	5	4	4
7	7	76	26	4	4	5	4	5	4	24	4	3	4	5	5	3	3
8	8	83	30	5	5	5	5	5	5	26	5	3	4	5	4	5	5
9	9	76	26	5	5	5	3	4	4	24	5	4	5	3	4	3	3
10	10	77	26	4	5	5	4	4	4	25	4	5	3	5	4	4	4
11	11	76	25	4	5	4	3	4	5	25	4	3	5	4	5	4	4
12	12	77	26	4	5	5	4	4	4	24	5	3	5	4	4	3	3

	D3_CONTROL	P13	P14	P15	P16	P17	P18	V2_ATENCIÓN_CLIENTE	D4_IDENTIFICACIÓN_NECES.	P19	P20	P21	P22	P23	P24	D5_EXPECTATIVAS_CLIENTES	P25
1	28	5	4	5	4	5	5	43	21	5	4	3	3	2	4	22	22
2	23	4	3	4	5	3	4	32	13	2	2	2	3	3	1	19	19
3	28	5	4	5	4	5	5	33	14	2	3	3	2	3	1	19	19
4	25	4	3	5	5	4	4	42	20	4	4	3	2	4	3	22	22
5	27	5	4	5	4	4	5	35	15	3	2	3	4	2	1	20	20
6	24	4	4	3	5	4	4	33	15	3	2	4	3	2	1	18	18
7	26	4	3	4	5	5	5	45	23	4	5	2	3	4	5	22	22
8	27	5	4	4	5	4	5	41	19	3	5	3	4	3	1	22	22
9	26	5	3	5	4	5	4	41	20	5	4	3	3	2	3	21	21
10	26	5	3	4	5	5	4	37	16	3	4	3	2	3	1	21	21
11	26	4	4	4	5	4	5	35	15	2	2	3	4	3	1	20	20
12	27	4	4	5	4	5	5	43	21	5	4	2	3	4	3	22	22
13																	

Anexo 7

Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS PRINCIPAL	VARIABLES	DISEÑO METODOLOGICO
¿Qué asociación existe entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023?	Determinar la asociación entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.	Existe asociación positiva entre la gestión de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.	Variable 1 Gestión de inventarios.	<p>Tipo de investigación La investigación será del tipo básica dado consolidará información científica con relación a las variables gestión de inventarios y atención al cliente.</p> <p>Diseño de investigación El diseño de nuestra investigación será no experimental como los tipos de investigaciones sistemáticas y empíricas en la que no existe manipulación de las variables independientes.</p> <p>Área de estudio Empresa minera. Lima, 2023</p> <p>Población, muestra Clientes</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Valoración: Alfa Cronbach Paquete estadístico SPSS</p>
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS	<p>Dimensión 1 Planificación</p> <p>Dimensión 2 Organización</p> <p>Dimensión 3 Control</p>	
¿Qué asociación existe entre la planificación de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023?	Determinar la asociación entre la planificación de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.	Existe una asociación positiva entre la planificación de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.	Variable 2 Atención al cliente	
¿Qué asociación existe entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023?	Determinar la asociación entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.	Existe una asociación positiva entre la organización de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023	Dimensión 1 Identificación y necesidades básicas del cliente	
¿Qué asociación existe entre el control de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023?	Determinar la asociación del control de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.	Existe una asociación positiva entre el control de inventarios y la atención al cliente en una empresa minera. Lima, 2023.	Dimensión 2 Expectativas del cliente	