



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“EL CONTROL DE INVENTARIOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS  
CLIENTES DE LA EMPRESA CASAS Y SUEÑOS SAC, CARABAYLLO,  
LIMA 2018”**

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

**AUTORA**

**TORRES GUADALUPE, YNERIS SOLEDAD**

**ASESOR**

**Dr. DÍAZ SAUCEDO, SEVERINO ANTONIO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**GESTIÓN DE ORGANIZACIONES**

**LIMA – PERÚ**

**2018**



## ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) Torres Guadalupe, Yneris Soledad cuyo título es: "EL CONTROL DE INVENTARIOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA CASAS Y SUEÑOS SAC, CARABAYLLO, LIMA 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número) Dieciséis (letras).

Lugar y fecha 10 de diciembre del 2018

  
.....  
Dr. Davila Arenaza, Victor Demetrio  
**PRESIDENTE**

  
.....  
Mg. Casma Zarate, Carlos Antonio  
**SECRETARIO**

  
.....  
Dr. Diaz Saucedo, Severino Antonio  
**VOCAL**

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

## **DEDICATORIA**

Le agradezco a mi madre mi mayor motivación Teodora Soledad Guadalupe Reyes que me apoya día con día y me brinda el mejor ejemplo como la lucha constante, perseverancia y la fe que me enseñaron a ser lo que soy como persona, por guiar mi camino y estar siempre a mi lado para ayudarme a cumplir todos mis objetivos de manera correcta, por darme la fortaleza para no flaquear en ningún momento.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar agradezco a Dios por guiarme cada día en mi carrera profesional y en mi vida, cuidándome para poder llegar a mi objetivo.

A mi madre, porque siempre tuve su apoyo incondicional en cada decisión tomada para mi beneficio personal y profesional, por ser mi ejemplo de superación ya que gracias a su esfuerzo voy a poder terminar mis estudios.

A mis profesores de los 10 ciclos por haber contribuido en gran parte de mi formación profesional a través de sus enseñanzas en diversos temas académicos durante estos 5 años en la universidad.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Yneris Soledad Torres Guadalupe con DNI N° 71515109, 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 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, Diciembre del 2018



---

Yneris Soledad Torres Guadalupe  
D.N.I. 71515109

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 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.

Yneris Soledad Torres Guadalupe

La autora

## ÍNDICE

<b>CARÁTULA</b>	
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	ix
<b>RESUMEN</b>	x
<b>ABSTRACT</b>	x
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos previos	3
1.3. Teorías relacionadas al tema	7
1.3.1. Historia de los inventarios	7
1.3.2. Inventario	8
1.3.3. Componentes de un modelo de inventarios	9
1.3.4. Tipos de inventario	10
1.3.5. Costos involucrados en los modelos de inventario	11
1.3.6. Control de inventario	13
1.3.7. Importancia del control de inventarios	14
1.3.8. Problemas generados por falta de un adecuado control de inventarios	15
1.3.9. Beneficios de un adecuado control de inventarios	16
1.3.10. Satisfacción del cliente	17
1.3.11. El valor de los clientes	18
1.3.12. Tipos de clientes	19
1.3.13. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente	20
1.3.14. Métodos para medir la satisfacción del cliente	20
1.3.15. Elementos que conforman la satisfacción del cliente	21
1.3.16. Definición de términos básicos	23
1.4. Formulación del problema	26
1.4.1. Problema general	26
1.4.2. Problemas específicos	26
1.5. Justificación del estudio	26
1.5.1. Justificación teórica	26
1.5.2. Justificación metodológica	27

1.5.3. Justificación práctica	27
1.5.4. Razón Legal	27
1.6. Hipótesis	27
1.6.1. Hipótesis general	27
1.6.2. Hipótesis específicas	27
1.7. Objetivos	28
1.7.1. Objetivo general	28
1.7.2. Objetivos específicos	28
<b>II. MÉTODO</b>	<b>29</b>
2.1. Diseño de investigación	29
2.1.1. Nivel o alcance de investigación	29
2.1.2. Diseño de investigación	29
2.1.3. Tipo de investigación	29
2.2. Variables, operacionalización	30
2.2.1. Variables	30
2.2.2. Operacionalización	32
2.3. Población y muestra	33
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	34
2.5. Métodos de análisis de datos	37
2.6. Aspectos éticos	37
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>38</b>
3.1. Análisis descriptivo de los resultados	38
3.2. Prueba de las hipótesis de la investigación	43
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	<b>51</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>55</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>57</b>
<b>VII. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>58</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>62</b>
ANEXO 01: Matriz de consistencia	62
ANEXO 02: Matriz operacional	64
ANEXO 03: Instrumento de recolección de datos de la variable control de inventario	66
ANEXO 04: Instrumento de recolección de datos de la variable satisfacción del cliente	68
ANEXO 05: Validación por expertos	70
ANEXO 06: Validación de instrumentos	71
ANEXO 07: Resultados del Turnitin	83



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 2.2.2.1.</b>	Operacionalización de las variables	<b>32</b>
<b>Tabla 2.3.1.1.</b>	Empresas – clientes de la distribuidora Casas y Sueños SAC	<b>33</b>
<b>Tabla 2.4.4.1.</b>	Resumen del procesamiento de casos	<b>36</b>
<b>Tabla 2.4.4.2.</b>	Estadísticos de fiabilidad	<b>36</b>
<b>Tabla 2.4.4.3.</b>	Tabla de valores	<b>36</b>
<b>Tabla 3.1.1.</b>	Variable Control de Inventario	<b>38</b>
<b>Tabla 3.1.2.</b>	Variable Satisfacción del cliente	<b>38</b>
<b>Tabla 3.1.3.</b>	Dimensión Seguimiento	<b>39</b>
<b>Tabla 3.1.4.</b>	Dimensión Niveles	<b>39</b>
<b>Tabla 3.1.5.</b>	Dimensión Retroalimentación	<b>40</b>
<b>Tabla 3.1.6.</b>	Dimensión Decisiones	<b>40</b>
<b>Tabla 3.1.7.</b>	Dimensión Percepción	<b>41</b>
<b>Tabla 3.1.8.</b>	Dimensión Expectativas	<b>42</b>
<b>Tabla 3.1.9.</b>	Dimensión Experiencias	<b>42</b>
<b>Tabla 4.1.</b>	Cuadro de coeficiente de correlación de Spearman	<b>44</b>
<b>Tabla 4.2.</b>	Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.	<b>44</b>
<b>Tabla 4.3.</b>	Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018	<b>45</b>
<b>Tabla 4.4.</b>	Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018	<b>47</b>
<b>Tabla 4.5.</b>	Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018	<b>48</b>
<b>Tabla 4.6.</b>	Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018	<b>50</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b>	Simbología del diseño correlacional.	<b>30</b>
------------------	--------------------------------------	-----------

## RESUMEN

La presente tesis tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018. La investigación se desarrolló teniendo en cuenta las teorías relacionadas a las variables control de inventario y satisfacción del cliente. El diseño de investigación fue no experimental de corte transversal porque se recogió información en un solo periodo de tiempo; el nivel de investigación fue correlacional debido a que se busca saber el grado de relación entre las dos variables y el tipo de investigación fue aplicada. La población y muestra estuvo representada por los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC. El instrumento de recolección de datos utilizado fue el cuestionario. Los datos obtenidos fueron procesados para su respectivo análisis estadístico e interpretación mediante el SPSS.

**Palabras clave:** Control de inventario, satisfacción del cliente, expectativas, percepción, seguimiento.

## ABSTRACT

The main objective of this thesis was to determine the relationship between inventory control and customer satisfaction of the company Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018. The research is considered taking into account the theories related to the variables of inventory control and customer satisfaction. The design of the research was not experimental in the cross section because the information was recognized in a single period of time. The level of research was correlational due to the fact that the degree of relationship between the variables and the type of research was applied. The population and the sample was represented by the clients of the company Casas y Sueños SAC. The data collection instrument used was the questionnaire. The data have not been processed for their respective statistical analysis and interpretation through SPSS.

**Keywords:** Inventory control, customer satisfaction, expectations, perception, tracing.

# **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1. Realidad Problemática**

En Japón existe un sistema de trabajo conocido como justo a tiempo que permite hacer más eficiente todos los procesos de la empresa ya sea en el rubro de manufactura, servicios, comercio, etc., aquí lo que se busca es realizar una producción necesaria de pedido, en las cantidades adecuadas y en el momento indicado para así lograr una variación cero en el tiempo de programa. Por ello, que en las empresas japonesas sobre todo en el rubro de manufactura tienen el lema de no producir ni una pieza de más ni tampoco una pieza menos ya que el tiempo empleado para dicha producción ya no podrá ser recuperado y la pieza sobrante ya no servirá de nada si se queda en el inventario.

El gran problema de las empresas es que no se tiene conciencia sobre el valor de tener un control apropiado de las existencias ya que de esto dependen varias de las decisiones que se toman adentro de la organización. Para esto, el encargado de realizar el control logístico debe tener la información necesaria y adecuada para lograr la minimización de costos, tener liquidez y finalmente contar con un nivel óptimo de los inventarios dentro del almacén evitando futuras complicaciones como robos, pérdidas, etc., que afectan la rentabilidad que pueda generar el negocio.

En las empresas japonesas supone que tener inventario en el almacén es algo negativo y por esta razón no es considerado un activo, ya que resulta mejor tener un nivel mínimo o cero inventario para poder apreciar de manera más clara cuáles son las dificultades que están enfrentando en el área logística y así poder darle las mejores soluciones antes de que generen problemas peores que puedan perjudicar de manera más grave el funcionamiento regular de la organización. También se busca no tener colas de espera para anticiparse a los cambios que tiene la demanda, reducir los costos que genera tener inventario, realizar de manera más rápida la entrega de los productos y sobre todo identificar en un momento preciso cuáles son los problemas de calidad que presentan los productos que serán llevados al mercado.

En México hasta el año 2006 las pequeñas y medianas empresas representaban el 97% siendo así una gran fuente de empleo a nivel nacional, al ver que el país cuenta con diversas

actividades primarias como agricultura, pesca y ganadería considerado un amplio rubro a comparación con las actividades secundarias y terciarias se tomó la decisión de realizar consultorías sobre el control de inventarios para que los productos puedan llegar de manera más adecuada al consumidor final.

Es importante para las empresas mexicanas contratar una asesoría sobre el control de inventarios ya que esto permitirá que las organizaciones sean más competitivas dentro del mercado, ayudará a mejorar los procesos dentro de todas las áreas para que los productos lleguen de manera adecuada al consumidor final y así poder evitar algún descontento de nuestros clientes por la atención recibida.

Por otro lado, en el Perú, las empresas fueron afectadas ya que la mayoría de estas tuvo una acumulación de sus inventarios dentro de sus almacenes aunque tuvo su lado positivo ya que aumentó el flujo de caja proveniente de los inventarios pasados mejorando la situación financiera de las organizaciones. Debido a la alta informalidad de las MYPES en nuestro país es más difícil llevar a cabo un control tanto de inventario como de las demás áreas ya que muchos de los pequeños empresarios no cuentan con la información necesaria para poder realizar políticas o sistemas que ayuden a mejorar la situación actual de las empresas en busca de una mejora constante y de alcanzar la mayor satisfacción de los usuarios, esto trae como consecuencia mejorar la economía del país en su conjunto. Esto sería como una proporción de ganar-ganar tanto para las MYPES como para los clientes y el Perú.

Es importante saber que un control correcto de los inventarios puede traer grandes beneficios como mayor afluencia de clientes, mayores ganancias y por ende el crecimiento del negocio. Es por ello que, la falta de inventario hace que no se puedan cubrir todas las ventas o pedidos haciendo que los consumidores tengan otra apreciación de la empresa y al final terminan buscando aquella organización que sí cumpla con sus requerimientos y supere sus expectativas. Por último Casas y Sueños SAC, es una empresa comercial, que inició sus actividades el 31 de Enero del año 2014, cuya actividad económica principal es la distribución de productos ferreteros en Lima y Provincias. Su domicilio fiscal está ubicado en Av. Universitaria Mz. D Lt. 39 Urb. Ampliación de Vivienda Caudivilla Lima-Lima-Carabayllo.

En la actualidad la empresa no maneja un método adecuado de control de inventarios, es por esta razón que no se tiene la información necesaria de cuantos productos se encuentran en

el almacén. Esto ocasiona que cuando se ingresa un pedido al momento del empaquetado no se pueda completar por ende los clientes no quedan satisfechos ya que no se cumple con sus expectativas pues el pedido llega incompleto causando quejas y fastidio en los compradores.

Por esta razón, es necesario implementar un sistema que ayude en la revisión de los inventarios y que se ajuste a las necesidades que tiene la empresa con la finalidad de mejorar las operaciones dentro de esta. Este sistema ayudará a tener una supervisión constante de las entradas y salidas de mercadería para así lograr resultados positivos en la economía de la organización.

## **1.2. Trabajos previos**

Con relación a los estudios internacionales, se muestran algunos hallazgos relevantes y estos son:

Reyes, S. (2014) El presente estudio es de diseño experimental con una población total de 312 personas y el autor arribó en las siguiente conclusión: De acuerdo a lo investigado se puede afirmar que la calidad del servicio influye de manera positiva en la satisfacción de los clientes, esto se genera debido a que el trabajador brinda un servicio cordial y trato amable a cada uno de los usuarios, comprobando así la hipótesis operativa. La satisfacción de los clientes relacionados a la calidad de servicio fue aceptable en los aspectos de instalación (79%), brindar información oportuna y adecuada (63%), la limpieza del ambiente en general (75%), la capacitación del personal (59%) y el espacio de parqueo (68%).

Cabriles, Y. (2014) La presente investigación fue de tipo documental. El nivel de investigación fue descriptivo y de diseño no experimental, el autor arribó en la siguiente conclusión: Balgres sufrió un descenso considerable en la calidad de sus productos esto debido a que realizó la sustitución de sus materiales por una alternativa más factible debido al control cambiario que vive el país. Asimismo la escasez de los repuestos necesarios para continuar con la producción desencadenó en que se pararan algunas maquinarias limitando la producción de la empresa y reduciendo así las posibilidades de competir de manera equitativa en los mercados internacionales. Es por ello, que se recomienda tener un registro estricto y detallado de los inventarios y que los almacenes siempre se encuentren abastecidos para neutralizar la escasez de los productos.

Arrieta, J. & Guerrero, F. (2013) La investigación fue de nivel descriptivo y tipo exploratoria con una población global, es decir se consideró a todos los empleados de la organización. Los autores llegaron a la siguiente conclusión: Se propusieron varias mejoras para la empresa como instaurar un cronograma de producción para así poder abastecerse a tiempo de las materias primas necesarias, de las piezas y ensambles y lograr conservar el equilibrio entre lo que se necesita y lo que se procesa. Estas propuestas permitirán mejorar los puntos débiles pero siempre y cuando se tenga el compromiso y la responsabilidad de todos los colaboradores y no sólo los del área operativa. Por esta razón el llevar un control de las existencias se hace importante en algunas empresas más que en otras por la complejidad de este sistema.

Ahora bien en relación a los antecedentes nacionales tenemos:

Gómez, D. (2017) El presente trabajo de investigación fue de tipo descriptivo con un diseño no experimental y tuvo una población de 9 personas. Los instrumentos usados para la recopilación de información fueron el cuestionario, la entrevista y la ficha de observación, el autor según los resultados obtenidos luego del levantamiento de información concluye que el Sistema de Control interno de Inventarios favorece la Rentabilidad de la Empresa, esto debido a que la aplicación del control a través del sistema Kardex fue correcta y fue realizada por el personal competente para esta actividad. También se pudo apreciar que la empresa cuenta con un buen sistema para el reclutamiento y selección de personal que vaya acorde con los valores de la compañía como lo son la integridad, el compromiso, etc. Finalmente el contar con un stock de seguridad ha sido muy beneficioso para la empresa en el aspecto económico.

Vidarte, C. (2016) El presente estudio es de tipo aplicada. El diseño de la investigación fue descriptivo con la finalidad de implementar un sistema logístico adecuado para la empresa que ayude en los procesos de compra (insumos, materia prima), el almacenamiento del mismo, para evitar su deterioro pudiendo afectar la producción; y el respectivo despacho de los insumos esto facilitará controlar el inventario. Tuvo una población estuvo conformada por todo el personal administrativo y de producción. Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fue la observación, el autor arribó en la siguiente conclusión: La organización presenta varias deficiencias entre las cuales se encuentran una falta del manual de organizaciones y funciones (MOF) haciendo que las actividades se lleven de manera desordenada y poco eficiente; un mal abastecimiento de los productos necesarios para la construcción, esto por la

falta de una adecuada planificación ya que el personal desconoce cuánto stock queda en almacén; y una planificación empírica de los materiales. Por esta razón, se propuso un sistema de gestión logística con la finalidad de que la empresa sea más rentable (en el recurso material y monetario) pues con esto se evitará la pérdida innecesaria de contratos y hará que la empresa tenga una imagen más segura y confiable para el cliente.

