



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Gestión de Inventarios y servicio al cliente en la empresa Maestro, Callao -
2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Yllaconza Tirado, Renzo Santiago

Asesor:

Dr. Israel Barrutia Barreto

Línea de investigación:

Administración de operaciones

PERÚ

2018



ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0066-2018-DPI /UCV/DA-EP-ADM-FL-C

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, presentado en la modalidad de Desarrollo de Proyecto de Investigación.

Presentado por Don:

YLLACONZA TIRADO, RENZO SANTIAGO.

Cuyo Título es:

“GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA MAESTRO, CALLAO - 2018”

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:

NÚMERO	LETRAS	CONDICIÓN
17	DIECISIETE	APROBADO POR UNANIMIDAD

DESAPROBADO	00-10 PUNTOS ()
APROBAR POR MAYORIA	11-13 PUNTOS ()
APROBADO POR UNANIMIDAD	14-17 PUNTOS (X)
APROBADO POR EXCELENCIA	18-20 PUNTOS ()

PRESIDENTE : DR. LEON ESPINOZA LESSNER

FIRMA

SECRETARIO : DR. BARRUTIA BARRETO ISRAEL

FIRMA

VOCAL : MGTR. LOPEZ LANDAURO RAFAEL ARTURO

FIRMA

Nota: En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Callao, 09 de Julio de 2018



Mgtr. *Rafael A. Lopez Landauro*
Coordinador de la Carrera Profesional de Administración
UCV-Filial Callao

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

Dedicatoria

En primer lugar a Dios, por brindarme la sabiduría y el conocimiento necesario para alcanzar mis metas y objetivos trazados; además de las duras pruebas que ayudan a desarrollarme día a día como persona.

En segundo lugar a mi familia, por ser mi soporte en esta travesía de mi carrera, a mi señora madre Doris por la paciencia y comprensión, a mi padre Ricardo por ser mi guía y mentor tanto en la vida como en mi preparación educacional.

A mi novia Kimberly por el apoyo y siempre apoyarme en mis momentos más saturados durante mi proceso académico.

Agradecimientos

En primer lugar, a Dios por la vida y sabiduría que me da día a día, a mis padres que sin ellos no estaría donde estoy y a mi asesor que me guio todo el recorrido para la realización de esta investigación.

Declaración de autenticidad

Yo, RENZO SANTIAGO YLLACONZA TIRADO con DNI N. ° 70865329, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 09 julio de 2018



YLLACONZA TIRADO, RENZO SANTIAGO

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la tesis titulada *Gestión de inventarios y servicio al cliente en la empresa Maestro, Callao - 2018*, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciado en Administración.

El autor

Índice

Dedicatoria	iii
Declaración de autenticidad	v
Presentación.....	vi
I. Introducción	11
1.1. Realidad Problemática:.....	11
1.2. Trabajos previos.....	13
1.2.1. Internacionales	13
1.2.2. Nacionales.....	15
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	16
1.3.1. Gestión de Inventarios	16
1.3.2. Servicio al cliente	19
1.4. Formulación del problema.....	19
1.4.1. General.....	19
1.4.2. Específicos	19
1.5. Justificación de estudio.....	20
1.6. Hipótesis	21
1.6.1. Hipótesis general	21
1.6.2. Hipótesis específicas.....	21
1.7. Objetivos.....	22
1.7.1. General.....	22
1.7.2. Específicos	22
II. Método.....	23
2.2.1. Operacionalización de variables.....	24
2.2.2. Operacionalidad de las Variables	28
2.3. Población, Unidad de muestreo y Muestra	30
2.3.1 Población	30
2.3.2. Unidad de muestreo.	30
2.3.3. Muestra	30
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	31
2.4.1. Técnica.....	31
2.4.2. Instrumento	31
III Resultados.....	35
3.1. Análisis de resultados	35

3.2. Análisis de prueba de normalidad	36
3.3. Prueba de Hipótesis Correlacional.	37
3.3.1. Hipótesis general.	37
3.3.2. Hipótesis específica 1	38
3.3.3 Hipótesis específica 2	39
3.3.4. Hipótesis específica 3.	40
IV. Discusión.....	42
4.1. Discusión- Hipótesis General	42
4.2. Discusión- Hipótesis especifica 1	43
V. Conclusiones.....	47
VI. Recomendaciones	48
Referencias Bibliográficas	49
Anexos	52

Lista de tablas

Tabla 1 Variable 1: Gestión de inventarios	28
Tabla 2 . Variable 2: Servicio al cliente	29
Tabla 3. Confiabilidad.....	32
Tabla 4 . Cuadro estadístico de fiabilidad de la variable 1 (Gestión de inventarios)	32
Tabla 5 . Estadísticas de fiabilidad de la variable 1 (Gestión de inventarios).....	33
Tabla 6 . Cuadro estadístico de fiabilidad de la variable 2 (servicio al cliente).....	33
Tabla 7 . Estadísticas de fiabilidad de la variable 2 (servicio al cliente)	33
Tabla 8 . Cuadro estadístico de fiabilidad de las variables	34
Tabla 9 . Estadísticas de fiabilidad de las variables.....	34
Tabla 10 . Cuadro resumen de análisis descriptivo/frecuencias	35
Tabla 11 . Prueba de normalidad	36
Tabla 12 . Interpretación del coeficiente de correlación rho de Spearman	37
Tabla 13 . Correlación de variables de la hipótesis general	38
Tabla 14 . Correlación de variables de la hipótesis específica 1	39
Tabla 15 . Correlación de variables de la hipótesis específica 2	40
Tabla 16 . Correlación de variables de la hipótesis específica 3	41

RESUMEN

La actual investigación persigue con el propósito de determinar la relación de la gestión de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018. Lo cual implicó explorar diferentes fuentes de información de carácter científico para su ejecución respectiva. El método que se empleó fue hipotético deductivo, con un enfoque cuantitativo, así mismo de tipo aplicada, con un nivel descriptivo – Correlacional y con un diseño no experimental – transversal. La población que se obtuvo en esta investigación fue conformada por el conjunto de elementos que fueron los trabajadores de la empresa Maestro Callao, a su vez la muestra establecida fue de 86 personas. Como instrumento de medición se realizó un cuestionario de veinte preguntas dirigida hacia los trabajadores de la empresa Maestro Callao, procediendo a analizarlos mediante el software estadístico SPSS 23, para saber su grado de confiabilidad por medio del Alfa de Cronbach, con el propósito de determinar la relación de la variable independiente y variable dependiente. Finalmente se obtuvo resultados significativos que demostraron que la gestión de inventarios se relaciona con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao. Palabras

Claves: Gestión de inventarios, servicio al cliente e inventarios.

ABSTRACT

The current research is aimed at determining the relationship between inventory management and customer service at Maestro Callao, 2018. This involved exploring different sources of scientific information for their respective implementation. The method used was hypothetical deductive, with a quantitative approach, as well as an applied type descriptive – correlational level and a transversal- non experimental design. The population that was obtained in this research was formed by the set of elements that were the workers of the company Maestro Callao, in turn the established sample was 86 people. As measurement instrument, a twenty questions questionnaire was conducted for the employees of Maestro Callao, and they were analyzed using the statistical software SPSS 23, to determine their degree of reliability using Cronbach's Alfa, Finally, significant results were obtained that showed that inventory management is related to the customer service of Maestro Callao.

Keywords: Inventory management, customer service and inventories.

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática:

En la actualidad, las entidades organizacionales se encuentran en persistente disputa con el fin de destacar sobre sus competidores, La gestión de inventarios es un proceso que abarca el control, manejo, distribución, rotación de stocks y reposición de existencias de los bienes de una empresa. Hasta inicio de los años ochenta, los inventarios tenían un valor económico de especulación. Hoy en día se han transformado en una herramienta que sirve para complacer la demanda y satisfacer las necesidades del cliente.

Así mismo, según la revista América Economía (2018) “uno de los primordiales motivos que perjudican a los empresarios mexicanos en la actualidad, es no saber cómo realizar una óptima gestión de los inventarios (...) Esto implica que usualmente se tomen malas decisiones, por la falta de información y en consecuencia se vea afectada la empresa, para el 2019 se estima que más del 30% de pymes y 5% de medianas empresas en México tendrán bajas ventas o en el peor de los casos lleguen a cerrar; por tener un mal manejo de sus inventarios” (p.2).

En el Perú según el diario El Peruano publicado el 22 Julio del 2017 sobre la gestión de inventarios es importante precisar que en Perú, no todas las empresas requieren de un servicio de gestión logística de inventarios integral, puesto que para cada una de ellas hay un nicho; es decir, solo en Lima y Callao el 78% de las empresas logísticas aplican solo almacenamiento y gestión, otras un 26% únicamente distribución, otras de 22% un mix de ambos, etc. Por ello, es difícil precisar un modelo único de gestión de inventarios.

Añadiendo a ello, las empresas deben aferrarse a un proceso de gestión de inventarios; ya que dicho proceso ayuda al crecimiento y desarrollo de estas, puesto que permite obtener una visión correcta de un óptimo manejo de sus bienes; teniendo como fin una buena rentabilidad en la organización.

La empresa Maestro Callao, es una entidad especializada en el negocio de artículos de mejoramiento del hogar y del sector de la construcción, facilitando la realización de proyectos del hogar de sus clientes ofreciéndole una alta variedad de artículos del hogar y de construcción. Actualmente en Maestro Callao, no se está dando un óptimo manejo de la gestión de inventarios hacia los puntos de venta a reponer;

puesto que, no se llega a cumplir con los cronogramas establecidos de reposición, ya sea por motivos de falta de tiempo, personal de almacén ausente, ocasionando una mala rotación de stocks en los puntos de venta, mala rotulación de Bincards de los productos a reponer y deficiente comunicación entre los trabajadores de dicha empresa.

Así mismo, el principal problema en la gestión de inventarios, se da en el área de almacén, dicha área se encuentra desorganizada; debido que, la mercadería que se encuentra en el almacén, no está clasificada ni rotulada para su rápida reposición hacia los puntos de venta; puesto que, esto ha originado inconformidad en el cumplimiento del proceso de control de la mercadería en la tienda; teniendo como consecuencia un malestar en los clientes, a su vez un mal servicio al cliente. Por ende, esto conlleva a tener una desventaja competitiva de la empresa Maestro Callao respecto a otras de su mismo rubro.