Cahuaya, R. & Ñahuincopa, P. (2016) El estudio realizado es de tipo cualitativa con un nivel descriptivo-correlacional de diseño no experimental - transversal con una población de 66 personas. Los instrumentos utilizados para la recaudación de datos fueron el cuestionario y la escala de Likert. Los autores llegaron a la siguiente conclusión: De acuerdo a los datos recopilados en la encuesta se puede concluir que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad del servicio brindado por el Hotel (según la percepción del usuario). Esto se ve reflejado en los resultados donde se puede apreciar que se tiene un coeficiente de correlación de Spearman de 0,804 indicando que existe una correlación positiva alta entre las dos variables de investigación la satisfacción del cliente y calidad del servicio (ambas se encuentran estrechamente relacionadas y/o marcadas).

Ramírez, J. (2016) La investigación tuvo una metodología descriptiva con un diseño no experimental. La población estuvo conformada por las ferreterías comerciales del Perú. Los instrumentos de recolección de datos fueron el cuestionario, la observación directa y la entrevista. El autor arribó a la siguiente conclusión: Se concluye que la empresa no realiza el control de las existencias y su personal no tiene definida sus funciones correspondientes para el manejo de los inventarios haciendo que exista caos y desorden interno. Asimismo, la organización no realiza revisiones sobre la documentación al momento de contar con el inventario físico para evitar la pérdida de productos.

Ñauhirima, Y. (2015) La tesis en estudio fue de tipo correlacional- transeccional, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Su población estuvo conformada por 348 clientes, el autor concluye lo siguiente: Se puede observar que existe relación positiva alta entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente, esto se puede afirmar debido a los resultados obtenidos en donde se indica que existe un nivel de significancia del .05 y una correlación Rho de Spearman de 0,841.

Redhead, R. (2015) La presente investigación es de tipo descriptivo correlacional, de diseño no experimental y transeccional. Tuvo una población de 317 clientes, el autor arribó en la siguiente conclusión: La calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo es regular según los resultados de la encuesta. Existe una relación directa y característica entre las variables que son objeto de estudio, calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, asimismo existe correlación alta entre la fiabilidad y la satisfacción de los clientes del Centro de Salud Miguel Grau.

Albujar, M. & Huamán, S. (2014) La presente investigación es de tipo descriptiva con la finalidad de diseñar estrategias de control de inventarios que permitan alcanzar resultados prósperos para el beneficio y mejora de la empresa en el proceso por el control de su inventario. El diseño de investigación fue no experimental y tuvo una población de 25 trabajadores. Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron la encuesta, la entrevista, el análisis documental y la observación, los autores llegaron a la siguiente conclusión: La empresa no tiene las cantidades exactas que se necesitan para la preparación de los alimentos, dado que no se cuenta con el sistema Kardex u otro sistema que permita realizar un óptimo control de sus inventarios, impidiendo así conocer el número exacto de insumos (en tiempo real) requeridos para la alimentación de las vacas a consecuencia de ello la rentabilidad de la organización disminuye y se muestra información incompleta sobre el nivel real producción que generan las vacas.

Albujar, K. & Zapata, W. (2014) La presente investigación es de tipo aplicada con un diseño de investigación no experimental - descriptiva y su población fueron todos los procesos de gestión vigentes de la empresa. Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron el análisis documentario y la observación, los autores llegaron a la siguiente conclusión: La empresa no cuenta con un sistema integral que le permita gestionar sus inventarios y esto provoca que muchos productos se queden en stock más del tiempo promedio establecido. Luego de aplicar el método ABC se logró identificar 6 familias de productos que generan el 80% de las ganancias, por ello estos artículos se deben ubicar en una zona más estratégica dentro de la tienda para facilitar la venta.



### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Historia de los inventarios**

Según Márquez (2015, párr. 4) informa que:

[...] Desde tiempos antiguos se empezó a almacenar de manera empírica todos los productos y/o alimentos que serían usados luego en las épocas de escasez y de sequía, este proceso fue realizado por los pueblos Egipcios de la antigüedad, desde entonces surge una gran disyuntiva en poder llevar un adecuado registro, control, distribución y cuidado de todos los productos y/o recursos para lograr sostenerse y sobrevivir a lo largo de sus vidas.

Asimismo Jiménez (2016) indica que: “Los pueblos antiguos empezaron a recolectar los productos, alimentos y materiales con la finalidad de sobrellevar las épocas de escasez, así comenzó a crearse el inventario que surgió como un mecanismo para facilitar el reparto de los alimentos a las diferentes familias” (párr. 1).

También Cabrera (como se citó en Márquez, 2015, párr. 5) menciona que:

Los incas crearon una herramienta (el Quipu) para facilitar el conteo de los productos y materias primas que serían usados para las producciones agrícolas y mineras, también se utilizaba para llevar la contabilidad de las cosechas y así poder tener un control de todos los inventarios existentes de manera ordenada, estos antecedentes se remonta en el año 2.500 A.C como el primero en América.

Por último Cabrera (como se citó en Márquez, 2015, párr. 7) añade que:

En los Estados Unidos a finales de los años 50 gracias a los progresos e innovaciones ya no sólo se usaba los inventarios y sus técnicas es las guerras como un sistema de planificación del material bélico, sino que le dieron un nuevo uso como una herramienta fundamental para mejorar el sector productivo del país ya que permite tener un mejor control sobre todos los productos y materiales que se tiene a disposición.

Los autores citados anteriormente afirman que el control de los productos se realizaban desde tiempos remotos pero de manera empírica por los pueblos egipcios con la finalidad de llevar una contabilidad y así lograr abastecerse en el momento preciso de alimentos para

cuando se dieran las épocas de escasez en los hogares, y en el pueblo Inca para tener reservas que ayuden en la producción agrícola a las familias para ello crearon una herramienta fundamental que era conocida como Quipu y ayudaba principalmente a tener un registro exacto de todos los productos que tenían las familias del pueblo.

### **1.3.2. Inventario**

Moya (1999) afirma que: “Los inventarios son la aglomeración de todas las materias primas que luego pasan por un proceso de transformación, cuyo producto final será utilizado para poder satisfacer de manera favorable y óptima la demanda futura del mercado” (p. 19).

Bastos & Miguez (2010, p. 1-2) mencionan que las funciones más usadas de los inventarios son los siguientes:

- A. Ayudan a que no se originen parones durante el proceso productivo por no contar con los materiales necesarios en el tiempo adecuado y, por lo tanto, que no perjudique el sistema de empaquetado y distribución de los productos terminados a los clientes.
- B. Permite que la empresa se beneficie por el volumen de compra ya que al momento de realizar una compra es mejor hacerlo en grandes cantidades pues así el costo de cada artículo disminuye.
- C. Proporcionar un stock de seguridad en el almacén, es decir tener una reserva de artículos para cubrir cualquier emergencia, que ayude a satisfacer sin mayor inconveniente la demanda de todos los consumidores para así evitar que exista algún tipo de queja o incomodidad al quedarse sin el producto que requiere.
- D. Al momento de que la empresa realice sus compras para poder abastecer de forma oportuna su almacén ayuda a que se proteja de los cambios volátiles de los precios y también de la inflación.
- E. Permite que la organización se cubra por si ocurre una rotura de inventario al encontrarse con algún producto defectuoso por desperfectos en el proceso productivo, fallas del abastecimiento de los proveedores (como por ejemplo los retrasos en la entrega), que se tenga productos inadecuados al momento de realizar la venta (mala

calidad o una entrega inapropiada) que perjudique la imagen que la empresa intenta proyectar.

En la cita los autores mencionan que los inventarios son aquellos materiales que van a permitir satisfacer una demanda presente o futura de manera óptima ya que si la empresa por un mal manejo de sus existencias no evita quedarse en stock cero, perjudicaría de manera considerable las operaciones dentro de la organización. Es por ello que, entre algunas de las funciones de los inventarios dentro del almacén se encuentra evitar no cumplir con el pedido del cliente por completo ya que si esto sucede las expectativas de nuestros clientes no estará cubierta dejando una imagen poco favorable de la empresa corriendo el riesgo de que ocurra fuga de clientes a la competencia.

### **1.3.3. Componentes de un modelo de inventarios**

Guerrero (2017, p. 11) menciona que los elementos y/o componentes de un modelo de inventarios son los siguientes:

- A. Costos:** El contar con inventarios genera diversos costos entre los más comunes se encuentran el de mantenimiento de la existencias por ello es recomendable que los artículos sean vendidos y que no se queden como productos obsoletos o exceso de inventario en espera de ser vendidos, los costos por ordenar que son más usados en las empresas de construcción, los costos de penalización y los costos variables [...].
- B. Demanda:** Es considerada la cantidad que se planea vender al mercado objetivo en un tiempo futuro determinado. Muchas veces la demanda es relacionada con las unidades vendidas, esto no es así ya que la demanda a veces puede superar a la cantidad vendida y esto se da porque la empresa no cuenta con los productos necesarios (falta de inventario) en el almacén para cubrir todos los pedidos.
- C. Tiempo de anticipación:** Es conocido así pues aquí se mide el tiempo transcurrido desde que un pedido es colocado en la orden de compra o de producción hasta que dicho pedido se empieza a fabricar, es decir se empieza con el proceso productivo (rubro de manufactura) o sino hasta que el cliente recibe el pedido (rubro de servicios).

El autor citado anteriormente menciona que existen diversos tipos de componentes como por ejemplo los costos generados por el mantenimiento que se debe realizar de todos los productos acopiados; la proyección que tiene la empresa sobre las unidades que va vender de acuerdo a los requerimientos del mercado (conocido como demanda); y el periodo de tiempo que se da desde que se genera una orden de compra hasta el momento en que el cliente hace la recepción del producto y da la conformidad de lo recibido. Estos componentes se encuentran en todas las empresas sin distinción, por ello es importante mantener un informe detallado de todo lo que sucede durante el proceso de comprar o vender algún producto o servicio para que así la alta dirección tome mejores decisiones a favor de la empresa y sus colaboradores.

#### **1.3.4. Tipos de inventario**

Meana (2017, p. 9-10) indica lo siguiente:

- A. Inventario de materias primas y componentes:** En este tipo de inventario se encuentran todos los materiales que luego son usados en el proceso de fabricación y producción de un o más productos y/o artículos (conocidos como productos terminados), pero que todavía no han terminado de ser procesados, es decir aún no se pueden vender al mercado como producto terminado.
- B. Inventario de piezas de repuesto de los equipos y de los suministros industriales:** Este tipo de inventario incluye materias primas secundarias que son aquellas que utilizamos en la elaboración de productos y artículos de consumo, son aquellos productos que utilizamos en nuestras instalaciones, como combustible para la maquinaria, productos de limpieza, etc.
- C. Inventario de productos terminados:** Son todos los artículos que el área de producción nos envía para su almacenamiento, y constituyen todos los artículos que están a la venta. Este tipo de inventario está condicionado por la demanda que nuestros productos tengan en el mercado.
- D. Inventario de productos en proceso:** Consiste en gestionar todos los productos y/o artículos con los que se cuenta y que se encuentran en proceso intermedio de

fabricación, se trata de artículos que se deben ensamblar durante este ciclo y por ende son inventariados durante este proceso.

**E. Inventario de previsión:** Aquí se encuentran todos aquellos artículos que serán almacenados con la finalidad de que la compañía pueda cubrir una demanda que ya se tiene definida pero en un tiempo futuro sin afectar los productos que ya fueron destinados para cubrir necesidades distintas.

**F. Inventario de seguridad:** Ayuda a que los encargados del área de almacenaje tenga las materias primas necesarias para que no se estanque el proceso productivo y lograr la entrega de todos los productos en el plazo establecido cubriendo todas las expectativas de nuestros clientes.

El autor mencionado anteriormente indica que existen varios tipos de inventario los cuales son el de materia prima, usada para la fabricación de algún producto terminado pero que aún no ha sido procesado; el inventario de suministros industriales, que son productos secundarios dentro del proceso de fabricación como por ejemplo el combustible para la maquinaria; el inventario de productos terminados, que está constituido por los productos preparados para ser ofrecidos y vendidos al consumidor; el inventario de productos en proceso, aquí se encuentran los productos que faltan ensamblar o que todavía no terminan de ser fabricados; el inventario de previsión, estos son inventarios que ayudan a cubrir una necesidad futura de la cual la empresa ya tiene conocimiento; y finalmente se encuentra el inventario de seguridad, que facilita a que la empresa pueda tener materiales o productos necesarios si es que surge cualquier dificultad evitando así perjudicar el proceso de venta y satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes a tiempo.

### **1.3.5. Costos involucrados en los modelos de inventario**

Guerrero (2017, p. 11-12) menciona que los costos implicados en los modelos de inventarios son:

A. Los costos de mantenimiento efectuados al momento de almacenar algún artículo aquí se involucra el costo del dinero invertido, el costo de almacenamiento, el salario para

el personal de almacén y administrativo encargado de los almacenes y otros costos generados por los servicios públicos que la empresa debe cubrir.

- B. Los costos de penalización se generan cuando un cliente realiza el pedido de un producto y no se encuentra en almacén aquí se encuentran las posibles pérdidas de las ventas viables de futuros compradores, las utilidades que son dejadas de percibir y el pago por los salarios extras.
- C. Los costos por ordenar o fijo generados al momento de efectuar una orden de producción o compra y es llamado costo fijo porque no depende de la cuantía fabricada o pedida. Dentro de este costos están involucrados la preparación de las maquinarias y así poder empezar la producción, los combustibles que necesitarán dichas maquinarias, el alistamiento de los materiales, la papelería, los servicios como la luz, el agua, etc., y los salarios de los trabajadores.
- D. Los costos variables dependen de la cantidad producida, por ende si el artículo es producido se tendrá costos por la mano de obra, la materia prima y los gastos generales de fabricación generados por cada artículo producido.

El autor citado anteriormente informa que las empresas incurren en diversos costos al momento de tener productos almacenados como por ejemplo los costos de mantenimiento y el salario que se le debe pagar a todo el personal encargado del área de almacén, también se encuentran los costos generados al momento de iniciar la producción que no necesariamente depende de la cantidad fabricada o pedida para su venta y distribución (aquí se encuentran el pago del combustible, de la materia prima para iniciar el proceso productivo), así mismo se encuentran los costos de penalización que se dan cuando el cliente realiza el pedido de algún producto y este no se encuentra en almacén entonces se debe realizar el pago por la pérdida de utilidades y de futuros clientes; finalmente tenemos los costos variables, que dependen de la cantidad de unidades producidas por la empresa como los gastos indirectos de fabricación y los gastos de materia prima.

### **1.3.6. Control de inventarios**

Según Laveriano (2010, p.1) indica que:

Es un sistema logístico que licencia tener un control detallado de las mercancías ya sea reales o las que se encuentren en proceso de fabricación para saber cómo cubrir las necesidades presentes y futuras de los clientes sin tener mayores complicaciones. También permite que la empresa pueda saber cómo están sus niveles de existencias, así mismo facilita el establecer un programa de compra y abastecimiento para atender la contante demanda dentro del mercado pero teniendo en cuenta el ritmo de consumo.

Asimismo Adam & Eberth (1991, p. 497) mencionan que:

El control de existencias es una herramienta que debe ser utilizada en todas las compañías pues ayuda a que los artículos o productos se conserven en los niveles adecuados. Por ejemplo en las empresas manufactureras, se le tiene que dar mayor importancia a los materiales y su adecuado control pues de esto depende que no haya ningún problema al momento de la fabricación del artículo ya que aquí el enfoque se da con el producto físico en sí, pues por lo general siempre se le da más importancia al servicio (a menudo se consume al momento en que se genera la venta) y se olvidan de los materiales o las existencias que ayudan a que se cumpla con el ciclo de venta del artículo.

Adam & Eberth (1991, p. 557) afirman que:

El control en los inventarios no se puede lograr sin llevar a cabo las tres siguientes actividades: el seguimiento del desempeño y de los niveles de inventario, la retroalimentación para los encargados de tomar las decisiones finales, comparando el desempeño y uso de las materias primas existentes con los planeados, para poder ajustar los insumos de capital en el proceso de conversión de los inventarios.

Los autores anteriormente citados mencionan que el control de inventario consiste primordialmente en mantener un informe adecuado sobre las cantidades de las existencias dentro del almacén para que el encargado del área logística tenga el conocimiento necesario sobre cuánto producto se tiene y lo que realmente se necesita para evitar así demora en la entrega de estos productos a los clientes finales (en el sector servicios) o el retraso de la producción (en el sector producción o manufactura). Si todas las MYPES toman conciencia sobre lo esencial que es llevar un buen control de inventarios se podría

acelerar todos los procesos de la empresa reduciendo las quejas o reclamos por parte de los usuarios que son los encargados finalmente de hacer que las organizaciones sigan funcionando ya que ellos son el pilar de cualquier negocio.

### **1.3.7. Importancia del control de inventarios**

Según Laveriano (2010, p. 1) menciona que:

Es de suma importancia mantener un control de las existencias ya que permite a los encargados contar con suficiente información para tomar las decisiones finales. Por otro lado, el empezar a usar la tecnología para realizar este control (software establecidos) ayudará a que se pueda minimizar los costos generados en la producción y mantener un óptimo nivel de los inventarios para aumentar la liquidez de la empresa. Finalmente facilitará a que al concluir cada periodo la compañía pueda contar con un estado fidedigno de la situación económica actual.

Al mismo tiempo Adam & Ebert (1991, p. 508) indican que:

El contar un control de inventario óptimo y adecuado tiene como objetivo primordial encontrar la doctrina del costo mínimo en beneficio tanto del usuario como de la empresa a lo largo de todo el proceso de planeación. Por ello se necesita encontrar y detallar todos los costos relacionados a este proceso que son: el costo que genera el fabricar un producto o artículo, el costo de adquirir dicho producto, el costo de manejo o traslado del producto desde la empresa hasta el cliente final y por último el costo de escasez o por la falta de existencias requeridas en el almacén [...].

Los autores anteriormente citados mencionan que es indispensable que las empresas lleven un control de inventarios ya que esto permitirá contar con información útil para decisiones futuras que puedan ayudar a la organización a mantener un nivel óptimo de sus inventarios ayudando así a disminuir los costos de manera considerable pues este dinero puede ser invertido en la adquisición de nueva tecnología buscando siempre la mejora continua de la empresa logrando mayor competitividad con la única intención de satisfacer las necesidades y deseos de nuestro clientes finales que son quienes deciden si



la empresa se conserva en el mercado o si debe dejar de funcionar por falta de herramientas necesarias para igualar o superar a la competencia.

### **1.3.8. Problemas generados por falta de un adecuado control de inventarios**

Laveriano (2010, p. 1) afirma que los problemas más frecuentes son los siguientes:

- A. Abundancia de inventario e insuficiencia de inventario:** La abundancia de inventario se da cuando se tiene en almacén altos niveles de existencias que muchas veces no se logran vender y esto genera costos de aprovisionamiento por cada artículo, hace también que disminuya de manera considerable la calidad de los productos originando que no se logre cubrir las expectativas de los clientes al brindarle un artículo en estado defectuoso y se incrementa la merma. Por otro lado, al contar con insuficiente inventario se corre el riesgo de que existan fuga de clientes y que esto genere un costo adicional para poder recuperar al consumidor que probablemente decida buscar otra empresa que si logre cumplir con todas sus expectativa [...].
- B. El robo de mercancías:** Se produce generalmente por una mala organización del personal encargado de almacenar y contabilizar cada uno de los materiales o productos, el desfalco se produce principalmente por los mismos trabajadores de la empresa o en casos particulares por los clientes. Este tipo de robo se conoce comúnmente como el robo hormiga (pues parece sustracción de poco valor pero al momento de realizar una contabilidad el robo total es de gran cantidad) y ocasiona un incremento alarmante en los costos asociados a los inventarios.
- C. Las mermas:** El tener pérdidas considerables en los materiales genera un potencial incremento en los costos de las ventas realizados y esto desencadena un fuerte e importante impacto en las utilidades [...].
- D. Desorden en los inventarios:** Es fundamental que los colaboradores de todas las áreas cuenten con la información sobre la cuantía de existencias que se hallan en el almacén, ya que el desconocimiento puede desencadenar en graves pérdidas que

perjudicarían a la empresa y también la compra indebida o desmedida de materiales que no son requeridos.

**E. Sistemas de inventarios:** Es un instrumento que permite determinar cuáles son los niveles adecuados de inventarios que debe tener una empresa, aquí se cuenta con la ejecución de flujos físicos (control de inventarios ABC), los contratos establecidos con cada uno de los proveedores y distribuidores de los materiales o productos y los costos que la organización necesita para cumplir con los niveles de producción y del servicio al cliente. [...] Es importante que el personal a cargo tenga un balance entre las necesidades reales de los inventarios y el costo que se genera al mantenerlos en el almacén para evitar un exceso de stock.

El autor anteriormente citado menciona que el no tener un control de inventarios adecuado puede acarrear diversos problemas para la organización como por ejemplo el exceso de inventario dentro de almacén que conlleva a que la calidad de los productos ofrecidos sea menor, también se puede generar un desorden en los inventarios haciendo que se produzcan mermas que crean pérdidas para la empresa ya que con una mala información se puede llegar a comprar productos innecesarios asumiendo un impacto desmedido en las utilidades de la empresa.

### **1.3.9. Beneficios de un adecuado control de inventarios**

Laveriano (2010, p. 1) afirma que: “Una empresa eficiente y efectiva es aquella que cuenta con un nivel y control óptimo de las existencias almacenadas”. Entre los principales beneficios se puede mencionar:

- A. El contar con una información oportuna y detallada facilitará el aprovisionamiento de los productos sin que se generen excesos o faltantes que puedan perjudicar la entrega del artículo al cliente final.
- B. Al momento de realizar el aprovisionamiento de las materiales se puede generar un ahorro en el tiempo y los costos beneficiando a la organización.
- C. Tener un plan de abastecimiento que vayan de acuerdo con la planificación hecha en el área de producción y ventas.

D. Detectar de manera inmediata aquellos materiales que se encuentran en estado defectuoso o que simplemente no se venden desde hace mucho tiempo para evitar así costos adicionales por tener productos con movimiento limitado en el almacén.

El autor anteriormente citado indica que si la empresa logra llevar un acertado control de inventarios es sinónimo de que la organización es eficiente y por lo tanto aumenta la confiabilidad de los clientes. Por ello con la adecuada información el encargado de la logística podrá realizar un adecuado abastecimiento de las mercaderías y además tendrá la facilidad de descubrir cuáles son los productos que se encuentran obsoletos y que deben tener un mayor movimiento para lograr la venta de este en un periodo de tiempo apropiado para evitar la pérdida del producto y a la vez el costo generado por mantenerlo dentro del almacén.

#### **1.3.10. Satisfacción del cliente**

Dulka (1998, p. 22-23) menciona que:

La investigación sobre la satisfacción del cliente pasó de ser un elemento menor, insignificante, a ser un componente importante de los presupuestos de la investigación de mercado. Si bien se han realizado grandes progresos, las empresas aún tienen que recorrer un largo camino para convencer al público de que la satisfacción del cliente es una prioridad fundamental de las corporaciones.

Asociación Española de la Calidad (2003) indica que: “La satisfacción del usuario está relacionada con el nivel de expectativa que se tiene acerca de producto o servicio ofrecido, con las experiencias o vivencias que tuvo con otras compañías que venden un producto igual o similar y con los resultados que obtiene el cliente al final de realizada la venta o transacción”. (p. 12)

Los autores anteriormente citados mencionan que el estudio sobre la satisfacción del cliente ha llegado a tomar un papel muy importante para que las empresas tomen decisiones dentro del mercado al cual se dirigen. Si bien es cierto, que las organizaciones no han podido convencer al 100% a sus clientes sobre lo importante y trascendentales que son para las empresas, esto se puede lograr de manera progresiva

con una mayor inversión en cuanto a la mejora de los productos o servicios ofrecidos al cliente final. Para lograr una mayor satisfacción de los clientes, los altos directivos de las empresas deben tomar conciencia que son ellos (los clientes) quienes determinan si el negocio sigue en funcionamiento o no.

### **1.3.11. El valor de los clientes**

Gosso (2010, p. 70-71) afirma que:

El valor de los clientes no se mide por el poder adquisitivo ni el nivel de las compras que realiza en un periodo a largo plazo [...]. Las empresas deben saber que el verdadero valor del consumidor es lo que le costará a la compañía recuperarlo o en todo caso reemplazarlo por otro que tenga una similitud en su consumo, para poder establecer este valor se debe tener en cuenta el tiempo invertido y el gasto que se realizará en los folletos, afiches y spots publicitarios para poder captar nuevos clientes que compense al usuario perdido, pues muchas veces sucede que aquel cliente que fugó de la empresa pertenecía al segmento con más capacidad y deseos de compra y posiblemente se necesite más de un nuevo cliente para lograr sustituirlo completamente [...]

El autor citado anteriormente afirma que el valor del cliente no se mide de acuerdo a su posición económica o cuanto puede desembolsar al momento de adquirir algún producto o servicio, sino lo que le costará a la empresa reemplazar a ese cliente si es que lo pierde por no cumplir con las expectativas y no satisfacer de manera correcta sus necesidades y deseos porque probablemente el cliente que la empresa pierde sea el que más consume y entonces para que pueda reemplazarlo necesitará dos o tres clientes nuevos haciendo que se tenga que gastar dinero y tiempo de más por parte de la administración para realizar la publicidad necesaria y captar la atención de esos nuevos clientes. Todo esto se puede evitar siempre y cuando las organizaciones se enfoquen en saber cuáles son los gustos y preferencias de sus clientes y buscar la manera de satisfacerlos para lograr la fidelización que se desea.

### 1.3.12. Tipos de clientes

Gosso (2010, p. 71) menciona que: “Los clientes son, por su propia naturaleza humana, distintos entre sí. Pero, en la mayoría de los casos, comparten alguna característica que los hacen susceptibles de dividirlos en diversos segmentos. Dentro de esta clasificación encontramos los siguientes tipos de clientes”:

**Terroristas:** Este tipo de clientes demuestra un alto grado de insatisfacción sobre el producto o servicio adquirido, además no sienten ningún grado de apego emocional a la empresa que acude. Siempre mostrarán una actitud de constante molestia, quejas y protestas por el más mínimo inconveniente.

**El egocéntrico:** Es aquella persona que no acepta ninguna justificación por la demora al momento de ser atendido [...]. Busca también hacer el papel de un trabajador más cuando intenta demostrar cómo se deben hacer las cosas dentro de la empresa [...].

**El grosero:** [...] Este cliente se manifestará grosero con todas las personas que se encuentran a su alrededor ya sea un trabajador u otros usuarios dentro de la empresa sin importar la incomodidad que pueda generar.

**No clientes:** Son aquellas personas que en algún momento fueron clientes pero que si identifican algún mal manejo en la publicidad brindada por la empresa o alguna mala atención en la última vez que se acercó a consumir no durará en comunicar su mala experiencia a otras personas.

El autor anteriormente citado indica que en el mercado actual existen diferentes tipos de clientes como es el caso del más común, el cliente grosero que siempre se encuentra de mal humor y no tiene el menor cuidado cuando se dirige a un trabajador. También se encuentra el cliente egocéntrico que no puede esperar a ser atendido ya que piensa que no existe justificación alguna para hacerlo esperar. Es por ello, que las empresas deben de capacitar a sus trabajadores sobre cómo tratar a un cliente que simplemente no tiene la capacidad de escuchar y que llega muy alterado al negocio para evitar conflictos que luego puedan perjudicar al negocio ya que el cliente puede al final vender una mala imagen de la organización a otras personas haciendo que posiblemente se pierdan a potenciales consumidores.

### **1.3.13. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente**

Thompson (s.f.) afirma que: “Son varios los beneficios que una empresa puede conseguir al momento de conseguir la satisfacción absoluta de sus clientes o usuarios, estos beneficios se resumen en tres para dar una idea clara acerca de lo relevante que es para toda compañía lograr la satisfacción del consumidor”:

- A. Aquel consumidor que queda satisfecho con el servicio o producto ofrecido en la mayoría de los casos vuelve a comprar y lo hace de manera más constante.
- B. El usuario que quedo complacido con el servicio o producto obtenido por lo general se vuelve en una buena fuente de publicidad pues le comunica a los demás las experiencias positivas que tuvo al momento de consumir.
- C. El cliente satisfecho se fidelizará con la empresa pues ya no consumirá productos de la competencia sin importar los beneficios u ofertas que le ofrezcan.

El autor citado anteriormente informa que es importante sobrepasar las expectativas de los clientes para obtener la satisfacción deseada, ya que esto generará que el cliente se vuelva un comprador recurrente, que pueda informar sobre los beneficios que brinda la empresa a otros consumidores haciendo que crezca la cartera de clientes de la organización y lo más importante es que el cliente dejará de la lado a la competencia pues ya encontró todo lo que buscaba logrando así una fidelización que puede durar meses o años dependiendo del trabajo que realice la empresa para mantener viva esa fidelidad y evitar la temida fuga de clientes.

### **1.3.14. Métodos para medir la satisfacción del cliente**

La Asociación Española para la Calidad (2003, p. 17-18) indica que: “Es importante que las empresas (tanto industriales como de servicios) busquen obtener información acerca de la apreciación que los clientes tienen sobre los productos o servicios brindados para poder saber cuáles son su deficiencias e implementar planes de acción que ayuden a mejorar todos los puntos débiles [...]”. Existen dos métodos esenciales:

**Método de prospección indirecta (o por iniciativa del cliente):** Para realizar este método la empresa debe facilitar el libro de quejas o reclamaciones que toda empresa debe tener haciéndole saber a sus clientes que todas las apreciaciones serán respetadas y evaluadas para implementar mejoras para evitar que se cohíban al momento de realizar este procedimiento.

**Método de prospección indirecta (o por iniciativa de la compañía):** Las empresas deben recurrir a otros métodos para la obtención de datos aparte del libro de reclamaciones, una opción sería realizar encuestas de satisfacción periódicamente a los clientes más recurrentes, otros instrumentos puede ser el focus group y los test. Todas las metodologías mencionadas anteriormente ayudarán a tener una idea más clara y precisa sobre los productos y servicios que se les está brindando a sus usuarios [...].

El autor anteriormente citado indica que las empresas pueden recurrir a varios métodos para saber qué tan satisfechos se encuentran los clientes con el producto o servicio ofrecido, el más común son los libros de quejas o reclamaciones que toda empresa debe tener sin importar el tamaño de la misma y lo otro puede ser realizar estudios mercadológicos con la ayuda de los test o las encuestas donde se realizarán las preguntas que más ayuden a medir lo que se busca en realidad para que la empresa pueda saber qué es lo que debe mejorar o en definitiva eliminar de su plan que ayude a atraer más clientes a la organización en un mediano – largo plazo.

### **1.3.15. Elementos que conforman la satisfacción del cliente**

Thompson (s.f., p. 2-3) afirma que: La satisfacción del cliente está conformada por los siguientes tres elementos:

**El Rendimiento Percibido:** Es la percepción que el cliente tiene luego de haber adquirido un producto o servicio y hace referencia al desempeño (en cuanto a la entrega de valor agregado) que tienen los trabajadores al momento de interactuar con los compradores.

**Las Expectativas:** Son mejor conocidas con las esperanzas que el cliente pone en la organización donde realizará la compra. Las expectativas de los compradores se producen por el efecto de una o más de estas cuatro circunstancias:

- A. Las promesas que las empresas hacen a través de la publicidad ofreciendo diversos beneficios sobre el producto o servicio brindado.
- B. Las experiencias que tuvieron al realizar compras anteriores en empresas de la competencia.
- C. Las opiniones que son difundidas por familiares, amistades o líderes de opinión (p. ej.: artistas)
- D. Las distintas promesas ofrecidas por los competidores con el fin de captar clientes.

**Los Niveles de Satisfacción:** Los clientes después de haber realizado el proceso de compra del producto o servicio y al tener ya el artículo en su poder, los compradores experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- A. Insatisfacción: Es producido cuando el desempeño percibido no logra igualar las expectativas del cliente.
- B. Satisfacción: Se origina cuando el desempeño percibido se ajusta con las expectativas del cliente.
- C. Complacencia: Se puede visualizar cuando el desempeño percibido rebasa y/o supera a las expectativas del cliente.

El autor anteriormente citado menciona que el nivel de satisfacción del cliente depende del rendimiento percibido y de las expectativas del consumidor. Por ejemplo, si el rendimiento percibido es menor a las expectativas, el cliente estará insatisfecho y es probable que no regrese a la empresa; si el rendimiento percibido es igual a las expectativas, el cliente tendrá una buena imagen de la empresa haciendo que vuelva a comprar; si el rendimiento percibido es mayor a las expectativas, el cliente se sentirá más que feliz con la adquisición del producto o servicio haciendo que recomiende a otras personas y mejorando la imagen de la organización.