Otro problema en la empresa Maestro Callao, es cuando no se cumple con la reposición de los productos o mercadería hacia los puntos de venta, solicitados en el cronograma de reposición por parte del personal de ventas, que son los anaqueles y racks que exhiben los productos dentro de la tienda. Al no cumplir con el cronograma establecido se generan rotura de stocks, a pesar que se tenga mercadería a reponer en el almacén, esto ocasiona un malestar para el personal de ventas; ya que al no tener un stock de mercadería no se podrá vender, dando así una mala imagen de la tienda Maestro Callao.

Estos problemas que se dan en la empresa Maestro Callao, ha generado malestar en el cliente; ya que, al no contar con la mercadería respuesta, conlleva a que el cliente tenga una mala experiencia de compra; esto tiene como consecuencia; que el cliente se lleve un mal concepto sobre la empresa, causando un bajo rendimiento con respecto al servicio al cliente, obteniendo baja rentabilidad; haciendo que el cliente ya no regrese a comprar en la tienda Maestro Callao.

En síntesis, de acuerdo a la presente investigación, se busca hallar la relación de la gestión de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao 2018 y de acuerdo a los resultados obtenidos, recomendar mejoras en la gestión de inventarios, dando como referencia y/o ejemplos de mejoras continuas para la gestión de inventarios en los sectores de ventas de materiales para la construcción; de manera que se pueda dar

un mejor servicio al cliente alcanzando una buena competitividad y rentabilidad de la empresa Maestro Callao.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Internacionales

Según Granda, G. y Rodriguez, R. (2013) con su tesis titulada: “*Diseño de un sistema de control basado en el Método ABC de gestión de inventarios, a través de indicadores de medición, aplicado a un estudio fotográfico en la ciudad de Machala*”, Ecuador, realizada en la Escuela superior Politecnica del litoral ESPOL, para la obtención de tesis de grado de Ingeniero en Auditoria y Contaduria Publica Autorizada, tipo de investigacion metodologica aplicada. Los autores presentan como objetivo general: Implementar un proceso de gestión de inventario aplicando el sistema ABC, del cual se podrá orientar a la gerencia reducir el valor de los componentes de fabricación y operar los instrumentos fotográficos, con la finalidad de tener una buena productividad de acuerdo al rubro del cual se dedica, así mismo se busca maximizar los índices de eficiencia de las actividades que se dedica el estudio fotográfico. Habiendo llegado a los autores a la siguiente conclusión: De acuerdo a la hipótesis planteada, se pudo deducir que es viable la reducción de los valores asociados a los stocks de mercadería, si se identifican y verifican convenientemente en principio del sistema ABC, que anexan estándares definidos para una acertada dirección del control de los stocks de mercadería. Con dicho sistema sugerido, se halló una disminución del 41.39% de los componentes de fabricación en la despensa de los inventarios de merma. En base de relación con mi investigación: el sistema de control de inventarios nos muestra los pasos para cumplir si se da de una manera eficiente el correcto manejo de los inventarios, donde se puede verificar, si se obtiene pérdidas se llega a establecer nuevos cambios o nuevas tomas de decisiones para el desarrollo de una óptima gestión de inventarios.

Barrera, Y. (2014) con su investigación titulada “*Estrategias gerenciales para la optimización de la gestión del control de inventario de la empresa distribuidora Nubecitas, C.A.*” desarrollada en la Universidad Nueva Espartana, Venezuela, para la obtención de grado de Licenciada en Administración, tipo de investigación metodológica descriptivo.

La autora presenta como objetivo general: Proponer un plan de direcciones gerenciales para el oportuno manejo de la gestión de inventarios dentro de la empresa

Distribuidora Nubecitas, CA. Habiendo llegado la autora a la siguiente conclusión: Referente al momento presente que atraviesa la empresa distribuidora Nubecitas, C.A. Se pudo visualizar, que el 79,8% de los procedimientos de control de las existencias del área de almacén se maneja un mal procedimiento de gestión de inventarios, lo que conlleva a tener una incapacidad en sus diferentes actividades, puesto que la generalidad de las competencias del área, tienen que tener una buena organización, para tener procesos óptimos. En síntesis, al no contar con la mercadería en buenas condiciones, genera demora en el despacho de los insumos (mercadería), originando una deficiente productividad en sus operaciones. El control y gestión de inventarios tiene relación con mi investigación, ya que la falta orden en el inventario puede provocar pérdidas económicas como materiales, generando falta de rentabilidad y credibilidad con nuestros clientes. Es por ello que debemos poner atención a cada detalle en los procesos del control de inventarios.

Loja, J. (2015) con su tesis: “*Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para la empresa CIA.LTDA*” desarrollada en Universidad politécnica Salesiana Ecuador para la obtención del grado de Ingeniera en contabilidad y auditoría, De tipo de investigación metodológica Aplicada. El autor presenta como objetivo general: Proponer un proceso óptimo referente a la gestión de inventarios, con el fin de lograr un buen funcionamiento de la rotación de stock de los inventarios, para la empresa CIA.LTDA. Habiendo llegado el autor a la siguiente conclusión: En el almacén se encuentra en total desorden con un índice alto de organización debido a que los repuestos se encuentran botados con embalaje deteriorado, a su vez no cuenta con un Lay-out para el buen funcionamiento del área. Pero si se aplica una implementación de una buena gestión de inventarios se llegará a permitir el veloz despacho de la mercadería, implementando así un sistema de comunicación para poder impedir equivocaciones dentro del área y tener una eficaz productividad. En base de relación con mi investigación: La gestión de inventario tiene relación con mi investigación, ya que como organización se debe evitar los errores y llegar a obtener una mejor coordinación en relación con el segmento establecido, al mismo tiempo con los clientes, para ello se debe implementar reglas y políticas que cumplan con el orden de la gestión de inventarios de mercadería.

1.2.2. Nacionales

Coba, G. (2017). En su tesis titulada “*Gestión de inventarios y su relación eficiente con la gestión compras en la comercializadora Jhampier S.A.C Cercado de Lima año 2017*”, desarrollada en la universidad Cesar Vallejo – Lima, para la obtención del título profesional de administración de empresas, de tipo de investigación aplicada, nivel descriptivo Correlacional. El objetivo general que presenta el autor: Determinar el nexo que existe entre gestión de inventarios y la gestión compras en la comercializadora Jhampier s.a.c cercado de lima año 2017”. Habiendo llegado el autor a la siguiente conclusión: Referente a la gestión de inventarios de los cuarenta trabajadores entrevistados, el 60% de ellas señalaron que no tienen un buen desempeño en la gestión de inventarios en la organización. Referente a ello se toma en hincapié que al tener una empresa propia, no se llega a comprender la significación de los stocks o inventarios. En base de relación con mi investigación: la gestión de inventarios es una herramienta que permite tener una eficiente gestión de compras, puesto que, al no tener una adecuada gestión de inventarios, no se puede obtener un buen control de los stocks de mercadería, así mismo la demanda en la empresa bajaría considerablemente ocasionando pérdidas

De acuerdo a la investigación realizada por Cruz. C. (2016). En su tesis titulada “*Gestión del inventarios y la productividad en los almacenes de productos escolares del ministerio de educación, 2016,*”, desarrollada en la universidad Cesar Vallejo-Lima, para la obtención del título profesional de administración de empresas, de tipo de investigación aplicada, nivel descriptivo Correlacional. El objetivo general que presenta el autor: Determinar el nexo que existe entre la gestión de inventarios y la productividad en los almacenes de productos escolares del ministerio de educación, 2016, Concluye que El 89 % de los entrevistados, difieren que el inventario de los productos o materiales educacionales, no están administrados en un espacio determinado. Los empleados en el área de almacenaje, no están preparados con el fin de realizar sus labores dentro del área, teniendo como efecto una mala gestión de los stocks de la mercadería educacional, presentando reclamos por la entrega de productos erróneos referente a los pedidos.

Sánchez, V. (2017) en su tesis titulada: “*Gestión de inventario y el desempeño organizacional en industrias manufactureras de equipos eléctricos en Lima,2016*” desarrollada en la Universidad Cesar Vallejo- Lima, para la obtención de grado de

Maestro en administración de negocios- MBA, de tipo metodológico aplicada y nivel descriptivo – Correlacional. El objetivo general que presenta el autor: Demostrar el grado de nexos que existe entre la gestión de los inventarios y el cumplimiento organizacional en las industrias manufactureras de equipos eléctricos en Lima -2016. Habiendo llegado el autor a la siguiente conclusión: Referente a la gestión de inventario se observa, que de los 33 trabajadores de mando medio y/o alto de las empresas seleccionadas, 11 manifiestan un buen nivel (33,33%), 22 indican un nivel regular (66,67%) y nadie de ellos (0.00%) manifiestan un nivel malo con respecto a la gestión del inventario. En base de relación con mi investigación: La gestión de inventarios es de suma importancia para toda organización, ya que al tener el buen manejo de los inventarios (stocks) se logrará tener un buen control, para poder así aumentar el índice de rentabilidad de las organizaciones.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Gestión de Inventarios

Gestión de inventario

Saavedra (2006) sostiene que la gestión de los inventarios identifica los diferentes prototipos de insumos en el proceso de su producción, para satisfacer la demanda y logrando facilitar las operaciones para reducir sus costos para su mantenimiento en un nivel eficiente. (párr.18).

Gestión

De acuerdo a Huergo, J (2011) se refiere al conjunto de persona que buscan metas, proyecciones tanto técnicas como económicas, para lograr un sistema de construcción de forma transparente para la adquisición de nuevas habilidades para quienes participan (p.3).

Inventario

Según Morales, J. (2010) difiere que Los inventarios se identifican como la unión de producción y ventas de los bienes tocables que son fabricados y luego pasan a ser comercializado (p.13).

Tipos de inventario

Según Krajewski (2008) existe cuatro patrones, que se caracterizan por los diferentes rasgos de estos, en consecuencia al observar un conjunto de artículos, encargado del inventario no podría distinguir cuales pertenecen a cada inventario por ende cada uno de estos patrones tiene una gestión diferente. (p. 465).