### 1.3.16. Definición de términos básicos

**Seguimiento:** El seguimiento consiste fundamentalmente en el análisis de la información creada en el proyecto, para la identificación temprana y oportuna de riesgos y desviaciones respecto al plan.

**Factura u orden de compras:** En este documento se encuentra detallado todo lo que contiene la compra para evitar disconformidades y malos entendidos en un futuro, el comprador es quien expide el documento a la empresa que le va a vender el producto, aquí se puntualizan la fecha de compra y entrega, el precio por cada producto, la cantidad, etc.

**Guía de remisión:** Estos documentos ayudan a que la empresa sustente que se le está enviando todo lo que el cliente pidió en la orden de compra y asegura el adecuado transporte de los bienes a las distintas direcciones, existen muchos aspectos relevantes y distintas modalidades.

**Infraestructura:** Es necesario que la empresa disponga con un lugar destinado para almacenar todos los productos y que este ambiente tenga todos los requerimientos necesarios para que la actividad de almacenamiento se desarrolle de manera efectiva.

**Factura de ventas:** Es un documento de índole contable en donde la empresa registra todos los movimientos que se generan en el área de ventas de todo un día para luego realizar un informe mensual, aquí quedan detallados la cartera de clientes, los impuestos pagados en un día, los ingresos obtenidos, los descuentos cargos, etc.

**Procedimientos:** Parte de los procedimientos que se debe tener en toda organización es contar con la infraestructura adecuada para poder desarrollar las actividades correspondientes de manera más fluida y sin inconvenientes.

**Niveles:** Contar con un nivel de servicio (inventario) es saber si se podrá cubrir la demanda, si esto no sucede por tener faltante de existencias en el área de almacén generará que la empresa tenga pérdida en las ventas, que el cliente sienta frustración con el servicio o producto ofrecido haciendo que decidan ir a compañías de la competencia e implica que se pierdan oportunidades de expansión. El nivel de servicio constituye una compensación entre el coste de inventario y el coste por la ausencia de existencias.

**Información:** Según Chiavenato (citado por Thompson, s.f., p. 1) menciona que:

La información es un mensaje que se transmite con coherencia en un determinado contexto o situación. Por ello, mantener a los trabajadores informados es relevante ya que ayuda a que la incertidumbre disminuya y se puedan implantar acciones originando la toma de decisiones más claras y objetivas sabiendo que los resultados serán los esperados (con un mínimo margen de error).

**Control físico:** Marcelogiler (s.f.) indica que:

El control físico de las existencias tiene como objetivo principal documentar de forma clara todos los artículos existentes dentro del almacén para evitar complicaciones, este control debe tener relación con la información que se encuentra en el Sistema de Kardex (si es que la empresa cuenta con uno). Esta metodología se inicia a partir de la existencia de un inventario físico y al finalizar lo que busca en alcanzar el éxito de manera integral.

**Retroalimentación:** Es el método por el cual los resultados o registros de una actividad son reinsertados en el sistema actual para poder tener un mejor control y así poder corregir los errores.

**Capacitación:** Es un proceso que permite implementar programas para que los trabajadores obtengan y/o actualicen todos sus conocimientos y habilidades con el único objetivo de mejorar su desempeño laboral para lograr el éxito que la empresa desea.

**Revisión constante:** La revisión implica el examen y análisis pormenorizado que se lleva a cabo sobre una determinada cuestión.

**Sistemas de gestión:** Son aquellos procesos empleados por la compañía para realizar una revisión oportuna y saber si las funciones se estén cumpliendo de acuerdo al reglamento establecido con el fin de lograr los objetivos trazados.

**Decisiones:** Es aquella determinación que toma la empresa para encontrar una solución pronta a las dificultades que se presentan.

**Tomar medidas:** Se busca que la empresa una vez que tenga toda la información correspondiente acerca de los productos que tiene y de los que faltan en almacén pueda realizar un cronograma que ayude a mejorar las deficiencias en el área de almacenamiento para evitar problemas e inconformidades en un corto, mediano o largo plazo que pueda afectar la imagen de la empresa.

**Percepción:** Es el significado o interpretación que las personas le dan a las diferentes impresiones que tiene acerca del entorno y de los demás individuos con quienes se relacionan.

**Cortesía:** Es demostrar el respeto por la otra persona manifestándole afecto y el prestar la atención debida en el momento indicado.

**Procesos:** Se da cuando a una operación ya sea natural o artificial se le asigna fases coherentes para alcanzar algún fin u objetivo.

**Empatía:** Es una habilidad que permite a los seres humanos entender y comprender los sentimientos y actitudes de nuestros semejantes dependiendo del contexto en el cual se encuentre.

**Expectativas:** Son los puntos de referencia a través del cual el usuario compara el desempeño y la experiencia adquirida al momento de realizar la compra, por lo general estas expectativas se relacionan con lo que el usuario cree que debería pasar al momento que adquiere el producto o servicio.

**Conocimiento:** Según Wiig (citado por Martínez, s.f., p. 3) menciona que:

Todos los seres humanos poseen el conocimiento que es usado para recibir información (datos, noticias, etc.), luego poder reconocerla, analizarla y finalmente evaluarla para tomar las decisiones más inteligentes que sean beneficiosas para todos los involucrados (ya sean personas, organizaciones, comunidades, etc.)

**Estándares:** Sirve como marco de referencia o modelo para las empresas y que ayudan a mejorar los servicios ofrecidos al cliente final.

**Desempeño:** Es el grado de desenvolvimiento que tiene una organización para poder satisfacer las necesidades de sus clientes y que tiene como base cumplir con un objetivo esperado.

**Experiencias:** La experiencia se refiere que a partir de un conocimiento las personas interpretan su entorno para luego elaborar comparaciones y tomar decisiones en cuanto a su elección de compra o consumo.

**Valoración del servicio:** Es la percepción que el cliente tiene acerca de la atención brindada por la organización a la cual acude en función de sus expectativas y de las experiencias o vivencias con la competencia. Se pueden implementar varios sistemas para saber cuál es la opinión que nuestros clientes tienen con el producto o servicio ofrecido y

que puedan brindar algunas recomendaciones o sugerencias para mejorar en todas y cada una de las áreas.

#### **1.4. Formulación del problema**

##### **1.4.1. Problema general**

¿Qué grado de relación existe entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018?

##### **1.4.2. Problemas específicos**

- a. ¿Qué nivel de relación existe entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018?
- b. ¿Qué grado de relación existe entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018?
- c. ¿Qué nivel de relación existe entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018?
- d. ¿Qué clase de relación existe entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018?

#### **1.5. Justificación del estudio**

##### **1.5.1. Justificación Teórica**

El presente estudio tiene como propósito contribuir a que la empresa Casas y Sueños SAC mejoren el sistema logístico a través de un mejor control de inventarios permitiendo que la empresa sepa de manera exacta la cantidad de productos que se encuentran dentro del almacén. Es por ello, que por medio de las principales dimensiones de control de inventario como son: retroalimentación, desempeño, niveles y seguimiento se busca obtener resultados que indiquen cual es el grado de similitud con la variable satisfacción del cliente.

Asimismo, de acuerdo a las dos variables de investigación: control de inventarios y satisfacción del cliente se aportó información relacionada al tema para tener una visión más amplia. También se realizarán recomendaciones que pueden ser aplicadas en las

MYPES para ayudar a mejorar el control que se tiene sobre los inventarios trayendo como consecuencia una mejora en la rentabilidad y un crecimiento de la empresa.

### **1.5.2. Justificación Metodológica**

La investigación busca determinar la relación que existe entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018. Para poder cumplir con los objetivos establecidos, se hizo uso del cuestionario como instrumento de recolección de datos que pueda ayudar a mejorar las deficiencias que sean encontradas en el área de almacén permitiendo así maximizar las ventas y lograr la fidelización de los clientes a un mediano - largo plazo.

### **1.5.3. Justificación Práctica**

La investigación me permitió conocer más a fondo los problemas o deficiencias que presentan las MYPES sobre el control de inventarios y como afecta esto a la relación que se tiene con los clientes. Asimismo, me ayudará en mi formación profesional y a otros estudiantes como base bibliográfica para futuras investigación dentro del centro de estudios.

### **1.5.4. Razón Legal**

La ley 30220 permite realizar el estudio para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración

## **1.6. Hipótesis**

### **1.6.1. Hipótesis General**

**HG:** Existe relación entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

### **1.6.2. Hipótesis Específicas**

**H<sub>1</sub>:** Existe relación entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**H<sub>2</sub>:** Existe relación entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**H<sub>3</sub>:** Existe relación entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**H<sub>4</sub>:** Existe relación entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

## **1.7. Objetivos.**

### **1.7.1. Objetivo General**

Determinar el grado la relación que existe entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- a. Analizar la relación que existe entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.
- b. Identificar el nivel de relación que existe entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.
- c. Estudiar la relación que existe entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.
- d. Describir el grado de relación que existe entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Diseño de investigación**

#### **2.1.1. Nivel o alcance de investigación**

La investigación se ubicó en el nivel correlacional debido a que se busca saber cuál es la relación que existe entre las variables de estudio: control de inventarios y satisfacción del cliente. Así mismo nos permite medir de qué tipo es la relación que ha sido encontrada al momento de realizar la investigación.

#### **2.1.2. Diseño de investigación**

Fue no experimental de corte transversal porque no se ha manipulado ninguna variable independiente para ver sus efectos en la variable dependiente y los datos se obtuvieron en un solo periodo de tiempo, tal como señala Hernández, Fernández & Baptista (2014): “En las investigaciones no experimentales se complica la manipulación de las variables para obtener los resultados que el investigador desea al momento de realizar el estudio y esto genera que se pueda observar el fenómeno en su ambiente natural” (p. 152).

#### **2.1.3. Tipo de investigación**

Finalmente el tipo de estudio fue aplicada y según Murillo (como se citó en Morales, 2009) menciona que:

Este tipo de investigación es conocida también como activa o dinámica, se caracteriza principalmente porque el investigador aplica todos los conocimientos adquiridos para realizar el estudio y a la vez va buscando información nueva y actualizada después de haber implementado toda la práctica basada en el estudio. También es conocida como investigación empírica o practica debido a que el uso correcto de los conocimientos obtenidos hace que se pueda conocer la realidad de manera más sistemática, rigurosa y organizada.

Del mismo modo sobre el tema en mención Cazau (2006, p. 18) indica:

La investigación aplicada no desea buscar la verdad del estudio sino la utilidad que pueda tener luego de que se haya realizado, es decir que, lo que se trata de investigar es la manera de utilizar toda la información

en la realidad para lograr obtener un resultado práctico. Es por ello que, perfecciona todos los recursos y conocimientos obtenidos a través de la investigación pura.

Simbología:

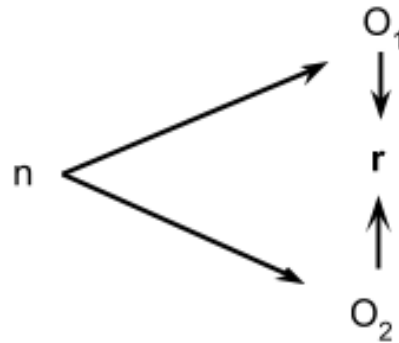


Figura 1. Simbología del diseño correlacional.

Donde:

$n$  = Muestra

$O_1$  = Construcciones informales

$O_2$  = Riesgo en la población

$r$  = Relación.

## 2.2. Variables, operacionalización

### 2.2.1. Variables

#### Variable 1: Control de inventarios

- **Definición conceptual**

Para Espinoza (citado por Pirea, 2013, párr. 1) menciona que:

El control de inventarios es actualmente una herramienta importante para las organizaciones ya que permite saber las cantidades exactas de existencias que se encuentran en almacén disponibles para ser vendidas y también ayuda a conocer si la infraestructura es la adecuada para las condiciones de almacenamiento de acuerdo a los artículos que cada empresa manipula y ofrece al consumidor final.



- **Definición operacional**

Para efectos de estudio, se puede entender que es necesario un adecuado control de inventarios para poder optimizar las funciones logísticas dentro de la organización, logrando un manejo aceptable de los inventarios en almacén. Los datos que se van a obtener es mediante 2 cuestionarios que están relacionados con las dimensiones y a la vez con los indicadores de la variable principal. La variable control de inventarios tiene las siguientes dimensiones:

- ✓ Seguimiento
- ✓ Niveles
- ✓ Retroalimentación
- ✓ Decisiones

## **Variable 2: Satisfacción del cliente**

- **Definición conceptual**

Kotler (citado por UDLAP, s.f., p. 17) indica que es: “La satisfacción del cliente en muchas ocasiones va a depender del estado de ánimo de la persona que va a consumir el producto o servicio para luego realizar la comparación del desempeño percibido con las expectativas de acuerdo a experiencias o vivencias pasadas”.

- **Definición operacional**

Para un mejor entendimiento, la satisfacción del cliente va referido al cumplimiento de las expectativas de los consumidores en relación al producto o servicio ofrecido en comparación con otra empresa. Los datos que se van a obtener es mediante 2 cuestionarios que están relacionados con las dimensiones y a la vez con los indicadores de la variable principal. La variable satisfacción del cliente tiene las siguientes dimensiones:

- ✓ Percepción
- ✓ Expectativas
- ✓ Experiencias

## 2.2.2. Operacionalización

**Tabla 2.2.2.1**

*Operacionalización de las variables*

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items		Instrumento	Escala de medición	
			Ubicación de ítems en cuestionario	Número de ítems por indicador			
<b>Control de Inventario (V1)</b>	Seguimiento	Factura de compras	1, 2	2	Cuestionario Tipo Likert	Ordinal	
		Guía de remisión	3, 4	2			
		Infraestructura	5	1			
		Factura de ventas	6, 7	2			
		Procedimientos	8, 9, 10	3			
	Niveles	Información	11	1			
		Control físico	12, 13	2			
		Capacitación	14, 15	2			
		Retroalimentación	Revisión constante	16, 17			2
		Sistemas de gestión	18, 19	2			
<b>Satisfacción del cliente (V2)</b>	Decisiones	Tomar medidas	20, 21	2			
		Cortesía	22, 23	2			
	Percepción	Procesos	24, 25	2			
		Empatía	26	1			
	Expectativas	Conocimiento	27	1			
		Estándares	28	1			
		Desempeño	29, 30	2			
	Experiencias	Valoración del servicio	31, 32, 33, 34, 35	5			

*Fuente:* Enma Román M. (2016)

## 2.3. Población y muestra

### 2.3.1. Población

En la presente investigación se tomó en cuenta como población a los clientes de las MYPES distribuidoras de productos ferreteros, en específico de la empresa Casas y Sueños SAC. Además se tuvo como referencia los antecedentes de la investigación para poder establecer cuál será la población a investigar.

El universo poblacional estuvo conformado por 40 trabajadores de las principales empresas que son clientes de la distribuidora Casas y Sueños del distrito de Carabayllo. A continuación se presenta un cuadro que explicará a detalle la conformación de la población:

**TABLA 2.3.1.1**

*Empresas – clientes de la distribuidora Casas y Sueños SAC*

Comercializadora Ferretera Alto Mayo SAC	1
Comercios Meche SAC	1
Corporación Escorpión	1
Corporación y distribuciones SAC	1
Dimarsa SAC	1
Distribuidora Royer SAC	1
Distribuidora Virgen del Rosario SAC	1
Ferretería Center SAC	1
Consortio Importaciones S.A.C.	1
Consortio Pegasso S.A.C.	1
Construfer Las Malvinas S.A.C	1
Constructora San Pedro San Pablo S.A.C.	1
Coper Contratistas Generales S.A.C	1
Corporación Disfregar S.A.C	1
Corporación Dymasa S.A.C	1
Corporación Febi S.A.C.	1
Corporación Internacional JHM SA.C.	1
Corporación Promatisa S.A.C.	1
Corporación Toto´s y Servicios Generales S.A.C.	1
Constructora e Inmobiliaria S.A.C.	1
Corporación y distribución S.A.C.	1
Discaryal S.A.C.	1
Distribuciones Jhoeli S.A.C.	1
Distribuidora Los leones nor oriente S.A.C.	1

Distribuidora Rosario S.A.C.	1
EF Distribuciones S.A.C.	1
El satélite distribuidora comercial y servicios S.A.C.	1
EROSAC S.A.C.	1
Ferretería Fredd S.A.C.	1
Ferremarket Company S.A.C.	1
Ferretería García S.A.C.	1
Ferretería Materiales de Construcción S.A.C.	1
Globaltronic´s S.A.C.	1
Griferías peruanas S.A.C.	1
Grupo mega ferreteros S.A.C.	1
Grupo la gaviota S.A.C.	1
IMDAFISAC	1
Profield SAC	1
Ferretería Soluciones SAC	1
Las Malvinas S.A.	1
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>

*Fuente:* Elaboración propia

### **2.3.2. Muestra**

El tamaño de la muestra para los casos de encuesta estuvo compuesto por 40 clientes, es decir se trabajó con el 100% en relación al universo poblacional. Esta clase de muestra se caracteriza por ser muestra censal.

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

### **2.4.1. Técnica de recolección de datos**

En la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta tal como lo mencionan Kerlinger & Lee (2002) que: “La investigación por encuesta: tiene como meta conocer el status quo, en lugar de estudiar las relaciones entre las variables, así como analizar la situación actual de algunas características poblacionales. [...] Algunas encuestas intentan establecer la incidencia, distribución e interrelaciones entre variables sociológicas y psicológicas y al hacerlo, generalmente se focalizan en la gente, los factores vitales de la gente y sus creencias, opiniones, actitudes, motivaciones y comportamiento” (p. 541-542).

#### **2.4.2. Instrumento de recolección de datos**

El instrumento de recolección de datos para la investigación ha sido el cuestionario. Como la menciona Hernández et al (2006) que: “Dentro del cuestionario se realizan un conjunto de preguntas que tienen relación con la variable o variables que se está midiendo al momento de la investigación” (p. 310). Las preguntas están dirigidas para obtener información acerca de las dos variables de investigación: control de inventarios y satisfacción del cliente.

#### **2.4.3. Validez**

Hernández et al (2006) afirma que: “La validez ayuda a conocer si el investigador en realidad si el instrumento usado realiza la medición que verdaderamente pretende medir” (p. 277).

Para realizar la validez se utilizó el juicio de expertos, que consiste en que la revisión del instrumento sea validado por 6 docentes (temáticos y metodológicos) conocedores del tema a investigar. A continuación se detallará el nombre de cada experto:

- a) Dr. Cardenas Saaverdra, Abraham
- b) Mg. Alonso López, Alfredo
- c) Dr. Costilla Castillo, Pedro
- d) Mg. Soto Brito, Hernán
- e) Mg. Meneces la Riva, Mónica
- f) Dr. Vega Vilca, Carlos

El instrumento obtuvo una aprobación total de 99% siendo aplicable para realizar la investigación.

#### **2.4.4. Confiabilidad**

Hernández et al (2006) menciona que: “La confiabilidad busca saber si el instrumento de recolección de datos produce resultados iguales o similares al momento de aplicarlo de manera repetida al mismo sujeto” (p. 277).

**TABLA 2.4.4.1***Resumen del procesamiento de casos*

		<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Casos</b>	<b>Válidos</b>	40	100,0
	<b>Excluidos<sup>a</sup></b>	0	,0
	<b>Total</b>	40	100,0

*Fuente:* Elaborado en la base de datos SPSS**TABLA 2.4.4.2***Estadísticos de fiabilidad*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
,986	35

*Fuente:* Elaborado en la base de datos SPSS**TABLA 2.4.4.3***Tabla de valores*

<b>VALORES</b>	<b>NIVEL</b>
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

*Fuente:* Elaborado por George y Mallery (2003, p. 231)

En el presente estudio el análisis de fiabilidad a través del Alfa de Cronbach dio como resultado 0,986 y se puede interpretar que la prueba es confiable teniendo en cuenta los datos recopilados y las preguntas realizadas.

## **2.5. Métodos de análisis de datos**

El método de análisis de datos que se utilizará y empleará en la presente investigación será mediante un método estadístico, en el cual, la información recopilada y obtenida será procesada en el programa SPSS que finalmente nos permitirá proporcionar información precisa y detallada para poder realizar un análisis inferencial y dar las mejores recomendaciones.

## **2.6. Aspectos éticos**

La investigación ha sido autorizada por la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo. La participación de los participantes del estudio así como el llenado de la encuesta es voluntaria y anónima. Los datos de los participantes no serán divulgados en ningún caso en forma individual, y solo serán incorporados en el proyecto de tesis en forma agrupada.

La investigación se realizó con verdad, se evitó toda manifestación de plagio en la información, y todos los aportes en los antecedentes y teorías se encuentran citados con sus autores.

Este trabajo es realizado con transparencia y criterio por parte del investigador, que cuenta con dichos valores y los ha llevado a la práctica al momento de buscar información y analizar los resultados.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis descriptivo de los resultados.

**TABLA 3.1.1.**

*Variable Control de Inventario*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	1	2,5	2,5	2,5
	De acuerdo	19	47,5	47,5	50,0
	Indiferente	3	7,5	7,5	57,5
	En desacuerdo	17	42,5	42,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Fuente:* Programa SPSS

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en la Tabla 06, se evidencia que de las 40 personas encuestadas el 47,5% que representa a 19 personas opinan que se encuentran de acuerdo con el control de inventario que se realiza en la empresa. Así mismo 42,5% que representa a 17 personas se encuentran en desacuerdo con el control de inventario que lleva la empresa. Mientras que el 7,5% que representa a 3 personas se encuentran indiferente y el 2,5% que representa a 1 persona se encuentra muy de acuerdo con el control de inventario realizado por la empresa.

**TABLA 3.1.2.**

*Variable Satisfacción del cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	12	30,0	30,0	30,0
	De acuerdo	8	20,0	20,0	50,0
	Indiferente	10	25,0	25,0	75,0
	En desacuerdo	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Fuente:* Programa SPSS

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en la Tabla 07, se evidencia que de las 40 personas encuestadas el 30,0% que representa a 12 personas opinan que se encuentran muy de acuerdo con la satisfacción del cliente. Así mismo 25,0% que representa a 10 personas se



encuentran en desacuerdo con la satisfacción del cliente. El 25,0% que representa a 10 personas se encuentran indiferente. Mientras que el 20,0% que representa a 8 personas se encuentra muy de acuerdo con la satisfacción del cliente.

**TABLA 3.1.3.**

*Dimensión Seguimiento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	12	30,0	30,0	30,0
	De acuerdo	8	20,0	20,0	50,0
	Indiferente	11	27,5	27,5	77,5
	En desacuerdo	9	22,5	22,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Fuente:* Programa SPSS

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en la Tabla 08, se evidencia que de las 40 personas encuestadas el 30,0% que representa a 12 personas opinan que se encuentran muy de acuerdo con el seguimiento que se realiza al inventario dentro de la empresa. Así mismo el 27,5% que representa a 11 personas se encuentran indiferente con el seguimiento de los inventarios. Mientras que el 22,5% que representa a 9 personas se encuentran en desacuerdo y el 20,0% que representa a 8 personas se encuentra de acuerdo con el seguimiento que la empresa realiza a la materia prima y los productos que se encuentran en el almacén.

**TABLA 3.1.4.**

*Dimensión Niveles*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	4	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	14	35,0	35,0	45,0
	Indiferente	5	12,5	12,5	57,5
	En desacuerdo	17	42,5	42,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Fuente:* Programa SPSS

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en la Tabla 09, se evidencia que de las 40 personas encuestadas el 42,5% que representa a 17 personas opinan que se encuentran en

desacuerdo con los niveles de inventario. Así mismo 35,0% que representa a 14 personas se encuentran de acuerdo con los niveles de inventario dentro del almacén. Mientras que el 12,5% que representa a 5 personas se encuentran indiferente y el 10,0% que representa a 4 personas se encuentra muy de acuerdo con los niveles de inventario almacenados dentro de la empresa.

**TABLA 3.1.5.**

*Dimensión Retroalimentación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	3	7,5	7,5	7,5
	De acuerdo	17	42,5	42,5	50,0
	Indiferente	7	17,5	17,5	67,5
	En desacuerdo	13	32,5	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Fuente:* Programa SPSS

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en la Tabla 10, se evidencia que de las 40 personas encuestadas el 42,5% que representa a 17 personas opinan que se encuentran de acuerdo con la retroalimentación brindada por la empresa. Así mismo 32,5% que representa a 13 personas se encuentran en desacuerdo con la retroalimentación que la empresa ofrece. Mientras que el 17,5% que representa a 7 personas se encuentran indiferente y el 7,5% que representa a 3 personas se encuentra muy de acuerdo con la retroalimentación que se les da a los trabajadores dentro de la organización.

**TABLA 3.1.6**

*Dimensión Decisiones*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	8	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	13	32,5	32,5	52,5
	Indiferente	9	22,5	22,5	75,0
	En desacuerdo	8	20,0	20,0	95,0
	Muy en desacuerdo	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Fuente:* Programa SPSS

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en la Tabla 11, se evidencia que de las 40 personas encuestadas el 32,5% que representa a 13 personas opinan que se encuentran de acuerdo con las decisiones tomadas por los directivos. Así mismo el 22,5% que representa a 9 personas se encuentran indiferente con las decisiones que la gerencia toma en relación al inventario dentro del almacén. Mientras que el 20,0% que representa a 8 personas se encuentran muy de acuerdo y en desacuerdo respectivamente con las decisiones tomadas para la mejora de los inventarios almacenados dentro de la empresa. Finalmente el 5,0% que representa a 2 personas se encuentran muy en desacuerdo con las decisiones que se toman dentro de la organización.

**TABLA 3.1.7.**

*Dimensión Percepción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	12	30,0	30,0	30,0
	De acuerdo	9	22,5	22,5	52,5
	Indiferente	8	20,0	20,0	72,5
	En desacuerdo	11	27,5	27,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Fuente:* Programa SPSS

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en la Tabla 12, se evidencia que de las 40 personas encuestadas el 30,0% que representa a 12 personas opinan que se encuentran muy de acuerdo con la percepción que tienen acerca del trato al cliente. El 27,5% que representa a 11 personas se encuentran en desacuerdo con la percepción en cuanto al trato que la empresa ofrece al cliente. Mientras que el 22,5% que representa a 9 personas se encuentran de acuerdo. Finalmente el 20,0% que representa a 8 personas se encuentra indiferente con la percepción sobre el trato o atención que la empresa tiene hacia el cliente y/o consumidor.

**TABLA 3.1.8.***Dimensión Expectativas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	4	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	16	40,0	40,0	50,0
	Indiferente	5	12,5	12,5	62,5
	En desacuerdo	13	32,5	32,5	95,0
	Muy en desacuerdo	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Fuente:* Programa SPSS

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en la Tabla 13, se evidencia que de las 40 personas encuestadas el 40,0% que representa a 16 personas opinan que se encuentran de acuerdo con las expectativas referente a la empresa y el producto y/o servicio ofrecido. Así mismo 32,5% que representa a 13 personas se encuentran en desacuerdo con las expectativas referente a la empresa. Mientras que el 12,5% que representa a 5 personas se encuentran indiferente las expectativas referentes a lo ofrecido por la empresa. El 10,0% que representa a 4 personas se encuentra muy de acuerdo con las expectativas referente a la empresa. Finalmente el 5,0% que representa a 2 personas se encuentra muy en desacuerdo con las expectativas referentes a la empresa y el producto y/o servicio ofrecido.

**TABLA 3.1.9.***Dimensión Experiencias*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	4	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	15	37,5	37,5	47,5
	Indiferente	2	5,0	5,0	52,5
	En desacuerdo	13	32,5	32,5	85,0
	Muy en desacuerdo	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

*Fuente:* Programa SPSS

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en la Tabla N° 16 así mismo en la Figura 10, se evidencia que de las 40 personas encuestadas el 32,5% que representa a 15 personas opinan que se encuentran de acuerdo con las experiencias obtenidas luego de realizar la compra. Así mismo 32,5% que representa a 13 personas se encuentran en desacuerdo con las experiencias durante el proceso de compra. Mientras que el 15,0% que representa a 6 personas se encuentran muy en desacuerdo con las experiencias dentro del establecimiento. El 10,0% que representa a 4 personas se encuentra muy de acuerdo con las experiencias. Finalmente el 5,0% que representa a 2 personas se encuentran indiferente con las experiencias con respecto al trato y calidad de los productos ofrecidos.

### **3.2. Prueba de las hipótesis de la investigación**

Toda vez que las variables del trabajo son cualitativas y éstas producen datos cualitativos o categóricos, las que se medirán con una escala ordinal, entonces el estadístico de prueba para las hipótesis de la investigación se toma el estadístico Spearman, por ser No paramétrico.

#### **A) Prueba de la Hipótesis general**

Se lleva a cabo cumpliendo con los siguientes pasos:

##### **1. Se formula la hipótesis nula y la alternativa**

**Hg:** Existe relación entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**Ho:** No existe relación entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**Ha:** Si existe relación entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

##### **2. Condiciones:**

Nivel de significancia  $T= 5\%$ , Nivel de aceptación:  $95\%$ , Valor crítico  $Z= 1,96$

##### **3. Regla de decisión:**

- a)  $\text{Sig } R < \text{Sig } T$ , entonces se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  (Aceptar la alterna  $H_a$ )
- b)  $\text{Sig } R > \text{Sig } T$ , entonces se acepta la hipótesis nula  $H_0$  (Rechazas la alterna  $H_a$ )

##### **4. Tabla de rango de correlaciones**

**TABLA 4.1.***Cuadro de coeficiente de correlación de Spearman*

<b>RANGO</b>	<b>RELACIÓN</b>
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

*Fuente:* Hernández Sampieri & Fernández Collado, 1998.**TABLA 4.2.***Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.*

			CONTROL DE INVENTARIO	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Rho de Spearman	CONTROL DE INVENTARIO	Coeficiente de correlación	1,000	,879**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	N	40	40
		Coeficiente de correlación	,879**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

\*\*. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

INTERPRETACIÓN: Observando la Tabla 4.2., se tiene que el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual 0,879 puntos por lo que se determina que existe una correlación fuerte, según la tabla de rango de correlaciones de Hernández y Fernández (1998) y las variables son directamente proporcionales, es decir, esto nos muestra también que las variables del trabajo están relacionadas.

Además, la significancia real encontrada 0,000 es menor a 0,05 que es la significancia teórica (Nivel de aceptación = 95%;  $0,000 < 0,05$ ;  $Z = 1.96$ ) Lo que implica por la regla de decisión que se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ); en consecuencia se acepta como verdadera la

hipótesis alterna ( $H_a$ ). En conclusión, se ha verificado la validez de la hipótesis general planteada: **El control de inventario se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018.**

## B) Prueba de la Hipótesis específica 1

Se lleva a cabo cumpliendo con los siguientes pasos:

### 1. Se formula la hipótesis nula y la alternativa

**He:** Existe relación entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018.

**Ho:** No existe relación entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018.

**Ha:** Si existe relación entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018.

### 2. Condiciones:

Nivel de significancia  $T= 5\%$ , Nivel de aceptación:  $95\%$ , Valor crítico  $Z= 1,96$

### 3. Regla de decisión:

a)  $\text{Sig } R < \text{Sig } T$ , entonces se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  (Aceptar la alterna  $H_a$ )

b)  $\text{Sig } R > \text{Sig } T$ , entonces se acepta la hipótesis nula  $H_0$  (Rechazas la alterna  $H_a$ )

**TABLA 4.3.**

*Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018*

			SEGUIMIENTO	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Rho de Spearman	SEGUIMIENTO	Coefficiente de correlación	1,000	,850**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	SATSIFACCIÓN DEL CLIENTE	N	40	40
		Coefficiente de correlación	,850**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

INTERPRETACIÓN: Observando la Tabla 4.3., se tiene que el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual 0,850 puntos por lo que se determina que existe una correlación fuerte, según la tabla de rango de correlaciones de Hernández y Fernández (1998) y las variables son directamente proporcionales, es decir, esto nos muestra también que las variables del trabajo están relacionadas.

Además, la significancia real encontrada es 0,000 que es menor a 0,05 que es la significancia teórica (Nivel de aceptación = 95%;  $0,000 < 0,05$ ;  $Z = 1.96$ ). Lo que implica por la regla de decisión que se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ); en consecuencia se acepta como verdadera la hipótesis alterna ( $H_a$ ). En conclusión, se ha verificado la validez de la hipótesis específica planteada: **El seguimiento del control de inventario se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.**

### **C) Prueba de la Hipótesis específica 2**

Se lleva a cabo cumpliendo con los siguientes pasos:

#### **1. Se formula la hipótesis nula y la alternativa**

**He:** Existe relación entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**Ho:** No existe relación entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**Ha:** Si existe relación entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

#### **2. Condiciones:**

Nivel de significancia  $T = 5\%$ , Nivel de aceptación:  $95\%$ , Valor crítico  $Z = 1,96$

#### **3. Regla de decisión:**

- a)  $\text{Sig } R < \text{Sig } T$ , entonces se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  (Aceptar la alterna  $H_a$ )
- b)  $\text{Sig } R > \text{Sig } T$ , entonces se acepta la hipótesis nula  $H_0$  (Rechazas la alterna  $H_a$ )



**TABLA 4.4.**

*Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018*

		NIVELES	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1,000	,862**
	NIVELES	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,862**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

INTERPRETACIÓN: Observando la Tabla 4.4., se tiene que el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual 0,862 puntos por lo que se determina que existe una correlación fuerte, según la tabla de rango de correlaciones de Hernández y Fernández (1998) y las variables son directamente proporcionales, es decir, esto nos muestra también que las variables del trabajo están relacionadas.