Inventario de ciclo

Krajewski (2008) sostiene que el posicionamiento del inventario varia de una forma rectamente proporcional, el cual se llama como inventarios de ciclo, puesto que, se tienen que cubrir la demanda y cantidad de estos llegan a recibir el nombre de dimensionamiento; en el cual se aplican 2 principio, ya sean el tamaño del lote Q, que trabaja de forma proporcional entre los pedidos, en el cual se lograr realizar cada cinco semanas y su tamaño de lote promedio debe ser igual a su demanda que corresponde (p. 465).

Inventario de seguridad

Así mismo, Krajewski (2008) difiere que la seguridad en el inventario nos facilita que las operaciones no se interrumpan, cuando ocurran problemas y se lleven a cabo de forma normal, para la creación de un inventario de seguridad, las organizaciones realizan pedidos, para que sea entregado en una fecha determinada de la entrega de dicho artículo, por ende este pedido llega a tiempo y sin ningún retraso (p. 465).

Inventario de previsión

Según Krajewski (2008). los inventarios son aplicados por las organizaciones para absorber los problemas que tienen muy seguido por la valoración de los modelos económicos. La medida del pedido de mercancías se ofrecen en dirección a su aplicación dentro del inventario, y las irregularidades de la demanda llevan a que el fabricante tenga una acumulación de inventario durante las temporadas de una demanda baja, con la finalidad de no aumentar índices de fabricación, cuando el pedido de las mercancías logre su obtención máxima (p. 465)

Inventario en tránsito

De acuerdo a Krajewski (2008) el inventario basado en el movimiento de un lugar a otro se le conoce como inventario de tránsito, la cual se basa en el movimiento

de los productos a la planta, el cual constituye en un movimiento interno en la organización y se distribuye por las diferentes áreas hasta llegar a ser distribuido. (p. 466)

Características de la Gestión de Inventarios

Para lograr el estudio de los conjuntos caracterizados en la dirección de los inventarios se tiene que tomar en cuenta los siguientes indicadores:

Stock máximo.

Según Manene, L (2012) la mayor porción de las existencias de los bienes que son mantenidos en el almacén, relacionado con altos costes del almacén que se debe aguantar, por lo general las organizaciones mantienen unos grandes inventarios, cuando sus costes de almacén son bajos y sus costes de pedidos son muy altos, el cual es beneficioso por que se obtienen grandes descuentos por los volúmenes pedidos (párr.29).

Stock mínimo o de seguridad.

De acuerdo a Manene, L (2012) una porción menor de las existencias se logran mantener de forma inferior, del cual el riesgo de la rotura de del inventario son altos, a las organizaciones les interesa mantener su inventario bajo cuando los costes del almacén o el mantenimiento son elevados, y los costes de los diferentes pedidos son muy bajos. (párr.30).

Control de Inventarios

De acuerdo a Espinoza, O (2011) lo que difiere el autor es un instrumento importante de la gestión contemporánea, puesto que esto ayuda a las organizaciones a tener conocimientos sobre las cantidades de las existencias posibles para el comercio, tiempo transversal y las circunstancias del almacenamiento que se pueden emplear en las organizaciones (p.19).

Reposición de Mercadería

Según Martínez, E. (2007) señala que la reposición de la mercadería es un factor que depende de la demanda de las mercaderías, así mismo se puede pronosticar cuales serían las cantidades de mercadería a adquirir o a reemplazar (p. 100)

1.3.2. Servicio al cliente

El servicio

De acuerdo a Berry (2008), definen que el servicio es el proceso más importante en toda organización; ya que, ayuda a satisfacer necesidades a los clientes u organizaciones; esto ayuda a que el producto se encuentre a la mano del comprador para poder así darle una buena experiencia de compra. (p.47).

Características del Servicio

Para el autor Zeithaml (2010) señala que la característica del servicio sirve para determinar los resultados referentes a las actividades que realizar el proveedor o vendedor para complacer la demanda de los usuarios (p.54).

Calidad en el Servicio

Para Hernández, (2009) sostiene que la calidad en el servicio es una herramienta que requiere una cultura empresarial, resaltando el deber de todos, esto permitirá obtener una mejor fidelidad del comprador o cliente y sobresalir en referencia con sus competidores (p.460).

Cliente

De acuerdo a Venemedia, (2015) sostiene que el cliente es aquel individuo que intercambia un medio de pago por servicios que solicitan por un tercero. El cliente busca satisfacer sus necesidades (párr.1).

1.4. Formulación del problema

1.4.1. General

¿Cómo se relaciona la gestión de inventarios con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018?

1.4.2. Específicos

¿Cómo se relaciona el control de inventarios con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018?

¿Cómo se relaciona la demanda con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018?

¿Cómo se relaciona el inventario con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018?

1.5. Justificación de estudio.

La actual investigación, tiene como propósito de determinar la relación que existe entre la gestión de inventarios y servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, referente a su problemática, que atraviesa dicha empresa en su gestión de inventarios, en la presente investigación se aplica la investigación teórica, puesto que se realiza con el propósito de aportar el conocimiento existente sobre el manejo de la gestión de inventarios, para que la tienda Maestro Callao, pueda tener un buen manejo de los inventarios, en la actualidad no lo pone en marcha correctamente, cumpliendo dichos procesos de inventarios. La empresa Maestro Callao si mejora en su gestión de inventarios podrá tener un eficaz manejo de la reposición de la mercadería; teniendo como consecuencia un buen desempeño en el servicio al cliente, permitiendo así tener una mayor cantidad de captación de clientes en el distrito Callao; por ende, ser mejor en el sector de ventas de artículos para la construcción.

En la investigación realizada tiene una justificación metodológica, en el cual ayuda a crear un instrumento que contribuye con la definición de mis variables de gestión de inventario y servicio al cliente; que esto a su vez ayudara como modelo a futuras investigaciones. Así mismo en la investigación realizada se aplicó la justificación práctica, debido a que se desea lograr un buen proceso de la gestión de inventarios, para que la mercadería, se encuentre en reposición, así como tener un buen control de estos. Para que así, el servicio al cliente sea rentable en la tienda,

Esta investigación refleja un impacto social y económico, abarca el campo social; puesto que al tener todos los productos repuestos con stocks controlados y de calidad, ayudarían a sus clientes tener a la mano los productos que ayuden para el mejoramiento de sus hogares; esto conllevaría a que tengan una mejor calidad de vida y puedan vivir de forma segura y mejor. Así como, Los trabajadores (asesores de ventas) de la empresa maestro Callao, debido a que al tener una buena gestión de inventarios se llegarían a cumplir con las metas trazadas de ventas, esto a su vez esto implicaría a que tengan un mayor poder adquisitivo y en consecuencia, obtendrían un mejor bienestar de vida.

Por otro lado en el impacto económico abarca en mejorar las ventas de la tienda Maestro Callao y fomentar la competencia de la empresa obteniendo mayor rentabilidad, dando mayores puestos de trabajo a la comunidad.

Los más beneficiosos serían los compradores (clientes) y los asesores que laboran en la tienda Maestro Callao; dado que, al notar una mejora en la gestión de inventarios de la tienda Maestro Callao, ya sea en la reposición de mercadería y un óptimo control de estas; generaría un ambiente agradable de motivación hacia los trabajadores de tener los productos repuestos para la venta; esto permitiría que se dé una buena experiencia de compra al cliente, permitiendo una fidelización hacia la empresa.

Por ello, el aporte que se desea brindar a esta investigación se basa en propuestas pensando en dar una sugerencia mediante la relación que existe entre la gestión de inventarios y el servicio al cliente de la problemática de la investigación, para esto, utilizaremos la conjetura de Krajewski que habla referente a la gestión de inventarios en el sector retail, que sugiere enfocarse referente al servicio al cliente; para dar un mejor manejo en los stocks y la reposición, para perfeccionar el rendimiento de los procedimientos de gestión de inventario. Esto impactaría de manera positiva en la tienda, basándose en el control de inventario, el stock de mercadería, la demanda de los compradores, y el inventario con el fin de incrementar el servicio al cliente de la tienda Maestro Callao.

Para realizar el propósito de los objetivos de esta investigación, se realizó un instrumento de medición tanto para la variable independiente de gestión de inventarios y con la variable dependiente de servicio al cliente. Una vez realizado la herramienta de medición, será estudiado en el software de análisis estadístico SPSS; Por ende, se busca llegar a determinar la relación que existe entre la gestión de inventario y el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

La gestión de inventario se relaciona con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018.

1.6.2. Hipótesis específicas

El control de inventario se relaciona con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018.

La demanda se relaciona con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018
El inventario se relaciona con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Determinar la relación de la gestión de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

1.7.2. Específicos

Determinar la relación del control de inventarios con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018.

Determinar la relación de la demanda con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018.

Determinar la relación de inventario con el servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018.

II. Método

2.1. Enfoque, Método, tipo, nivel y diseño de investigación

El diseño de la investigación que se empleó en la actual investigación es no experimental – transversal.

Para Cortés, E. y Iglesias, M. (2008) los autores señalan que la investigación no-experimental, es un diseño que no interfiere o manipula directamente las variables a investigar, solo se tiende a observar, para posteriormente realizar un análisis (p.27) Por otro lado Cortés, E. y Iglesias, M. (2008) difieren que la investigación transversal es cuando se recolectan datos de las variables para la investigación en un solo espacio o tiempo determinado (p.27)

El método de investigación es hipotético - deductivo; debido a que Behar (2008), el autor señala que es Hipotético- deductivo debido que se busca hallar la verdad o falsedad de la suposición de la pesquisa mediante la observación de las variables a estudiar (p. 40). Siendo tipo de Investigación es aplicada; así como Según Behar (2008) lo que difiere el autor es que, manifestando que la investigación de tipo aplicada busca la aplicar toda la sabiduría adquirida. Para ello se requiere también un marco teórico y busca la afirmación de la teoría con la realidad (p.20)

El nivel de la investigación es descriptiva- correlacional, ya que acuerdo a Hernández (2014), señala que el alcance descriptivo es aquel nivel que trata de determinar las especificaciones de las personas a encuestar, entrevistar, mediante proceso o procedimientos de cualquier índole que sea sometido bajo un análisis. En síntesis, este enfoque sirve para captar información para una investigación sobre las definiciones de las variables (p.92).