Además, la significancia real encontrada es 0,000 que es menor a 0,05 que es la significancia teórica (Nivel de aceptación = 95%;  $0,000 < 0,05$ ;  $Z = 1.96$ ) Lo que implica por la regla de decisión que se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ); en consecuencia se acepta como verdadera la hipótesis alterna ( $H_a$ ). En conclusión, se ha verificado la validez de la hipótesis específica planteada: **Los niveles del control de inventario se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.**

#### **D) Prueba de la Hipótesis específica 3**

Se lleva a cabo cumpliendo con los siguientes pasos:

##### **1. Se formula la hipótesis nula y la alternativa**

**He:** Existe relación entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**H<sub>a</sub>:** Si existe relación entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

## 2. Condiciones:

Nivel de significancia T= 5%, Nivel de aceptación: 95%, Valor crítico Z= 1,96

## 3. Regla de decisión:

- Sig R < Sig T , entonces se rechaza la hipótesis nula H<sub>0</sub> (Aceptar la alterna H<sub>a</sub>)
- Sig R > Sig T, entonces se acepta la hipótesis nula H<sub>0</sub> (Rechazas la alterna H<sub>a</sub>)

**TABLA 4.5.**

*Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018*

			RETROALIMENTACIÓN	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Rho de Spearman	RETROALIMENTACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,820**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,820**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**INTERPRETACIÓN:** Observando la Tabla 4.5., se tiene que el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual 0,820 puntos por lo que se determina que existe una correlación fuerte, según la tabla de rango de correlaciones de Hernández y Fernández (1998) y las variables son directamente proporcionales, es decir, esto nos muestra también que las variables del trabajo están relacionadas.

Además, la significancia real encontrada es 0,000 que es menor a 0,05 que es la significancia teórica (Nivel de aceptación = 95%;  $0,000 < 0,05$ ;  $Z = 1.96$ ) Lo que implica por la regla de decisión que se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ); en consecuencia se acepta como verdadera la hipótesis alterna ( $H_a$ ). En conclusión, se ha verificado la validez de la hipótesis específica planteada: **La retroalimentación del control de inventario se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.**

#### **E) Prueba de la Hipótesis específica 4**

Se lleva a cabo cumpliendo con los siguientes pasos:

##### **1. Se formula la hipótesis nula y la alternativa**

**He:** Existe relación entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**Ho:** No existe relación entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

**Ha:** Si existe relación entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

##### **2. Condiciones:**

Nivel de significancia  $T = 5\%$ , Nivel de aceptación:  $95\%$ , Valor crítico  $Z = 1,96$

##### **3. Regla de decisión:**

- a)  $\text{Sig } R < \text{Sig } T$ , entonces se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  (Aceptar la alterna  $H_a$ )
- b)  $\text{Sig } R > \text{Sig } T$ , entonces se acepta la hipótesis nula  $H_0$  (Rechazas la alterna  $H_a$ )

**TABLA 4.6.**

*Análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018*

		DECISIONES	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Rho de Spearman	DECISIONES	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	40
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,691**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	40

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

INTERPRETACIÓN: Observando la Tabla 4.6., se tiene que el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual 0,691 puntos por lo que se determina que existe una correlación fuerte, y directamente proporcionales, es decir, esto nos muestra también que las variables del trabajo están relacionadas.

Además, la significancia real encontrada es 0,000 que es menor a 0,05 que es la significancia teórica (Nivel de aceptación = 95%;  $0,000 < 0,05$ ;  $Z = 1.96$ ) Lo que implica por la regla de decisión que se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ); en consecuencia se acepta como verdadera la hipótesis alterna ( $H_a$ ). En conclusión, se ha verificado la validez de la hipótesis específica planteada: **Las decisiones del control de inventario se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.**

## **IV. DISCUSIÓN**

### **4.1. Discusión por objetivos**

En la presente investigación se cumplió el objetivo general de la investigación que fue determinar la relación entre el control de inventarios y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, este objetivo guarda relación con el de Gómez (2017) en su investigación titulada “Control interno de los inventarios y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Central de Belleza SAC”. (Tesis para obtener el título de Contador Público, en la Universidad Autónoma del Perú). Tiene como objetivo principal determinar la incidencia del control interno de los inventarios en la rentabilidad de la empresa Central de Belleza SAC – Miraflores.

Así mismo, dicho objetivo guarda relación similar con el de Reyes (2014) en su tesis titulada “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, Sede Huehuetenango”. (Tesis para obtener el título de Administradora de Empresas, en la Universidad Rafael Landívar). Pues tiene como objetivo verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango.

Finalmente la presente investigación también guarda relación con el de Ramírez (2016) “Caracterización del control interno de inventarios de las empresas comerciales de ferretería del Perú: Caso Malpisa EIRL, Trujillo, 2016”. (Tesis para obtener el título profesional de Contador Público, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote). Pues tiene como objetivo describir y determinar las características del control interno de inventarios en las empresas comerciales de ferretería del Perú y en la empresa Malpisa EIRL, Trujillo, 2016.

### **4.2. Discusión por metodología**

La presente investigación es de tipo aplicado, diseño no experimental de corte transversal ya que la recolección de los datos se realizó en un tiempo determinado, el nivel es correlacional y enfoque cualitativo. Para la obtención de resultados, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento el cuestionario, siendo 40 los clientes encuestados de la empresa Casas y Sueños SAC. Para la muestra se consideró el total de la población.

La metodología mencionada no guarda relación con la tesis de Cabriles (2014) “Propuesta de un sistema de control de inventario de stock de seguridad para mejorar la gestión de compras de materia prima, repuestos e insumos de la empresa Balgres C.A.” (Tesis para obtener el título de Técnico Superior Universitario en Administración del Transporte, en la Universidad Simón Bolívar), debido a que la investigación es de tipo documental, nivel descriptivo y diseño no experimental.

Consecuentemente, se relaciona de manera similar con la investigación de Readhead (2015) “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el centro de salud Miguel Grau distrito de Chaclacayo 2013” (Tesis para obtener el grado académico de Magister en Gerencia de Servicios de Salud, en la Universidad Mayor de San Marcos), la investigación es de tipo descriptivo-correlacional y de diseño no experimental-transeccional.

Por otro lado, la investigación no se relaciona con el de Arrieta & Guerrero (2013) “Propuesta de mejora el proceso de gestión de inventario y gestión de almacén para la empresa FB Soluciones y Servicios SAS” (Tesis obtener el título de Administrador Industrial, en la Universidad de Cartagena), pues la investigación es de tipo exploratoria con un nivel descriptivo y su población estuvo conformada por todos los empleados de la empresa.

#### **4.3. Discusión por resultados**

En la presente investigación en base a la hipótesis general se obtuvo como resultado un coeficiente de correlación de 0,879 con un nivel de significancia de 0,00 siendo esta menor a la significancia teórica de 0,05; esto significa que existe una correlación fuerte y proporcional verificando la validez de la hipótesis planteada: El control de inventario se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

Dicho resultado es similar con la tesis planteada por Carhuaya & Ñahuincopa (2016) titulada “Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel la Hacienda en la provincia de Angaraes 2015” (Tesis para obtener el título de Licenciado en Administración, en la Universidad del Centro del Perú – Huancayo), teniendo como coeficiente de correlación 0,804 y un nivel de significancia de 0,000 dando validez a que existe una correlación positiva marcada entre la variable calidad de servicio y satisfacción del cliente del Hotel la Hacienda de la provincia de Angaraes.

También se relaciona de manera similar con el de Ñahuirima (2015) “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015” (Tesis para obtener el título profesional de Administrador de Empresas, en la Universidad Nacional José María Arguedas), teniendo como coeficiente de correlación de 0,841 con un nivel de significancia de 0,000 (menor que 0,05) afirmando que existe una relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015.

#### **4.4. Discusión por conclusiones**

Se puede decir entonces, que es importante e imprescindible llevar un adecuado control de los inventarios para facilitar todos los procesos dentro de la organización y asegurarse de que los productos lleguen en óptimas condiciones al consumidor final, esto se ve reflejado en la investigación realizada por Vidarte (2016) “Propuesta de un sistema de gestión logística para optimizar el control de inventarios en una empresa constructora Corporación Vidarte SAC – 2015” (Tesis para obtener el título de Contador Público, en la Universidad de Santo Toribio de Mogrovejo – Chiclayo); se concluye que la organización presenta varias deficiencias debido a la falta de un MOF (Manual de organizaciones y funciones) haciendo que las actividades sean poco eficientes en cuanto al abastecimiento de los productos debido al desconocimiento del personal en cuanto a la cantidad de stock que se encuentra en almacén.

Del mismo modo se puede observar en la investigación de Albújar & Zapata (2014) “Diseño de un sistema de gestión de inventario para reducir las pérdidas en la empresa Tai Loy SAC – Chiclayo 2014” (Tesis para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial, en la Universidad Señor de Sipán) en donde se concluye que los procesos utilizados para la gestión de los inventarios no son los adecuados ya que dejan mucho costo en stock por ello se realizó el método de control ABC para determinar los productos con mayor demanda y a los que se les debe dar prioridad al momento de vender.

Finalmente se observa en la investigación de Albuja & Huamán (2014) “Estrategias de control de inventarios para optimizar la producción y rentabilidad de la empresa Agro Macathon SAC” (Tesis para obtener el título de Contador Público, en la Universidad Autónoma del Perú), aquí se concluye que la empresa no efectúa el control de sus inventarios

a través de un Kardex que le permita conocer la cantidad exacta de productos y en tiempo real siendo perjudicial al momento de realizar la producción de alimentos para las vacas.



## V. CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que se llegó están en concordancia con los objetivos. Dichas conclusiones son las siguientes:

1. La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018. Para ello se planteó la hipótesis general y en base a la contrastación se pudo lograr dicho objetivo. Por lo tanto se puede concluir que El control de inventario se relaciona fuertemente con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018.
2. Consecuentemente se planteó como objetivo específico 1, analizar la relación que existe entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018. Por eso se planteó la hipótesis específica 1 y se contrastó concluyendo que El seguimiento del control de inventario se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018.
3. Así mismo se planteó como objetivo específico 2, identificar la relación que existe entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018. Para ello se planteó la hipótesis específica 2 llegando a la conclusión de que Los niveles del control de inventario se relacionan con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018.
4. También se planteó como objetivo específico 3, estudiar la relación que existe entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018. Es así que se planteó la hipótesis específica 3 en donde se concluyó que La retroalimentación del control de inventario se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018.
5. Por último se planteó como objetivo específico 4, describir la relación que existe entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y

Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018. Así que se planteó la hipótesis específica 4 llegando a la conclusión de que Las decisiones del control de inventario se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabaylo, Lima 2018.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Luego de analizar los resultados de la investigación se propone las siguientes recomendaciones para la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018.

1. La empresa debe mejorar su sistema operativo para realizar un adecuado control de inventario así mismo debe implementar capacitaciones a todo personal para que la manipulación de los artículos sea la adecuada y así evitar desórdenes dentro del área de almacén que al final pueden ser perjudiciales para la imagen y economía de la empresa, esto debido a las diferentes quejas y reclamos de los clientes.
2. Se debe realizar un seguimiento continuo a todos los productos que se encuentren en la empresa para así poder tener una contabilidad exacta de cuanto se compra y cuanto se vende al final de cada mes con la finalidad de abastecer el almacén en el momento adecuado y evitar pérdidas económicas.
3. La empresa debería manejar un Excel en donde se encuentre de manera específica la cantidad de productos que se tiene en un determinado periodo para poder entregar los pedidos sin ningún faltante por alta de inventario logrando satisfacer de manera óptima a los clientes. Esto también ayudará a que la empresa no tenga una abundancia o en caso contrario insuficiencia de inventario.
4. Se debe capacitar a los trabajadores de todas las áreas sobre el estado actual de los productos. Así mismo se debe establecer un MOF (Manual de organizaciones y funciones) para que el personal encargado tenga claro cuáles son las actividades que realizará con el fin de entregar los artículos en las mejores condiciones al cliente final. También se debe instalar un sistema Kardex para saber el movimiento de los productos dentro y fuera de almacén.
5. Al poner en práctica todas las recomendaciones anteriores, se le facilitará a la empresa tomar decisiones en beneficio de sus clientes que son el pilar de toda organización y que ayudan de manera significativa en el crecimiento de la misma.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, H. (2000). *Sistema integral de control de inventarios para mantenimiento en planta industrial*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/706/1/1020130058.PDF>
- Albujar, K., & Zapata, W. (2014). *Diseño de un sistema de gestión de inventario para reducir las pérdidas en la empresa Tai Loy SAC - Chiclayo 2014*. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2294/1/ALBUJAR%20AGUILAR%20y%20ZAPATA%20MOYA.pdf>
- Alújar, M., & Huamán, S. (2014). *Estrategias de control de inventarios para optimizar la producción y rentabilidad de la empresa Agro Macathon SAC*. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/151/1/ALBUJAR%20ARANGO%20-%20HUAMAN%20IRRAZABAL.pdf>
- Álvarez, G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales*. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>
- Amengual, G. (2007). *El concepto de experiencia: de Kant a Hegel*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/288/28811907001.pdf>
- Arrieta, J., & Guerrero, F. (2013). *Propuesta de mejora del proceso de gestión de inventario y gestión de almacén para la empresa FB Soluciones y Servicios SAS*. Obtenido de <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/733/1/415-%20TTG%20-%20PROPUESTA%20DE%20MEJORA%20DEL%20PROCESO%20DE%20GESTIÓN%20DE%20INVENTARIO%20ALMACÉN%20PARA%20%20FB%20SOLUCIONES%20Y%20SERVICIOS%20S.A.S.pdf>
- Asociación Española para la Calidad. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente*.
- Bastos, A., & Miguez, M. (2010). *Introducción a la gestión de stocks: El proceso de control, valoración y gestión de stocks* (Segunda ed.). Editorial Ideaspropias.
- Benavente, B., & Figueroa, T. (2012). *Medición del grado de satisfacción de los clientes bancarios de Puerto Montt basada en la escala SERVQUAL*. Obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2012/bpmfeb456m/doc/bpmfeb456m.pdf>
- Blanco, J. (2009). *Medición de la satisfacción del cliente del restaurante Museo Taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>
- Cabriles, Y. (2014). *Propuesta de un sistema de control de inventario de stock de seguridad para mejorar la gestión de compras de materia prima, repuestos e insumos de la empresa Balgres CA*. Obtenido de <http://159.90.80.55/tesis/000165597.pdf>
- Cahuaya, R., & Ñahuincopa, P. (2016). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel la Hacienda en la provincia de Angares 2015*. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1288/TESIS%20CAHUAYA-ÑAHUINCOPA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales* (Tercera ed.). Buenos Aires.
- Definición. (2017). *Definición de desempeño*. Obtenido de <https://definicion.mx/desempeno/>