Para Hernández (2014), demuestran que el nivel correlacional tiene como propósito hallar el nexos o el nivel agrupa torio que guarda por medio de 2 o a más variables; de una determinada población, muestra etc. En circunstancias únicamente se estudian la concordancia entre 2 variables, sin embargo, con reiteración se encuentran en el análisis del estudio relación entre 3, o más variables a estudiar (p.93). Nuestra investigación tiene un enfoque cuantitativo, según Hernández (2014), lo define como el almacenamiento de información de todos los datos de basándose en números para que se puedan aprobar las hipótesis y poder demostrar las teorías (p. 4).

2.2 Variables, Operacionalización

2.2.1. Operacionalización de variables

Variable 1: Gestión de inventarios

Definición

Según Krajewski (2008) el autor señala que la administración de inventarios se caracteriza por controlar los inventarios, así mismo sirve para conserva la competitividad en las organizaciones; para llegar al objetivo se necesita saber el tipo de demanda y los stocks aptos (p. 728)

Dimensión Control de inventario

Para Espinoza (2011). difiere que es un instrumento que sirve para saber el total de la mercadería apta o útil para los pedidos o venta, en un espacio, infraestructura y en un periodo conciso (p. 19)

Indicador Existencias

De acuerdo a Fortaleza, C. (2008), difiere que son la totalidad de productos de la entidad organizacional que emplea en sus acciones, también como el cuidado de sus establecimientos a manera de emplear sus existencias o servicios (p. 5).

Indicador Almacenaje

Según Gonzales, J. (2016), es aquella zona concreta en el que se colocan las existencias recibidas, pudiendo ser los siguientes: los almacenes, tanto como los sub niveles y niveles, así mismo como los racks de anaqueles y otros que se deban proporcionar a las características de los materiales en resguardo (p.4).

Dimensión Demanda

De acuerdo a Andrade, S. (2005), el autor señala que es el número de servicios o existencias que una persona, esta diligente a obtener referente a monto y en un local determinado, así mismo complacerse de forma fragmentada o absoluta sus necesidades (p.25). (Citado en Torres, F. 2017)

Indicador Comprador

Para Mollá, A. (2006), el autor difiere que son también llamados usuarios, estos establecen las ventas y beneficios de las organizaciones con sus decisiones

de lucro. De allí que estas se vean obligadas a conocer cual pesquisa es más conveniente y las acciones que los conducen a obtener unos productos y otros (p.14).

Indicador Tienda (Retail)

Según Bhatia (2008), demuestra que Retail es el vocablo anglosajón para comercio reducido al deslinde. Es decir esto engloba el sector de negocios que va comenzando en los supermercados, tiendas grandes, pequeñas etc. (p.20)

Dimensión Inventario

Referente al tema, según el autor Guerrero, J. (2014) determina que el inventario es el stock de un bien, que se pone en disposición para la venta, producción o fabricación (p. 86).

Indicador Producto

Para Monferrer (2013), manifiesta que el producto es una existencia de forma material, en la actualidad son escasas las mercancías que no tienen servicio de post venta como servicios adicionales como experiencias de compra., etc. (p.97).

Indicador Venta

Según Monferrer (2013), el autor demuestra que la venta es una manera de interactuar con el cliente, esto a su vez tiene una respuesta por parte del destinatario bajo un intercambio de moneda. (p.168).

Variable 2: Servicio al cliente

Definición Conceptual

De acuerdo a Serna (2009) el autor hace referencia que el servicio al cliente en dar una satisfacción al cliente, así como dar expectativas mediante una buena atención (p.53)

Dimensión Satisfacción al cliente

Vavra, (2009) sostiene que la satisfacción al cliente tiene un concepto de determinar o dar una buen experiencia de compra, antes y después de realizado la transacción o servicio (p.25).

Indicador Experiencia de compra

Según Kotler, (2008), el autor señala que cualquier individuo de la entidad, debe considerar tener a fomentar una experiencia provechosa para sus clientes (p.42).

Indicador Cliente

Para Muñiz (2017) difiere que demandante ha de conocer al solicitante del cual se presenta, siendo primordialmente la razón de la organización, El cliente es una persona importante puesto que, los vendedores deben dar conocimiento a todas sus dudas e interrogantes sobre sus necesidades, lo cual demuestra el grado de información o preparación de manera individual (Párr.1).

Dimensión Expectativa

Según Zeithaml y Bitner (2010) los autores difieren que la expectativa sirve como comparación de las experiencias de compra (p. 34).

Indicador Calidad en el servicio

Para Hernández (2009), lo que señala el autor es que la calidad en el servicio es una herramienta que contiene desafío, ya que necesita una cultura organizacional, a su vez es un deber de todas las personas dentro de una organización, para el cumplir los procedimientos de mejora y de evaluación, para así obtener fidelidad del cliente (p.460).

Dimensión Atención al Cliente

De acuerdo Cifuentes (2017), el autor hace referencia a la atención al cliente como un bosquejo de labores, que conlleva a toda la empresa, pero es iniciada por aquellos colaboradores que se encuentran en contacto con el cliente, así mismo se determina situaciones de los cuales se produce el asesoramiento aplicando los conocimientos y respondiendo ante cualquier interrogante al cliente, para así dar una buena buena atención (párr.2).

Indicador Comunicación (Retail)

Para Ortega, C. (2015), difiere que la comunicación, determina las diferenciaciones o provecho de un artículo que se vende. A causa de la simplicidad y velocidad con las que se puedan presentar el producto y sus detalles. (p.60).

Indicador Conocimiento del producto

Según Kotler (2008), el autor difiere que transmite concretamente las peculiaridades y especificaciones de disposición que requiere el usuario o cliente, esto permite tener un mejor acercamiento de carácter comercial. (p.68).

2.2.2. Operacionalidad de las Variables

Tabla 1 Variable 1: Gestión de inventarios

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Gestión de Inventario	Según Krajewski (2008) “La administración de inventarios se refiere al control de los inventarios para mantener la cantidad adecuada para que la empresa alcance sus prioridades competitivas (...) Para esto se requiere de información sobre las demandas esperadas, las cantidades de inventario disponibles” (p.728)	La variable de gestión de inventarios se mide a través de un cuestionario que contiene ítems, en donde se tiene en cuenta los indicadores para la ejecución de ello.	Control de Inventario	Existencias	1	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). <u>Ordinal</u> Tiene un orden de mayor a menor jerarquía (p.215). <u>Razón</u> Tiene intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario (p.216).
					2	
					3	
				Almacenaje	4	
					5	
					6	
				Demanda		
				Comprador	7	
				Tienda (Retail)	8	
				Inventario		
		Producto	9			
		Venta	10			

Fuente Elaboración Propia

Tabla 2 . Variable 2: Servicio al cliente

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Servicio al cliente	Serna (2009) “ El servicio al cliente consiste en la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, basado en la amabilidad y en la atención” (p.53)	La variable de servicio al cliente se mide a través de un cuestionario que contiene ítems, en donde se tiene en cuenta los indicadores para la ejecución de ello.	Satisfacción al cliente	Experiencia de compra	11	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). <u>Ordinal</u> Tiene un orden de mayor a menor jerarquía (p.215). <u>Razón</u> Tiene intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario (p.216).
				cliente	cliente	
			Expectativa de cliente	Calidad en el servicio	13	
				cliente	14	
			Atención al cliente	Calidad en el servicio	15	
				cliente	16	
			Comunicación	cliente	17	
producto	18					
					19	
					20	

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Población, Unidad de muestreo y Muestra

2.3.1 Población

Según Behar (2008), define a la población como el universo total, que a su vez sirve para realizar análisis que pueden ser estudiadas. (p.52)

La población a investigar está comprendida por 110 trabajadores de la empresa Maestro Callao, 2018.

2.3.2. Unidad de muestreo.

La unidad de muestreo son los colaboradores de la empresa Maestro Callao, 2018. Hernández et al. (2014), lo afirma como una pequeña parte del total del conjunto al que llamamos población, logrando pretender que este pequeño grupo sea idéntico al conjunto de la población (p. 175).

2.3.3. Muestra

Según Behar (2008) según el autor, la muestra es una parte de la población que sirve para obtener datos que permitan representar a una población; así mismo, la muestra se representa como el conjunto de individuos o hechos (p.52)

Para lograr la muestra se realizó la siguiente formula, presentada a continuación:

$$n = \frac{k^2 * P * Q * N}{(e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q)}$$
$$= \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 110}{(0.05^2 * (110 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$
$$n = 86$$

El actual estudio logro constituir una muestra con 86 asesores de la empresa Maestro Callao

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica

Rodríguez (2010), según el autor difiere que la técnica sirve para con cavar información referente a lo que se desea investigar, a su vez la técnica se da mediante ya se por la observación, entrevistas, cuestionarios, etc. (p.16)

Se aplicó una técnica, basada en una encuesta, en la cual se realiza preguntas hacia los trabajadores de la tienda, respecto a la gestión de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

2.4.2. Instrumento

El instrumento de acumulación de datos utilizado en el trabajo de investigación ha sido un cuestionario, realizando a la muestra para obtener su punto de vista con relación al trabajo de investigación.

En relación al instrumento de recolección de datos, para Behar (2008), las encuestas sirven como ayuda para la recolección de datos de una parte del universo a investigar, sin embargo, depende de la dimensión de la muestra en el interés del estudio (p.62)

El instrumento cuenta con veinte preguntas; de las cuales se dividen en diez preguntas para la variable 1 (Gestión de Inventario) y diez preguntas para la variable 2 (Servicio al cliente), el cuestionario está dirigido a los asesores de la tienda Maestro Callao.

2.4.3. Validez

De acuerdo a Hernández (2014), El autor señala que la validez sirve para determinar el nivel de un instrumento que permite medir realmente la variable que se intenta investigar. (p.200)

El instrumento utilizado en la investigación ha sido entregado a un juicio de expertos, de acuerdo a la facultad de ciencias empresariales, la escuela profesional de administración de la universidad César Vallejo – Filial Callao, los cuales fueron:

- Dr. Irsael Barrutia Barreto
- Dr. Lessner Augusto León Espinoza
- Mg Rafael López Landauro

2.4.4. Confiabilidad

Bernal (2010), se puede definir con el cuestionario que se encarga de medir las diferentes puntuaciones obtenidas por el cuestionario (p. 247).

Tabla 3. Confiabilidad

Coefficiente	Relación
0	Nula confiabilidad
0.70	Aceptable confiabilidad
0.90	Elevada confiabilidad
1.00	Máxima confiabilidad

La herramienta para medir el grado de la confiabilidad se aplicó con el método del Alfa de Cronbach, ofreciéndonos la información obtenida al sistema estadístico SPSS 23, el cual se ejecutó a la muestra que corresponde a 86 trabajadores de la tienda Maestro Callao, con un total de 20 preguntas.

Tabla 4 . Cuadro estadístico de fiabilidad de la variable 1 (Gestión de inventarios)

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
	Válido	86	100.0
Casos	Excluido*	0	.0
	Total	86	100.0

*La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5 . Estadísticas de fiabilidad de la variable 1 (Gestión de inventarios)

Alfa de Cronbach	n. ° de elementos
0.965	10

En las tablas 4 y 5 se puede apreciar que el grado de fiabilidad del instrumento y sus respectivos ítems es muy alto, puesto que el estadístico de fiabilidad para la variable gestión de inventarios tiene un valor de 0.965.

Tabla 6 . Cuadro estadístico de fiabilidad de la variable 2 (servicio al cliente)

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	86	100.0
	Excluido*	0	.0
	Total	86	100.0

*La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 7 . Estadísticas de fiabilidad de la variable 2 (servicio al cliente)

Alfa de Cronbach	n. ° de elementos
0.963	10

En las tablas 6 y 7 se puede apreciar que el grado de fiabilidad del instrumento y sus respectivos ítems es muy alto, puesto que el estadístico de fiabilidad para la variable servicio al cliente tiene un valor de 0.963.

Tabla 8 . Cuadro estadístico de fiabilidad de las variables

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	86	100.0
	Excluido*	0	.0
	Total	86	100.0

*La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 9 . Estadísticas de fiabilidad de las variables

Alfa de Cronbach	n. ° de elementos
0.975	20

En las tablas 8 y 9 se puede apreciar que el grado de fiabilidad del instrumento y sus respectivos ítems es muy alto, puesto que el estadístico de fiabilidad para las variables gestión de inventarios y servicio al cliente tiene un valor de 0.975.

2.4. Método de análisis de datos

En el estudio ejecutado, se utilizó el software de análisis estadístico SPSS 23. Además, se hizo uso del Alfa de CronBach, para poder medir el grado de confiabilidad de nuestra herramienta de cuestionario y el juicio de expertos para la validez del mismo.

2.5. Aspectos Éticos

- ✓ **Utilización de la información:** El cuestionario se realizó de forma anónima; por lo tanto la identidad de las personas fue respetada, ya que no se dio otro uso con la información requerida.

- ✓ **Valor social:** Los participantes de la encuesta del trabajo de investigación, no fueron tomadas por obligación, ya que ellos se presentaron con disposición voluntaria para responder las preguntas del cuestionario.
- ✓ **Validez científica:** La información que se obtuvo por los diferentes autores, se encuentra debidamente citadas con las fuentes correspondientes a ellos, así mismo no se ha alterado ningún dato del autor original para poder así evitar posibles divulgaciones de plagio. De esta manera la validez teórica es fidedigna.

III Resultados

3.1. Análisis de resultados

Tabla 10. Cuadro resumen de análisis descriptivo/frecuencias

	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni desacuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo		Total encuestados
	1		2		3		4		5		
Variables	Cant.	%	Cant	%	Cant	%	Cant.	%	Cant	%	
Variable 1			8	9.30	32	37.21	36	41.86	10	11.63	86
Variable 2			44	4.7	18	20.9	55	63.95	9	10.47	86
Dimensiones											
Invención			21		51	59.30	14	16.28		92.3	86
Innovación	4	4.65	13		19	22.09	27	31.40	23	26.74	86
Imitación	4	4.65	4		5	5.81	48	55.81	15	17.44	86

3.2. Análisis de prueba de normalidad

- **Declaración de hipótesis.**

H0: las puntuaciones de gestión de inventarios tienen distribución normal

H1: las puntuaciones de gestión de inventarios difieren de la distribución normal

- **Establecimiento del nivel de significancia.**

El nivel de significancia determinada será del 5%

Tabla 11 . Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov*			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Gestión de Inventarios	.123	86	.003	.959	86	.000
Servicio al cliente	.146	86	.000	.926	86	.000

*Corrección de significación de Lilliefors.

En la tabla 11 se verifica que el número de muestra es > 50 , por lo tanto, se utilizará Kolmogorov-Smirnov, dando valores de 0.123 y 0.146 para las variables primera y segunda, respectivamente.

Comparación del valor P

Valor $p = 0.009$ y $0.000 < \alpha = 0.05$

Decisión.

Se refuta la H_0 y se ratifica la H_1 , debido a que la significancia es inferior a 0.05, con lo que se demuestra que las puntuaciones difieren de la distribución normal y se da lugar a la aplicación de la prueba rho de Spearman.

Tabla 12 . Interpretación del coeficiente de correlación rho de Spearman

Coeficiente	Tipo de correlación
-<0.8 - 1]	Correlación negativa muy alta o muy fuerte
-<0.6 - 0.8]	Correlación negativa alta o fuerte
-<0.4 - 0.6]	Correlación negativa moderada
-<0.2 - 0.4]	Correlación negativa baja o débil
- [0 - 0.2]	Correlación negativa muy baja o muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre variables
[0 - 0.2]	Muy baja o muy débil
<0.2 - 0.4]	Baja o débil
<0.4 - 0.6]	Moderada
<0.6 - 0.8]	Alta o fuerte
<0.8 - 1]	Muy alta o muy fuerte

3.3. Prueba de Hipótesis Correlacional.

3.3.1. Hipótesis general.

H₀: No existe una relación entre la gestión de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

H₁: Existe una relación entre la gestión de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

Teniendo en cuenta lo siguiente.

- Sig. < 0.05 => Se refuta la H₀.
- Sig. > 0.05 => No se refuta la H₀.

Tabla 13 . Correlación de variables de la hipótesis general

			Emprendimiento (agrupado)	Formalización (agrupado)
Rho de Spearman	Gestion de Inventarios (agrupado)	Coefficiente de correlación	1.000	.957**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
	N	86	86	
	Servicio al cliente (agrupado)	Coefficiente de correlación	.957**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	86	86

- **La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La tabla 13 evidencia, gracias al rho de Spearman de 0.957 y la significancia de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05), que la correlación entre las variables es muy alta o muy fuerte; por lo que se debe refutar la hipótesis H_0 y, por consiguiente, ratificar la hipótesis alterna H_1 .

3.3.2. Hipótesis específica 1

H_0 : No existe una relación entre el control de inventario y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

H_1 : Existe una relación entre el control de inventario y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao , 2018.

Teniendo en cuenta lo siguiente.

- Sig. < 0.05 => Se refuta la H_0 .
- Sig. > 0.05 => No se refuta la H_0 .

Tabla 14 . Correlación de variables de la hipótesis específica 1

			Invención (agrupado)	Formalización (agrupado)
Rho de Spearman	Control de inventarios (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,963**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	86	86
	Servicio al cliente (agrupado)	Coefficiente de correlación	,963**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	86	86

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

La tabla 14 evidencia, gracias al rho de Spearman de 0.963 y la significancia de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05), que la correlación entre las variables es alta o fuerte; por lo que se debe refutar la hipótesis H_0 y, por consiguiente, ratificar la hipótesis alterna H_1 .

3.3.3 Hipótesis específica 2

H_0 : No existe una relación entre la demanda y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

H_1 : Existe una relación entre la demanda y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

Teniendo en cuenta lo siguiente.

- Sig. < 0.05 => Se refuta la H_0 .
- Sig. > 0.05 => No se refuta la H_0 .

Tabla 15 . Correlación de variables de la hipótesis específica 2

			Innovación (agrupado)	Formalización (agrupado)
Rho de Spearman	Demanda (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,981**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	86	86
	Servicio al cliente (agrupado)	Coeficiente de correlación	,981**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	86	86

**La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La tabla 15 evidencia, gracias al rho de Spearman de 0.981 y la significancia de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05), que la correlación entre las variables es alta o fuerte; por lo que se debe refutar la hipótesis H_0 y, por consiguiente, ratificar la hipótesis alterna H_1 .

3.3.4. Hipótesis específica 3.

H_0 : No existe una relación entre el inventario y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao. 2018.

H_1 : Existe una relación entre el inventario y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

Teniendo en cuenta lo siguiente.

- Sig. < 0.05 => Se refuta la H_0 .
- Sig. > 0.05 => No se refuta la H_0 .

Tabla 16 . Correlación de variables de la hipótesis específica 3

			Innovación (agrupado)	Formalización (agrupado)
Rho de Spearman	Inventario (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,972**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
	N		86	86
	Servicio al cliente (agrupado)	Coefficiente de correlación	,972**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N		86

**La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La tabla 16 evidencia, gracias al rho de Spearman de 0.972 y la significancia de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05), que la correlación entre las variables es alta o fuerte; por lo que se debe refutar la hipótesis H_0 y, por consiguiente, ratificar la hipótesis alterna H_1 .

IV. Discusión

4.1. Discusión- Hipótesis General

En nuestra investigación se planteó como objetivo general el Determinar la relación que existe entre la gestión de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao - 2018. Asimismo, se determinó mediante la apreciación de los encuestados que: existe una correlación positiva muy alta de un 95.7% (0.95.7) entre las variables de estudio; Por ende, la significancia hallada de 0,000 es menor que la significancia de trabajo fijada de 0,05 lo que implica que se acepta la hipótesis alterna H1, y por consiguiente la gestión de inventarios si se relaciona positiva significativamente con el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

Para apoyar a nuestro resultado tomamos como referencia la investigación realizada por Sánchez (2016). En su tesis titulada "*Gestión del inventario y el desempeño organizacional en industrias manufactureras de equipos eléctricos en Lima – 2016*", se afirma que la gestión del inventario tiene una correlación positiva - moderada y significativamente de 0.636 del Ro de Spearman en la gestión del inventario y el desempeño organizacional en industrias manufactureras de equipos eléctricos en Lima en el año 2016.

A través de la investigación mencionadas y teniendo los resultados similares del autor Sánchez, podemos decir que el autor demuestra la importancia de la gestión de inventarios y lo importante que terminan resultando. Nuestra investigación no discrepa con lo anteriormente mencionado, ya que se determinó la relación positiva que tiene en la empresa Maestro Callao, reafirmando de esta manera la necesidad e importancia de la gestión de inventarios en una empresa.