- Delegación Federal del Trabajo. (s.f.). *Implementación del proceso capacitador*. Obtenido de [http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/La\\_funcion\\_de\\_la\\_capacitacion.pdf](http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/La_funcion_de_la_capacitacion.pdf)
- Documentos mercantiles*. (s.f.). Obtenido de [https://www.emagister.com/uploads\\_courses/Comunidad\\_Emagister\\_65103\\_65103.pdf](https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_65103_65103.pdf)
- Dutka, A. (1998). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Buenos Aires: Ediciones Granica SA.
- Ebert, R., & Adam, E. (1991). *Administración de la producción y las operaciones: conceptos, modelos y funcionamiento*. Pearson Educación.
- Equipo de colaboradores. (2013). *Cuál es el significado de revisión. Concepto, Definición, Qué es revisión*. Obtenido de <https://edukavital.blogspot.pe/2013/01/conceptos-y-definicion-de-revision.html>
- E-synergy. (s.f.). *Vendedor windows proceso de facturación y recaudo*. Obtenido de <http://portal.siigo.com/docs/DocBinBlob.aspx?Download=0&Id=%7B80E2A571-2CE1-4D57-A18F-E12F4FFDFC9D%7D>
- Florido, J. (2012). *Comunicación - Feedback y retroalimentación*. Obtenido de <http://jlfloridod.blogspot.pe/2012/05/comunicacion-feedback-y.html>
- George, D., & Marelly, P. (2003). *SPSS for Windows step by step; A Simple Guide Reference. 11.0 Update* (Cuarta ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Giler, M. (2016). *El control físico de inventarios*. Obtenido de <https://marcelogiler.wordpress.com/2011/08/06/el-control-fisico-de-inventarios/>
- Gómez, D. (2017). *Control interno de los inventarios y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Central de Belleza SAC, Distrito de Miraflores*. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/123456789/382/1/GOMEZ%20RIVERA%20DIEGO%20ARTEMIO.pdf>
- Gosso, F. (2010). *Hiper satisfacción del cliente*. México D.F.: Panorama Editorial.
- Guerrero, H. (2017). *Inventarios manejo y control*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Hernández, A., & Torres, D. (2007). *Propuesta de mejora en el sistema de control interno del inventario de la empresa CENPROFOT CA, para lograr la eficiencia en el control de existencias de materiales y productos fotográficos*. Obtenido de <http://produccion-uc.bc.uc.edu.ve/documentos/trabajos/63001F07.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Jiménez, I. (2016). *Historia de los inventarios*. Obtenido de <https://prezi.com/zoncglskso0/historia-de-los-inventarios/>
- Kerlinger, F., & Lee, H. (s.f.). *Investigación del comportamiento* (Cuarta ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Laveriano, W. (2010). *Importancia del control de inventarios en la empresa*. Obtenido de [http://aempresarial.com/web/revitem/2\\_10531\\_19552.pdf](http://aempresarial.com/web/revitem/2_10531_19552.pdf)
- López, M., Filippetti, V., & Richaud, M. (2014). *Empatía: desde la percepción automática hasta los procesos controlados*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/799/79929780004.pdf>
- Márquez, G. (2015). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/importancia-del-control-de-inventarios-en-las-empresas/>

- Martínez, M. (s.f.). *El conocimiento: su naturaleza y principales herramientas para su gestión*. Obtenido de <http://www.encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%BA36/MARIA%20AURORA%20MARTINEZ%20REY.pdf>
- Meana, P. (2017). *UF0476 - Gestión de inventarios*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Misari, M. (2012). *El control interno de inventarios y la gestión en las empresas de fabricación de calzado en el distrito de Santa Anita*. Obtenido de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/570/3/misari\\_ma.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/570/3/misari_ma.pdf)
- Moreno, J. (2012). *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la Cabaña de Don Parce*. Obtenido de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1648/AE\\_265.pdf](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1648/AE_265.pdf)
- Moya, M. (s.f.). *Control de Inventarios Investigación de Operaciones 4*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Ñahuirima, Y. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015*. Obtenido de [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina\\_Nahuirima\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_Nahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Paredes, A. (2015). *Sistema de gestión administrativa*. Obtenido de [https://prezi.com/gY2kchu\\_76ya/sistema-de-gestion-administrativa/](https://prezi.com/gY2kchu_76ya/sistema-de-gestion-administrativa/)
- Pazmiño, A., & Flor, C. (2008). *Diseño de un modelo para la determinación de la satisfacción del cliente para el mejoramiento de las operaciones internas de la empresa Papeles SA*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/632/1/87580.pdf>
- Pirea, J. (2013). *Control de inventarios según autores*. Obtenido de <http://inventariosautores.blogspot.pe/2013/02/control-de-inventarios-segun-autores.html>
- RAE. (2017). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=BxP6lay>
- Ramírez, J. (2016). *Caracterización del control interno de inventarios de las empresas comerciales de ferretería del Perú: Caso Malpisa EIRL Trujillo, 2016*. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/497/CONTROL\\_INTERNO\\_DE\\_INVENTARIOS\\_RAMIREZ\\_DAVILA\\_JOSE\\_JUNIOR.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/497/CONTROL_INTERNO_DE_INVENTARIOS_RAMIREZ_DAVILA_JOSE_JUNIOR.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Readhead, R. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013*. Obtenido de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4806/Redhead\\_gr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4806/Redhead_gr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Reyes, S. (2014). *Calidad de servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango*. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>
- Riquelme, M. (s.f.). *WEB y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/retroalimentacion/>
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2002). *Metodología y diseños en la investigación científica* (Tercera ed.). Lima: Editorial Universitaria.
- Sanz, E. (s.f.). *Seguimiento y control*. Obtenido de <http://sorprendemos.com/consultoresdocumentales/?p=507>

- SUNAT. (2017). *Definición y aspectos generales*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/comprobantes-de-pago-fisicos-empresas/guias-de-remision-comprobantes-de-pago-fisicos-empresas/6600-01-definicion-y-aspectos-generales>
- Thompson, I. (s.f.). *Definición de información*. Obtenido de [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_mdl/pos/MD/MM/AM/01/Definicion\\_de\\_Informacion.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/01/Definicion_de_Informacion.pdf)
- Thompson, I. (s.f.). *La satisfacción del cliente*. Obtenido de [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_mdl/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion\\_del\\_Cliente.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf)
- Ucha, F. (2010). *Infraestructura*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/?s=Infraestructura#resultados>
- UDLAP. (s.f.). *Universidad de las Américas Puebla*. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lmnf/re\\_b\\_g/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmnf/re_b_g/capitulo2.pdf)
- Universidad César Vallejo. (2017). *Manual de referencias estilo APA*. Lima: Fondo Editorial UCV .
- Vera, V., & Vizúete, E. (2011). *Diseño de un control interno de inventario para la empresa XYZ*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1681/1/DISEÑO%20DE%20UN%20CONTROL%20INTERNO%20DE%20INVENTARIO%20PARA%20LA%20EMPRESA%20XYZ.pdf>
- Vermorel, J. (2012). *Fórmula de nivel de servicio óptimo para la optimización del inventario*. Obtenido de <https://www.lokad.com/es/nivel-de-servicio-definicion-y-formula>
- Vidarte, C. (2016). *Propuesta de un sistema de gestión logística para optimizar el control de los inventarios en una empresa constructora corporación Vidarte SAC - 2015*. Obtenido de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/663/1/TL\\_Vidarte\\_Flores\\_CelesstheAdhelly.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/663/1/TL_Vidarte_Flores_CelesstheAdhelly.pdf)

## VIII. ANEXOS

### ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGÍA	HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<p><b>PG:</b> ¿Cuál es la relación que existe entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabaylo, Lima 2018?</p> <p><b>PE:</b> ¿Cuál es la relación que existe entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabaylo, Lima 2018?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre los niveles del control de inventario y la</p>	<p><b>OG:</b> Determinar la relación que existe entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabaylo, Lima 2018.</p> <p><b>OE:</b> Analizar la relación que existe entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabaylo, Lima 2018</p> <p>Identificar la relación que existe entre los niveles del control de inventario y la</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Se empleará la investigación aplicada ya que nos apoyaremos en teorías ya estudiadas para <b>realizar</b> un mejor estudio de las variables a investigar.</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> Se empleará un diseño no experimental de corte transversal ya que no se manipulará ninguna de las variables para obtener los resultados esperados y la información se obtendrá en un solo periodo de tiempo.</p>	<p><b>HG:</b> Existe relación entre el control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabaylo, Lima 2018.</p> <p><b>HE:</b> Existe relación entre el seguimiento del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabaylo, Lima 2018.</p> <p>-Existe relación entre los niveles del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las</p>	<p>Los datos que se van a obtener es mediante 2 cuestionarios que están relacionados con las dimensiones y los indicadores.</p>	Seguimiento	Facturas u orden de compra
						Guías de remisión
						Infraestructura
						Factura de ventas
						Procedimientos
					Niveles	Información
						Control físico
					Retroalimentación	Capacitación del personal
						Revisión constante
					Decisiones	Sistemas de gestión
Tomar medidas						



<p>satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayllo, Lima 2018?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayllo, Lima 2018?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayllo, Lima 2018?</p>	<p>satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayllo, Lima 2018</p> <p>Estudiar la relación que existe entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayllo, Lima 2018</p> <p>Describir la relación que existe entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayllo, Lima 2018</p>	<p><b>Nivel de investigación:</b> El nivel fue correlacional ya que se busca saber el grado de relación que existe entre las variables de investigación: control de inventario y satisfacción del cliente.</p>	<p>empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayllo, Lima 2018.</p> <p>-Existe relación entre la retroalimentación del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayllo, Lima 2018.</p> <p>-Existe relación entre las decisiones del control de inventario y la satisfacción de los clientes de las empresas Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayllo, Lima 2018.</p>		Percepción	Cortesía
					Procesos	
					Empatía	
					Expectativas	Conocimiento
						Estándares
					Desempeño	
Experiencias	Valoración del servicio					

## ANEXO 02: MATRIZ OPERACIONAL

### VARIABLE 1: CONTROL DE INVENTARIOS

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
<b>CONTROL DE INVENTARIOS</b>	Seguimiento	Facturas u orden de compra	La empresa realiza un registro adecuado del inventario y de las compras realizadas.
			La compra de los productos cuenta con la autorización necesaria.
		Guías de remisión	La empresa lleva un control de las notas de salida.
			Los productos del inventario son registrados con las cantidades exactas.
		Infraestructura	La empresa cuenta con la instalación adecuada para la conservación del inventario.
		Factura de ventas	La empresa cuenta con un registro diario de las ventas realizadas.
			La empresa conoce la pérdida de ventas por no tener inventarios suficientes.
		Procedimientos	La empresa realiza informes actualizados de los inventarios para facilitar el análisis de pérdidas y manejo de los mismos.
			La empresa realiza reportes físicos para registrar las cantidades exactas de inventarios en almacén.
			La empresa realiza el proceso verificación, inspección y recuento de los productos.
	Niveles	Información	La empresa lleva un registro sobre el máximo y mínimo de existencias.
		Control físico	El inventario está almacenado de manera adecuada y sistemática dentro del almacén.
			La empresa realiza el análisis ABC para los ítems de inventario.
	Retroalimentación	Capacitación del personal	Las responsabilidades están claramente definidas para el manejo de inventarios.
			La empresa cuenta con el personal responsable para el control de inventario.
		Revisión constante	La empresa cuenta con un sistema adecuado para el control de inventario.
			La empresa realiza el control mensual de los productos en almacén.
		Sistemas de gestión	El encargado de almacén cuenta con el listado de productos no conformes para su evaluación.
			La empresa maneja el sistema Kardex para un mejor control de existencias.
	Decisiones	Tomar medidas	La empresa cuenta con un flujograma de procesos para el manejo y control adecuado de los inventarios.
La empresa mantiene el inventario almacenado demasiado tiempo.			

**VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	Percepción	Cortesía	El personal utiliza el lenguaje adecuado con los clientes
			El personal brinda una atención personalizada
		Procesos	El personal resuelve sus dudas de forma inmediata
			La empresa cuenta con el stock necesario
		Empatía	El personal muestra interés por los problemas del cliente
		Expectativas	Conocimiento
	Estándares		Los productos ofrecidos cumplen con los estándares de calidad
	Desempeño		El desempeño de los trabajadores cubre sus expectativas
			La empresa brinda una atención pronta
	Experiencias	Valoración del servicio	Los precios ofrecidos están acorde con el servicio brindado
			Los trabajadores demuestran experiencia al atenderlo
			Los productos son entregados de manera oportuna
			La empresa toma en cuenta sus sugerencias o recomendaciones
			El personal tiene la voluntad de colaborar con los clientes

**ANEXO 03: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA VARIABLE  
CONTROL DE INVENTARIO**

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**CUESTIONARIO DE CONTROL DE INVENTARIO**

NO ESCRIBA SU NOMBRE

Sus respuestas son confidenciales y quedarán en anonimato

A continuación encontrará una serie de enunciados en relación a su trabajo. Se solicita su opinión al respecto. Después de leer cuidadosamente cada enunciado, marque con una **X** el número que corresponda a su opinión en el casillero de respuestas teniendo en cuenta:

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

Por favor, no deje ninguna pregunta sin responder. Recuerde que no existe respuesta correcta o incorrecta.

N <sup>a</sup>	CUESTIONARIO					
		1	2	3	4	5
1	La empresa realiza un registro adecuado del inventario y de las compras realizadas.					
2	La compra de los productos cuenta con la autorización necesaria.					
3	La empresa lleva un control de las notas de salida.					
4	Los productos del inventario son registrados con las cantidades exactas.					
5	La empresa cuenta con la instalación adecuada para la conservación del inventario.					
6	La empresa cuenta con un registro diario de las ventas realizadas.					
7	La empresa conoce la pérdida de ventas por no tener inventarios suficientes.					
8	La empresa realiza informes actualizados de los inventarios para facilitar el análisis de pérdidas y manejo de los mismos.					
9	La empresa realiza reportes físicos para registrar las cantidades exactas en almacén.					
10	La empresa realiza el proceso verificación, inspección y recuento de los productos.					
11	La empresa lleva un registro sobre el máximo y mínimo de existencias.					
12	El inventario está almacenado de manera adecuada y sistemática.					
13	La empresa realiza el análisis ABC para los ítems de inventario.					
14	Las responsabilidades están claramente definidas para el manejo de inventarios.					
15	La empresa cuenta con el personal responsable para el control y manejo de inventario.					
16	La empresa cuenta con un sistema adecuado para el control de inventario.					
17	La empresa realiza el control mensual de los productos en almacén.					
18	El encargado de almacén cuenta con el listado de productos no conformes para su evaluación.					
19	La empresa maneja el sistema Kardex para un mejor control de existencias.					
20	La empresa cuenta con un flujograma de procesos para el manejo y control adecuado de los inventarios.					
21	La empresa mantiene el inventario almacenado demasiado tiempo.					

La escala fue desarrollada con la finalidad de saber si se está llevando un correcto control de todos los materiales que se encuentran en almacén para así mejorar todo el proceso ya sea productivo (si es una empresa manufacturer) o la venta de los productos (si es una empresa de servicios). En tal sentido, las escalas de medición para cada uno de las dimensiones del control de inventario son los siguientes:

- Escala de medición para la dimensión de seguimiento: aborda aspectos o indicadores como las facturas de ventas, las guías de remisión, la infraestructura, las facturas de ventas y los procedimientos. Esta escala está conformada por diez ítems (números del 1 al 10).
- Escala de medición para la dimensión de niveles: aborda aspectos o indicadores como la información y el control físico. Esta escala está formada por tres ítems (números del 11 al 13).
- Escala de medición para la dimensión de retroalimentación: aborda aspectos o indicadores como la capacitación, la revisión constante y los sistemas de gestión. Esta escala está formada por seis ítems (números del 14 al 19).
- Escala de medición para la dimensión de decisiones: aborda aspectos o indicadores como el tomar medidas. Esta escala está formada por dos ítems (números del 20 al 21).

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO 04: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA VARIABLE  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS**

**CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

**NO ESCRIBA SU NOMBRE**  
Sus respuestas son confidenciales y quedarán en anonimato

A continuación encontrará una serie de enunciados en relación a la variable de investigación. Se solicita su opinión al respecto. Después de leer cuidadosamente cada enunciado, marque con una **X** el número que corresponda a su opinión en el casillero de respuestas teniendo en cuenta:

Muy de acuerdo: 1      De acuerdo: 2      Indiferente: 3      En desacuerdo: 4      Muy en desacuerdo: 5  
Por favor, no deje ninguna pregunta sin responder. Recuerde que no existe respuesta correcta o incorrecta.

N <sup>a</sup>	CUESTIONARIO	1	2	3	4	5
1	El personal utiliza el lenguaje adecuado con los clientes					
2	El personal brinda una atención personalizada					
3	El personal resuelve sus dudas de forma inmediata					
4	La empresa cuenta con el stock necesario					
5	El personal muestra interés por los problemas del cliente					
6	Los trabajadores conocen los productos que ofrecen					
7	Los productos ofrecidos cumplen con los estándares de calidad					
8	El desempeño de los trabajadores cubre sus expectativas					
9	La empresa brinda una atención pronta					
10	Los precios ofrecidos están acorde con el servicio brindado					
11	Los trabajadores demuestran experiencia al atenderlo					
12	Los productos son entregados de manera oportuna					
13	La empresa toma en cuenta sus sugerencias o recomendaciones					
14	El personal tiene la voluntad de colaborar con los clientes					

La escala fue desarrollada con la finalidad de saber cuál es la opinión de los clientes con respecto a la atención y a los servicios brindados en el establecimiento. Este estudio ayudará a que la empresa pueda tener más claro cuales son las deficiencias internas y mejorarlas para poder lograr la satisfacción de todos los clientes. En tal sentido, las escalas de medición para cada uno de las dimensiones de la satisfacción del cliente son los siguientes:

- Escala de medición para la dimensión de percepción: aborda aspectos o indicadores como la cortesía, los procesos y la empatía. Esta escala está conformada por cinco ítems (números del 1 al 5).
- Escala de medición para la dimensión de expectativas: aborda aspectos o indicadores como el conocimiento, los estándares y el desempeño. Esta escala está conformada por cuatro ítems (números del 6 al 9).
- Escala de medición para la dimensión de experiencias: aborda aspectos o indicadores como la valoración del servicio. Esta escala está conformada por cinco ítems (números del 10 al 14).