Con respecto a la conjetura de Krajweski (2008). Escogida para nuestra investigación donde menciona que la gestión de inventarios se refiere al manejo y control de los inventarios para determinar la competitividad de las empresas tomando referencia a sus demandas esperadas e inventarios existentes. Nuestra investigación afirma lo mencionado por este autor; ya que se determinó la relación que existe entre gestión de inventarios y servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, con esto podemos demostrar en efecto y la urgente necesidad de mejorar el proceso de la gestión de inventarios dentro de la empresa.

4.2. Discusión- Hipótesis específica 1

Se planteó como primer objetivo específico determinar la relación del control de inventario y servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018. De igual manera, se determinó que: existe una correlación positiva muy alta de un 96.3% (0.963) entre la dimensión de la variable independiente control de inventario y la variable dependiente servicio al cliente. Así mismo, la significancia hallada de 0.000 es menor que la significancia de trabajo fijada de 0.05 lo que implica que se acepta la hipótesis alterna H1, y por consiguiente el control de inventario si se relaciona positivamente con el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

Para apoyar a De acuerdo a nuestro resultado tomamos como referencia a la investigación realizada por Sánchez (2016). En su tesis titulada “*Gestión del inventario y el desempeño organizacional en industrias manufactureras de equipos eléctricos en Lima – 2016*” se ratifica que en una dimensión de la gestión de inventarios que es el control de inventarios se relaciona con el desempeño organizacional en industrias manufactureras de equipos eléctricos, se observa la relación entre las variables determinada por el Rho de Spearman $\rho = 0.711$, lo cual significa que existe una correlación positiva entre las variables y su intensidad de la correlación es alta, considerando que $p = 0.000 < 0.05$, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación positiva entre el control del inventario y el desempeño organizacional en industrias manufactureras de equipos eléctricos en Lima en el año 2016.

El resultado obtenido en la investigación de Sánchez nos demuestra que existe una similitud con nuestra investigación que obtuvo un valor de 0.963, con una relación positiva muy alta, puesto que es importante contar con un control de inventarios para saber qué cantidades de existencias tenemos dentro de nuestra empresa, a su vez demuestra que el control de inventarios y el servicio al cliente tienen una relación positiva alta.

Con respecto a la conjetura de Espinoza (2011). Escogida para nuestra investigación donde menciona que el control de inventario es un instrumento que permite conocer las existencias de los productos aptos para la venta, a su vez como se almacenan. Nuestra investigación afirma lo mencionado por este autor; ya que se determinó la relación que existe entre el control de inventario y servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, con

esto podemos demostrar que el control de inventarios es una herramienta importante en toda organización.

4.3. Discusión – Hipótesis Específica 2

Se planteó como segundo objetivo específico determinar la relación de la demanda y servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018. De igual manera, se determinó que: existe una correlación positiva alta y muy fuerte de un 98.1% (0,981) entre la dimensión de la variable independiente demanda y la variable dependiente servicio al cliente. Así mismo, la significancia hallada de 0.000 es menor que la significancia de trabajo fijada de 0.05 lo que implica que se acepta la hipótesis alterna H1, y por consiguiente el control de inventario si se relaciona positivamente con el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

Conforme con la investigación realizada por Coba (2017). En su tesis titulada “*Gestión de inventarios y su relación eficiente con la gestión de compras en la comercializadora Jhampier S.A.C. Cercado de lima año 2017*”, de la universidad Cesar Vallejo; se afirma que 0.009 es menor al 0.05 de significancia por lo tanto las variables tienen relación. 0.850 del Ro de spearman es el coeficiente de correlación de la demanda y la gestión de compras, que según la correlación de Spearman será de correlación positiva alta. En la demanda y su relación eficiente con la gestión de compras en la comercializadora Jhampier S.A.C. Cercado de lima años 2017.

El resultado obtenido en la investigación de Coba nos demuestra que existe una similitud con nuestra investigación que obtuvo un valor de 0.981, con una relación positiva muy alta, puesto que la demanda es un factor muy importante porque permite saber las cantidades de inventarios a reponer dentro de la empresa para su venta., a su vez esto permite tener una mayor rentabilidad.

Con respecto a la conjetura de Andrade (2005). (Citado en Torres, F. 2017), menciona que la demanda son la cantidades de bienes que un cliente está dispuesto a comprar o adquirir a un precio y lugar determinado, con la finalidad de satisfacer sus necesidades. Nuestra investigación afirma lo mencionado por el autor ya que se determinó la relación que existe entre la demanda y el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, queda conforme que

la demanda se relaciona con el servicio al cliente; ya que la demanda implica que si se tiene una buena gestión de inventarios, se podrá abastecer las demandas esperadas de los consumidores, así como un buen servicio al cliente.

4.4. Discusión – Hipótesis Específica 3

Se planteó como tercer objetivo específico determinar la relación del inventario y servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018. De igual manera, se determinó que: existe una correlación positiva alta y muy fuerte de un 0.972 (97.2%) entre la dimensión de la variable independiente demanda y la variable dependiente servicio al cliente. Así mismo, la significancia hallada de 0.000 es menor que la significancia de trabajo fijada de 0.05 lo que implica que se acepta la hipótesis alterna H1, y por consiguiente el inventario si se relaciona positivamente con el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

De acuerdo a la investigación realizada por Cruz (2016). En su tesis titulada “*Gestión de inventarios y la productividad en los almacenes de productos escolares del ministerio de educación, 2016*” que 0.000 es menor al 0.05 de significancia por lo tanto las variables tienen relación. 0.901 del Ro de spearman es el coeficiente de correlación de la el inventario y el desempeño organizacional, que según la correlación de Spearman será de correlación positiva alta. En el inventario y la productividad en los almacenes de productos escolares del ministerio de educación, 2016.

El resultado obtenido en la investigación de Cruz nos demuestra que existe una similitud con nuestra investigación que obtuvo un valor de 0.972 con una relación positiva muy alta, debido a que el inventario se relaciona con el servicio al cliente, puesto que es de suma importancia que los inventarios se encuentren organizados y clasificados para poder así dar un buen servicio al cliente.

Con respecto a la conjetura de Guerrero, J. (2014). Señala que los inventarios son los bienes o existencias que están disponibles para la venta.

Nuestra investigación afirma lo mencionado por el autor ya que se determinó la relación que existe entre el inventario el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, queda conforme que el inventario se relaciona con el servicio al cliente; puesto que al saber las

cantidades existentes dentro del almacén se podrá tener un nivel de existencias adecuado; esto conlleva a que el volumen de ventas será eficiente y que no se tenga rotura de stock constante por el mal manejo de los inventarios, generando así una mayor rentabilidad a la empresa y mejorando su servicio al cliente.

V. Conclusiones

En base a las metas planteadas de nuestro estudio, a la comprobación de hipótesis y a los resultados que obtuvieron, se llegó a las conclusiones:

- 5.1 De acuerdo a los resultados estadísticos, se determinó que la correlación entre la gestión de inventarios y servicio al cliente es muy alta o muy fuerte gracias al valor de 0.957. Así mismo, la significancia hallada de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05) permite ratificar la hipótesis alterna H_1 y asegurar que la gestión de inventarios se relaciona significativa y positivamente con el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.
- 5.2 De acuerdo a los resultados estadísticos, se determinó que la correlación entre la dimensión 1 (control de inventarios) y el servicio al cliente es alta o fuerte gracias al valor de 0.963. Así mismo, la significancia hallada de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05) permite ratificar la hipótesis alterna H_1 y asegurar que el control de inventarios se relaciona significativa y positivamente con el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.
- 5.3 De acuerdo a los resultados estadísticos, se determinó que la correlación entre la dimensión 2 (demanda) y el servicio al cliente es alta o fuerte gracias al valor de 0.981. Así mismo, la significancia hallada de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05) permite ratificar la hipótesis alterna H_1 y asegurar que la demanda se relaciona significativa y positivamente con el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.
- 5.4 De acuerdo a los resultados estadísticos, se determinó que la correlación entre la dimensión 3 (inventarios) y el servicio al cliente es alta o fuerte gracias al valor de 0.972. Así mismo, la significancia hallada de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05) permite ratificar la hipótesis alterna H_1 y asegurar que el inventario se relaciona significativa y positivamente con el servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.

VI. Recomendaciones

- 6.1 Es recomendable que la empresa Maestro Callao, si desea aumentar su rentabilidad mediante las ventas de sus productos para el hogar, deben mejorar en su gestión de inventarios realizando seguimiento de los productos que se vende en tienda; para poder así cubrir las necesidades de las personas que van a comprar (clientes). Por ello si se tiene una buena gestión de inventarios se tendrá un mejor servicio al cliente en la empresa Maestro Callao, 2018.
- 6.2 Es recomendable que se haga un seguimiento al control de los inventarios de la mercadería a reponer hacia los puntos de venta, puesto que se deben subsanar las irregularidades de dicho proceso llevando un control eficiente del movimiento y almacenamiento de la mercadería dentro de la tienda Maestro Callao. Por ello a un buen control de inventarios se obtendrá un eficiente servicio al cliente.
- 6.3 Es recomendable que la empresa Maestro Callao que, para poder tener una demanda optima se debe mejorar en la gestión de inventarios; ya que a tener una buena gestión ya sea reponiendo a tiempo los productos en los anaqueles vacíos esto permitirá mejorar en el servicio al cliente, así mismo los clientes tendrán una buena experiencia de compra.
- 6.4 Por último, es recomendable que la empresa Maestro Callao, debe mejorar en el manejo de su stock de mercadería (inventarios), ya que actualmente no realiza un buen manejo de estas. Por ello si se tiene un eficiente uso de los inventarios se obtendrá una mejora en el servicio al cliente; aumentado su rentabilidad, dando mayores ventas y teniendo como consecuencia, un mayor poder adquisitivo para los asesores de ventas y en general.

Referencias Bibliográficas

- Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economía*. Editorial Andrade.
- Barrera, Y. (2014). *Estrategias gerenciales para la optimización de la gestión del control de inventario de la empresa distribuidora Nubecitas C.A.* Venezuela: Universidad Nueva Espartana
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom
- Bernal, R. (2010). *Metodología de la investigación*. Editorial Grupo Universal.
- Berry, L., Bernnet, D. y Brown, C. (2008). *Calidad de servicio una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Mexico: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Bhatia, S. (2008). *Retail Managment*. (1° ed.). Editorial Grupo Norma.
- Cifuentes, L. (2017). *El servicio de atención al cliente y sus diferentes formas*. Obtenido de: <https://www.estrelladigital.es/articulo/empresas/servicio-atencion-cliente-diferente-formas/20170404191103317281.html>
- Coba, M. (2017). *Gestión de inventarios y su relación eficiente con la gestión de compras en la comercializadora Jhampier S.A.C. Cercado de Lima año 2017*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Cortés, E. y Iglesias, M. (2008). *Generalidades sobre la metodología de la investigación*. 2° ed.).México: Universidad Autónoma del Carmen
- Cruz, R. (2016). *Gestión de inventarios y la productividad en los almacenes de productos escolares del ministerio de educación, 2016* Lima: Univrsidad Cesar Vallejo.
- Espinoza, O. (2011). *La administración eficiente de los inventarios*. (1° ed.).Madrid: Editorial la Enseñada.
- Fortaleza, C. (2008). *Aprovisionamiento y control de productos y materiales*. Nicaragua: Escuela Nacional de Hotelería.
- Gestión de Inventarios en el Perú (22 de julio del 2017). *Diario el Peruano*. Obtenido de <http://diarioelperuano.com.pe>
- Gonzales, J. (2016). *Procedimientos de operaciones y control de almacenes*. (1° ed.).Perú: Transporte Rodrigo Carranza S.A.C.
- Granda, G. y Rodriguez, R. (2013). *Diseño de un sistema de control basado en el Método ABC de gestión de inventarios, a través de indicadores de medición, aplicado a un*

estudio fotográfico en la ciudad de Machala. Ecuador: Escuela superior Politécnica del litoral ESPOL.

- Guerrero, J. y Galindo, J. (2014). *Contabilidad para administradores*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=xDhBAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Hernández, J. (2009). *Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamento*. Revista Venezolana de Gerencia. Vol 14, núm 47. pp.458-472.
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6° ed.).México: Mc Graw Hill.
- Huergo, J. (2011) *Proceso de Gestión*. Obtenido por http://cvonline.uaeh.edu.mx/cursos/maestria/MGIEMC/GestionAcademicaInstMV02/Unidad%201/L1_ProcesosGestionU1_MGIEV001.pdf
- Krajewski, L. y Malhorta, M. (2008). *Administración de operaciones*. (8° ed.).Editorial Pearson.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del Marketing*. (8° ed.). Editorial Pearson
- Loja, J. (2015). *Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para la empresa FEMARPE CIA.LTDA*. Ecuador: Universidad politécnica Salesiana.
- Mala gestión de los inventarios, una de las principales causas de quiebre en las pymes.(2018). *América Economía*. Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notasmala-gestion-de-inventarios-una-de-las-principales-causas-de-quiebre-de-las-pymes>
- Manene, L. (2012). *Gestión de existencias e inventario* .Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/08/08gestion-de-existencias-e-inventarios/>
- Molla, A. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Obtenido por https://books.google.com.pe/books?id=dUgIuLwyuB4C&pg=PA20&dq=Consumidores&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Consumidores=false
- Monferrer ,D . (2013) . *Fundamentos del Marketing* . Obtenido por <http://repositori.uji.es/xmloi/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Morales, J. (2010). *Teoría de Inventarios*. Obtenido por <https://myslide.org/inventarios-6p7Nn5g>
- Muñiz, C. (2015). *Marketing XXI*. Obtenido por <http://www.marketing-xxi.com/el-cliente-67.htm>

- Ortega, C. (2015). *Claves del Retail*. Obtenido por <http://www.clavesdelretail.com/wp-content/uploads/2015/10/claves%20del%20retail.pdf>
- Rodríguez, M. (2010). *Métodos de investigación: Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. (1° ed.). México: Editorial Pandora.
- Saavedra, A. (2006). *Gestión del Inventario*. (3° ed.). México: Editorial Pearson.
- Sánchez, C. (2017). *Gestión de inventario y el desempeño organizacional en industrias manufactureras de equipos electricos en Lima, 2016*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Serna, H. (2009). *Conceptos básicos en servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial.
- Vavra, T. (2009). *Cómo medir la satisfacción del cliente según ISO 9001:2000*. (4° ed.). España: Fundación Confemetal.
- Venemedia (2015). Clientes. Obtenido por <http://conceptodefinicion.de/cliente/>
- Zithaml, V. y Bitner, M. (2010). *Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. (2° ed.). México: Mc Graw Hil

Anexo 2: Instrumento de recolección

CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador(a):

El presente instrumento tiene como objetivo conocer cómo se relaciona la Gestión de Inventarios y el servicio al cliente de la empresa Maestro, Callao-2018. Por ello se le solicita que responda las preguntas con veracidad. Agradeciéndole de antemano su colaboración.

Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta.

1 = Muy de acuerdo	2= De acuerdo	3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4= En desacuerdo	5 =Muy en desacuerdo	

VARIABLE 1: GESTIÓN DE INVENTARIOS	1	2	3	4	5
1 ¿Considera Ud. que existen procedimientos para mantener controlados los stocks de mercadería?					
2 ¿Para Usted la empresa Maestro Callao tiene una buena gestión de inventarios hacia las áreas de puntos de venta?					
3 ¿Cree Ud. que en la tienda se da una buena reposición de mercadería hacia los puntos de venta?					
4 ¿Considera Ud. que el área de almacén tiene suficiente espacio para almacenar la mercadería de la tienda?					
5 ¿Cree Ud. que se da un óptimo manejo en la ubicación de la mercadería en el almacén?					
6 ¿Piensa Ud. que se da una buena clasificación de la mercadería en el almacén?					
7 ¿Observa Ud. que la empresa Maestro Callao cuida y valora a sus clientes?					
8 ¿Considera Ud. que la empresa Maestro Callao tiene los implementos necesarios para ser una buena empresa de venta de artículos para la construcción?					
9 ¿Piensa Ud. que el producto ofrecido es de buena calidad?					

10 ¿Cree Ud. que la empresa Maestro Callao tiene buenos estándares de ventas al usuario?

VARIABLE 2: SERVICIO AL CLIENTE

1 2 3 4 5

1 ¿Considera Ud. que los clientes se llevan una buena experiencia de compra?

2 ¿Cree Ud. que la experiencia en la compra deba ser compartida a nuevos usuarios que desconocen de Maestro Callao?

3 ¿Considera Ud. que cuando ocurre un percance, la empresa Maestro Callao apoya al cliente a solucionar el problema?

4 ¿Cree Ud. La empresa hace buenas promociones para captar o satisfacer a sus clientes

5 ¿Considera Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con el servicio al cliente

6 ¿Cree Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con la empresa Maestro Callao?

7 ¿Considera Ud. que la empresa Maestro Callao ha tenido experiencias desagradables en el servicio hacia sus clientes?

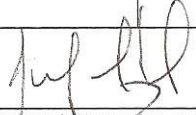
8 ¿Cree Ud. que se da una buena comunicación entre las áreas de ventas de la empresa Maestro Callao junto a sus clientes?

9 ¿Cree Ud. que los asesores de ventas conocen el producto en venta para ayudar a los clientes?

10 ¿Considera Ud. La empresa proporciona a sus asesores capacitaciones constantes para tener mejores ventas del producto?

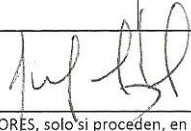
Anexo 3: Validez de instrumento de recolección

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión de Inventarios y servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Yllaconza Tirado, Renzo Santiago							
Apellidos y nombres del experto: <i>BARBUTIA BARBETO, ISRAEL</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Servicio al Cliente	Satisfaccion al cliente	Experiencia de compra	1. ¿Considera Ud. que los clientes se llevan una buena experiencia de compra?	Según Hernandez, Fernandez y Baptista(2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquia. (pag.215) Razon Tiene intervalos iguales entre las categorias, es cero es real y absoluto,no es arbitrario(pag 216)	/		
			2. ¿Cree Ud. que la experiencia en la compra deba ser compartida a nuevos usuarios que desconocen de Maestro Callao?		/		
		Cliente	3. ¿Considera Ud. que cuando ocurre un percance, la empresa Maestro Callao apoya al cliente a solucionar el problema?		/		
			4. ¿Cree Ud. La empresa hace buenas promociones para captar o satisfacer a sus clientes?		/		
	Expectativa al cliente	Experiencia del Servicio	5. ¿Considera Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con el servicio al cliente		/		
			6. ¿Cree Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con la empresa Maestro Callao?		/		
			7. ¿Considera Ud. que la empresa Maestro Callao ha tenido experiencias desagradables en el servicio hacia sus clientes?		/		
	Atencion al cliente	Comunicación	8. ¿Cree Ud. que se da una buena comunicación entre las áreas de ventas de la empresa Maestro Callao junto a sus clientes?		/		
		Conocimiento del producto	9. ¿Cree Ud. que los asesores de ventas conocen el producto en venta para ayudar a los clientes?		/		
			10. ¿Considera Ud. La empresa proporciona a sus asesores capacitaciones constantes para tener mejores ventas del producto?		/		
Firma del experto			Fecha <i>26/11/17</i>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS


Título de la investigación: Gestión de Inventarios y servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Yllaconza Tirado, Renzo Santiago							
Apellidos y nombres del experto: <i>BARDUTTA BARRETO, ISRAEL</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSEACIONES / SUGERENCIAS
Servicio al Cliente	Satisfacción al cliente	Experiencia de compra	1. ¿Considera Ud. que los clientes se llevan una buena experiencia de compra?	Según Hernandez, Fernandez y Baptista(2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquia. (pag.215) Razon Tiene intervalos iguales entre las categorias, es cero es real y absoluto, no es arbitrario(pag 216)	/		
			2. ¿Cree Ud. que la experiencia en la compra deba ser compartida a nuevos usuarios que desconocen de Maestro Callao?		/		
		Cliente	3. ¿Considera Ud. que cuando ocurre un percance, la empresa Maestro Callao apoya al cliente a solucionar el problema?		/		
			4. ¿Cree Ud. La empresa hace buenas promociones para captar o satisfacer a sus clientes?		/		
	Expectativa al cliente	Experiencia del Servicio	5. ¿Considera Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con el servicio al cliente		/		
			6. ¿Cree Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con la empresa Maestro Callao?		/		
			7. ¿Considera Ud. que la empresa Maestro Callao ha tenido experiencias desagradables en el servicio hacia sus clientes?		/		
	Atención al cliente	Comunicación	8. ¿Cree Ud. que se da una buena comunicación entre las áreas de ventas de la empresa Maestro Callao junto a sus clientes?		/		
		Conocimiento del producto	9. ¿Cree Ud. que los asesores de ventas conocen el producto en venta para ayudar a los clientes?		/		
			10. ¿Considera Ud. La empresa proporciona a sus asesores capacitaciones constantes para tener mejores ventas del producto?		/		
Firma del experto 			Fecha <i>26/11/17</i>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión de Inventarios y servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Yllaconza Tirado, Renzo Santiago							
Apellidos y nombres del experto: LEON ESPINOZA, LESSNER							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Gestion de Inventarios	Control de Inventarios	Existencias	1. ¿Considera Ud. que existen procedimientos para mantener controlados los stocks de mercadería?	Según Hernandez, Fernandez y Baptista(2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquia. (pag.215) Razon Tiene intervalos iguales entre las categorias, es cero es real y absoluto,no es arbitrario(pag 216)	/		
			2. Para Usted la empresa Maestro Callao tiene una buena gestión de inventarios hacia las áreas de puntos de venta?		/		
			3. ¿Cree Ud. que en la tienda se da una buena reposición de mercadería hacia los puntos de venta?		/		
		Almacen	4. ¿Considera Ud. que el área de almacén tiene suficiente espacio para almacenar la mercadería de la tienda?		/		
			5. ¿Cree Ud. que se da un óptimo manejo en la ubicación de la mercadería en el almacén?		/		
			6. ¿Piensa Ud. que se da una buena clasificación de la mercadería en el almacén?		/		
	Demanda	consumidor	7. ¿Observa Ud. que la empresa Maestro Callao cuida y valora a sus clientes?		/		
		Tienda (Retail)	8. ¿Considera Ud. que la empresa Maestro Callao tiene los implementos necesarios para ser una buena empresa de venta de artículos para la construcción?		/		
	Inventario	Producto	9. ¿Piensa Ud. que el producto ofrecido es de buena calidad?		/		
		Venta	10. ¿Cree Ud. que la empresa Maestro Callao tiene buenos estándares de ventas al usuario?		/		
Firma del experto			Fecha __/__/__				
Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.							

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión de Inventarios y servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Yllaconza Tirado, Renzo Santiago							
Apellidos y nombres del experto: <i>LEON ESPINOZA, LESSNER.</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Servicio al Cliente	Satisfacción al cliente	Experiencia de compra	1. ¿Considera Ud. que los clientes se llevan una buena experiencia de compra?	Según Hernandez, Fernandez y Baptista(2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (pag.215) Razon Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario(pag 216)	<input checked="" type="checkbox"/>		
			2. ¿Cree Ud. que la experiencia en la compra deba ser compartida a nuevos usuarios que desconocen de Maestro Callao?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Cliente	3. ¿Considera Ud. que cuando ocurre un percance, la empresa Maestro Callao apoya al cliente a solucionar el problema?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			4. ¿Cree Ud. La empresa hace buenas promociones para captar o satisfacer a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Expectativa al cliente	Experiencia del Servicio	5. ¿Considera Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con el servicio al cliente		<input checked="" type="checkbox"/>		
			6. ¿Cree Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con la empresa Maestro Callao?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			7. ¿Considera Ud. que la empresa Maestro Callao ha tenido experiencias desagradables en el servicio hacia sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Atención al cliente	Comunicación	8. ¿Cree Ud. que se da una buena comunicación entre las áreas de ventas de la empresa Maestro Callao junto a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			9. ¿Cree Ud. que los asesores de ventas conocen el producto en venta para ayudar a los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Conocimiento del producto	10. ¿Considera Ud. La empresa proporciona a sus asesores capacitaciones constantes para tener mejores ventas del producto?		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto			Fecha <u> </u> / <u> </u> / <u> </u>				


Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, sólo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión de Inventarios y servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Yllaconza Tirado, Renzo Santiago							
Apellidos y nombres del experto: Rafael Landauro <i>LOPEZ LANDAURO, RAFAEL.</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Gestion de Inventarios	Control de Inventarios	Existencias	1. ¿Considera Ud. que existen procedimientos para mantener controlados los stocks de mercadería?	Según Hernandez, Fernandez y Baptista(2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquia. (pag.215) Razon Tiene intervalos iguales entre las categorias, es cero es real y absoluto,no es arbitrario(pag 216)	/		
			2. Para Usted la empresa Maestro Callao tiene una buena gestión de inventarios hacia las áreas de puntos de venta?		/		
			3. ¿Cree Ud. que en la tienda se da una buena reposición de mercadería hacia los puntos de venta?		/		
		Almacen	4. ¿Considera Ud. que el área de almacén tiene suficiente espacio para almacenar la mercadería de la tienda?		/		
			5. ¿Cree Ud. que se da un óptimo manejo en la ubicación de la mercadería en el almacén?		/		
			6. ¿Piensa Ud. que se da una buena clasificación de la mercadería en el almacén?		/		
	Demanda	consumidor	7. ¿Observa Ud. que la empresa Maestro Callao cuida y valora a sus clientes?		/		
		Tienda (Retail)	8. ¿Considera Ud. que la empresa Maestro Callao tiene los implementos necesarios para ser una buena empresa de venta de artículos para la construcción?		/		
	Inventarios	Producto	9. ¿Piensa Ud. que el producto ofrecido es de buena calidad?		/		
		Venta	10. ¿Cree Ud. que la empresa Maestro Callao tiene buenos estándares de ventas al usuario?		/		
Firma del experto			Fecha 7 / 11 /17				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión de Inventarios y servicio al cliente de la empresa Maestro Callao, 2018								
Apellidos y nombres del investigador: Yllaconza Tirado, Renzo Santiago								
Apellidos y nombres del experto: Rafael Landauro <i>LOPEZ LANDAURO, RAFAEL</i>								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
Servicio al Cliente	Satisfacción al cliente	Experiencia de compra	1. ¿Considera Ud. que los clientes se llevan una buena experiencia de compra?	Según Hernandez, Fernandez y Baptista(2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (pag.215) Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario(pag 216)	<input checked="" type="checkbox"/>			
			2. ¿Cree Ud. que la experiencia en la compra deba ser compartida a nuevos usuarios que desconocen de Maestro Callao?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Cliente	3. ¿Considera Ud. que cuando ocurre un percance, la empresa Maestro Callao apoya al cliente a solucionar el problema?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			4. ¿Cree Ud. La empresa hace buenas promociones para captar o satisfacer a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Expectativa al cliente	Experiencia del Servicio	5. ¿Considera Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con el servicio al cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
			6. ¿Cree Ud. que Los asesores de venta están comprometidos con la empresa Maestro Callao?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			7. ¿Considera Ud. que la empresa Maestro Callao ha tenido experiencias desagradables en el servicio hacia sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Atención al cliente	Comunicación	8. ¿Cree Ud. que se da una buena comunicación entre las áreas de ventas de la empresa Maestro Callao junto a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			9. ¿Cree Ud. que los asesores de ventas conocen el producto en venta para ayudar a los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Conocimiento del producto	10. ¿Considera Ud. La empresa proporciona a sus asesores capacitaciones constantes para tener mejores ventas del producto?		<input checked="" type="checkbox"/>			
Firma del experto 			Fecha 7 / 11 / 17					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Anexo 4: SPSS 23

Vista de datos en SPSS 23

Visible: 20 de 20 variables

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15	item16	item17	item18	item19	item20	var
1	3	4	4	5	4	3	3	4	5	4	2	2	1	3	2	1	1	2	2	3	
2	2	5	4	5	5	4	3	2	2	2	3	2	1	1	2	4	1	3	2	2	
3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	
4	2	4	1	4	4	1	4	1	4	4	4	2	4	1	2	3	2	1	2	1	
5	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6	3	3	3	4	1	4	3	1	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	4	1	
7	1	2	3	3	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
8	2	4	4	2	3	4	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	4	4	2	1	
9	1	3	4	1	1	4	1	2	2	2	4	2	3	2	2	3	1	4	1	2	
10	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	
11	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	
12	3	3	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	4	
13	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
14	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	
15	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
16	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	
17	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	1	3	4	3	3	1	4	4	
18	4	4	4	1	4	1	3	2	1	4	1	1	3	1	2	1	2	3	1	4	
19	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	
20	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	
21																					
22																					
23																					
24																					
25																					

Vista de datos Vista de variables

Fuente: Elaboración Propia



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : FO6-PP-PR-02.02
 Versión : 09
 Fecha : 23-03-2018
 Página : 1 de 1

Yo, ISRAEL BARUTIA BARRETO
 docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES
 Escuela Profesional ADMINISTRACION de la Universidad César Vallejo CALLAO
 (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

"GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA MAESTRO, CALLAO - 2018"

del (de la) estudiante RENZO SANTIAGO YLLACONZA TIRADO,
 constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/La suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Lugar y fecha Callao, 09 DE Julio del 2018

Firma
 Nombres y apellidos del (de la) docente
 DNI: 10617288

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Renzo Santiago Yllaconza Tirado, identificado con DNI N° 70865329 egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA MAESTRO, CALLAO -2018. "; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:



FIRMA

DNI: 70865329

FECHA: 27 de noviembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"Gestión de Inventarios y servicio al cliente en la empresa Maestro. Caliao - 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Autor:

Yllaconza Tronko, Renzo Santiago

Resumen de coincidencias

26 %

- 1 repositorio ucv- edu pe 14 % >
- 2 Entregado a Universidad 12 % >
- 3 Entregado a Universidad 1 % >
- 4 www.tiendit.com 1 % >
- 5 Entregado a Universidad 1 % >
- 6 Entregado a Unidad Ed. 1 % >
- 7 repositorio unh.edu.pe 1 % >

Handwritten signature
 Dr. Israel Barranti



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Facultad de Ciencias Empresariales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Renzo Santiago Yllaconza Tirado

INFORME TÍTULADO:

Gestión de inventarios y servicio al cliente en la empresa Maestro,
Callao – 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 09/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 17 Diez y siete



Mg. Samanta Hilda Calle Ruiz