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO 05: VALIDACIÓN POR EXPERTOS


PREGUNTAS	PROF. CARDENAS 1	PROF. ALONSO 2	PROF. COSTILLA 3	PROF. SOTO 4	PROF. MÓNICA 5	PROF. VEGA 6	SUMA	V
ÍTEM 1	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 2	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 3	1	1	1	0	1	1	5	83%
ÍTEM 4	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 5	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 6	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 7	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 8	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 9	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 10	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 11	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 12	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 13	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 14	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 15	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 16	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 17	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 18	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 19	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 20	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 21	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 22	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 23	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 24	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 25	1	1	1	0	1	1	5	83%
ÍTEM 26	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 27	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 28	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 29	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 30	1	1	1	0	1	1	5	83%
ÍTEM 31	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 32	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 33	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 34	1	1	1	1	1	1	6	100%
ÍTEM 35	1	1	1	1	1	1	6	100%
								<b>99%</b>

Fuente: Elaboración propia



## ANEXO 06: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Título de Investigación: El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de las Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayillo, Lima 2018							
Apellidos y Nombres del investigador: Torres Guadalupe, Yneris Soledad							
Apellidos y Nombres del experto: Vega Ulica Carlos SIXTO							
ASPECTO A EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
<b>CONTROL DE INVENTARIOS</b>	Seguimiento	Facturas de compra	1. La empresa realiza un registro adecuado del inventario y de las compras realizadas.	1: Muy de acuerdo 2: De acuerdo 3: Indiferente 4: En desacuerdo 5: Muy en desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			2. La compra de los productos cuenta con la autorización necesaria.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Guis de remisión	3. La empresa lleva un control de las notas de salida.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			4. Los productos del inventario son registrados con las cantidades exactas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Infraestructura	5. La empresa cuenta con la instalación adecuada para la conservación del inventario.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Facturas de ventas		6. La empresa cuenta con un registro diario de las ventas realizadas.	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Procedimientos			7. La empresa conoce la pérdida de ventas por no tener inventarios suficientes.	<input checked="" type="checkbox"/>	
			8. La empresa realiza informes actualizados de los inventarios para facilitar el análisis de pérdidas y manejo de los mismos.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			9. La empresa realiza reportes físicos para registrar las cantidades exactas de inventarios en almacén.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			10. La empresa realiza el proceso verificación, inspección y recuento de los productos o inventario.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Niveles	Información	11. La empresa lleva un registro sobre el máximo y mínimo de las existencias.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			12. El inventario está almacenado de manera adecuada y sistemática dentro del almacén.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Control físico	13. La empresa realiza el análisis ABC para los items de inventario.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Retroalimentación		Capacitación del personal	14. Las responsabilidades están claramente definidas para el manejo de inventarios.	<input checked="" type="checkbox"/>		
		15. La empresa cuenta con el personal responsable para el control y manejo del inventario.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Revisión constante	16. La empresa cuenta con un sistema adecuado para el control de inventario.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			17. La empresa realiza el control mensual de los productos en almacén.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Sistemas de gestión	18. El encargado de almacén cuenta con el listado de productos no conformes para su evaluación.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	19. La empresa maneja el sistema Kardex para un mejor control de existencias.		<input checked="" type="checkbox"/>				
	Decisiones	Tomar medidas	20. La empresa cuenta con un flujograma de procesos para el manejo y control adecuado de los inventarios.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			21. La empresa mantiene el inventario almacenado demasiado tiempo.	<input checked="" type="checkbox"/>			

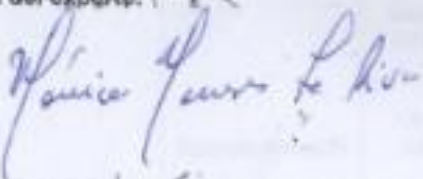
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Percepción	Cortesía	22. El personal utiliza el lenguaje adecuado con los clientes.	✓		
			23. El personal brinda una atención personalizada.	✓		
		Procesos	24. El personal resuelve sus dudas de forma inmediata.	✓		
			25. La empresa cuenta con el stock necesario.	✓		
		Empatía	26. El personal muestra interés por los problemas del cliente.	✓		
	Expectativas	Conocimiento	27. Los trabajadores conocen los productos que ofrecen.	✓		
		Estándares	28. Los productos ofrecidos cumplen con los estándares de calidad.	✓		
		Desempeño	29. El desempeño de los trabajadores cubre sus expectativas.	✓		
			30. La empresa brinda una atención pronta y oportuna.	✓		
	Experiencias	Valoración del servicio	31. Los precios ofrecidos están acorde con el servicio brindado.	✓		
			32. Los trabajadores demuestran experiencia al atenderlo.	✓		
			33. Los productos son entregados de manera oportuna.	✓		
			34. La empresa toma en cuenta sus sugerencias o recomendaciones.	✓		
			35. El personal tiene la voluntad de colaborar con los clientes.	✓		
Firma del experto:			Fecha:			
			19/06/18			

Título de Investigación: El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de las Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Cerabaya, Lima 2018

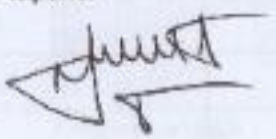
Apellidos y Nombres del investigador: Torres Guadalupe, Yneris Soledad

Apellidos y Nombres del experto: Modica Elisa Mercedes de la Riva

			ASPECTO A EVALUAR	OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
CONTROL DE INVENTARIOS	Seguimiento	Facturas de compra	1. ¿Considera usted que la empresa realiza un registro adecuado de las compras realizadas?	1: Muy de acuerdo 2: De acuerdo 3: Indiferente 4: En desacuerdo 5: Muy en desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			2. ¿Considera usted que la compra de los productos cuenta con la autorización necesaria?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Gulas de remisión	3. ¿Considera usted que la empresa lleva un control de las notas de salida?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			4. ¿Considera usted que los productos son registrados con las cantidades exactas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Infraestructura	5. ¿Considera usted que la empresa cuenta con la instalación adecuada para la conservación del inventario?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Facturas de ventas	6. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un registro diario de las ventas realizadas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			7. ¿Considera usted que la empresa conoce la pérdida de ventas por no tener inventarios suficientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Procedimientos	8. ¿Considera usted que la empresa realiza informes actualizados para facilitar el análisis de pérdidas y manejo de los mismos?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			9. ¿Considera usted que se realizan reportes físicos para registrar las cantidades exactas en almacén?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			10. ¿Considera usted que la empresa realiza el proceso verificación, inspección y recuento de los productos?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Niveles	Información	11. ¿Considera usted que la empresa lleva un registro sobre el máximo y mínimo de existencias?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Control físico	12. ¿Considera usted que el inventario está almacenado de manera adecuada y sistemática?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			13. ¿Considera usted que la empresa realiza el análisis ABC para los ítems de inventario?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Retrosimentación	Capacitación del personal	14. ¿Considera usted que las responsabilidades estén claramente definidas para el manejo de inventarios?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			15. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el personal responsable para el control de inventario?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Revisión constante	16. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un sistema adecuado para el control de inventario?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			17. ¿Considera usted que la empresa realiza el control mensual de los productos en almacén?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Sistemas de gestión	18. ¿Considera usted que el encargado de almacén cuenta con el listado de productos no conformes para su evaluación?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			19. ¿Considera usted que la empresa maneja el sistema Kardex para un mejor control de existencias?		<input checked="" type="checkbox"/>		

	Decisiones	Tomar medidas	20. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un flujo de procesos para el manejo y control adecuado de los inventarios?		✓		
			21. ¿Considera usted que la empresa mantiene el inventario almacenado demasiado tiempo?		✓		
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Percepción	Cortesía	22. Considera usted que el personal utiliza el lenguaje adecuado con los clientes		✓		
			23. Considera usted que el personal brinda una atención personalizada		✓		
		Procesos	24. Considera usted que el personal resuelve sus dudas de forma inmediata		✓		
			25. Considera usted que la empresa cuenta con el stock necesario		✓		
		Empatía	26. Considera usted que el personal muestra interés por los problemas del cliente		✓		
		Expectativas	Conocimiento	27. Considera usted que los trabajadores conocen los productos que ofrecen		✓	
	Estándares		28. Considera usted que los productos ofrecidos cumplen con los estándares de calidad		✓		
			29. Considera usted que el desempeño de los trabajadores cubre sus expectativas		✓		
	Desempeño		30. Considera usted que la empresa brinda una atención pronta		✓		
	Experiencias	Valoración del servicio	31. Considera usted que los precios ofrecidos están acorde con el servicio brindado		✓		
			32. Considera usted que los trabajadores demuestran experiencia al atenderlo		✓		
			33. Considera usted que los productos son entregados de manera oportuna		✓		
			34. Considera usted que la empresa toma en cuenta sus sugerencias o recomendaciones		✓		
			35. Considera usted que el personal tiene la voluntad de colaborar con los clientes		✓		
	Firma del experto:			Fecha:			
			12/6/2018.				

Título de Investigación: El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de las Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabaybo, Lima 2018								
Apellidos y Nombres del Investigador: Torres Guadalupe, Yneris Soledad								
Apellidos y Nombres del experto: Mg. Hernán Soto Brito								
ASPECTO A EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS	
CONTROL DE INVENTARIOS	Seguimiento	Facturas de compra	1. ¿Considera usted que la empresa realiza un registro adecuado de las compras realizadas?	1: Muy de acuerdo 2: De acuerdo 3: Indiferente 4: En desacuerdo 5: Muy en desacuerdo	✓			
			2. ¿Considera usted que la compra de los productos cuenta con la autorización necesaria?		✓			
		Guías de remisión	3. ¿Considera usted que la empresa lleva un control de las notas de salida?			✓	CONTROL ADECUADO	
			4. ¿Considera usted que los productos son registrados con las cantidades exactas?		✓			
		Infraestructura	5. ¿Considera usted que la empresa cuenta con la instalación adecuada para la conservación del inventario?		✓			
			6. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un registro diario de las ventas realizadas?		✓			
		Facturas de ventas	7. ¿Considera usted que la empresa conoce la pérdida de ventas por no tener inventarios suficientes?		✓			
			8. ¿Considera usted que la empresa realiza informes actualizados para facilitar el análisis de pérdidas y manejo de los mismos?		✓			
		Procedimientos	9. ¿Considera usted que se realizan reportes físicos para registrar las cantidades exactas en almacén?		✓			
			10. ¿Considera usted que la empresa realiza el proceso verificación, inspección y recuento de los productos?		✓			
	11. ¿Considera usted que la empresa lleva un registro sobre el máximo y mínimo de existencias?		✓					
	Niveles	Control físico	12. ¿Considera usted que el inventario está almacenado de manera adecuada y sistemática?		✓			
			13. ¿Considera usted que la empresa realiza el análisis ABC para los ítems de inventario?		✓			
	Retroalimentación	Capacitación del personal	14. ¿Considera usted que las responsabilidades están claramente definidas para el manejo de inventarios?		✓			
			15. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el personal responsable para el control de inventario?		✓			
		Revisión constante	16. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un sistema adecuado para el control de inventario?		✓			
			17. ¿Considera usted que la empresa realiza el control manual de los productos en almacén?		✓			
			18. ¿Considera usted que el encargado de almacén cuenta con el listado de productos no conformes para su evaluación?		✓			
		Sistemas de gestión	19. ¿Considera usted que la empresa maneja el sistema Kardex para un mejor control de existencias?		✓			


SATISFACCIÓN DEL CUENTE	Decisiones	Tomar medidas	20. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un flujo de procesos para el manejo y control adecuado de los inventarios?	✓			
			21. ¿Considera usted que la empresa mantiene el inventario almacenado demasiado tiempo?	✓			
	Percepción	Cortesía	22. Considera usted que el personal utiliza el lenguaje adecuado con los clientes	✓			
			23. Considera usted que el personal brinda una atención personalizada	✓			
		Procesos	24. Considera usted que el personal resuelve sus dudas de forma inmediata				
	25. Considera usted que la empresa cuenta con el stock necesario			✓	los productos que le manda el cliente		
	Expectativas	Empatía	26. Considera usted que el personal muestra interés por los problemas del cliente	✓			
			Conocimiento	27. Considera usted que los trabajadores conocen los productos que ofrecen	✓		
				28. Considera usted que los productos ofrecidos cumplen con los estándares de calidad	✓		
	Desempeño	Estándares	29. Considera usted que el desempeño de los trabajadores cubre sus expectativas	✓			
			30. Considera usted que la empresa brinda una atención pronta		✓	oportuna atención	
	Experiencias	Valoración del servicio	31. Considera usted que los precios ofrecidos están acorde con el servicio brindado	✓			
			32. Considera usted que los trabajadores demuestran experiencia al atenderlo	✓			
			33. Considera usted que los productos son entregados de manera oportuna	✓			
			34. Considera usted que la empresa toma en cuenta sus sugerencias o recomendaciones	✓			
35. Considera usted que el personal tiene la voluntad de colaborar con los clientes			✓				
Firma del experto:			Fecha:				
			12-06-2018				

Título de Investigación: El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de las Mypes distribuidores de productos ferreteros, Carabayfo, Lima 2018							
Apellidos y Nombres del Investigador: Torres Guadalupe, Yneris Soledad							
Apellidos y Nombres del experto: DA - CASTRILLO CASTRILLO PEDRO							
ASPECTO A EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
CONTROL DE INVENTARIOS	Seguimiento	Facturas de compra	1. ¿Considera usted que la empresa realiza un registro adecuado de las compras realizadas?	1: Muy de acuerdo 2: De acuerdo 3: Indiferente 4: En desacuerdo 5: Muy en desacuerdo	/		
			2. ¿Considera usted que la compra de los productos cuenta con la autorización necesaria?		/		
		Guías de remisión	3. ¿Considera usted que la empresa lleva un control de las notas de salida?		/		
			4. ¿Considera usted que los productos son registrados con las cantidades exactas?		/		
		Infraestructura	5. ¿Considera usted que la empresa cuenta con la instalación adecuada para la conservación del inventario?		/		
		Facturas de ventas	6. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un registro diario de las ventas realizadas?		/		
			7. ¿Considera usted que la empresa conoce la pérdida de ventas por no tener inventarios suficientes?		/		
		Procedimientos	8. ¿Considera usted que la empresa realiza informes actualizados para facilitar el análisis de pérdidas y manejo de los mismos?		/		
			9. ¿Considera usted que se realizan reportes físicos para registrar las cantidades exactas en almacén?		/		
			10. ¿Considera usted que la empresa realiza el proceso verificación, inspección y recuento de los productos?		/		
	Niveles	Información	11. ¿Considera usted que la empresa lleva un registro sobre el máximo y mínimo de existencias?		/		
		Control físico	12. ¿Considera usted que el inventario está almacenado de manera adecuada y sistemática?		/		
			13. ¿Considera usted que la empresa realiza el análisis ABC para los ítems de inventario?		/		
	Retroalimentación	Capacitación del personal	14. ¿Considera usted que las responsabilidades están claramente definidas para el manejo de inventarios?		/		
			15. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el personal responsable para el control de inventario?		/		
		Revisión constante	16. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un sistema adecuado para el control de inventario?		/		
			17. ¿Considera usted que la empresa realiza el control mensual de los productos en almacén?		/		
		Sistemas de gestión	18. ¿Considera usted que el encargado de almacén cuenta con el listado de productos no conformes para su evaluación?		/		
			19. ¿Considera usted que la empresa maneja el sistema Kardex para un mejor control de existencias?		/		

	Decisiones	Tomar medidas	20. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un flujo de procesos para el manejo y control adecuado de los inventarios?		/		
			21. ¿Considera usted que la empresa mantiene el inventario almacenado demasiado tiempo?		/		
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Percepción	Cortesía	22. Considera usted que el personal utiliza el lenguaje adecuado con los clientes		/		
			23. Considera usted que el personal brinda una atención personalizada		/		
		Procesos	24. Considera usted que el personal resuelve sus dudas de forma inmediata		/		
			25. Considera usted que la empresa cuenta con el stock necesario		/		
	Expectativas	Empatía	26. Considera usted que el personal muestra interés por los problemas del cliente		/		
			27. Considera usted que los trabajadores conocen los productos que ofrecen		/		
		Desempeño	28. Considera usted que los productos ofrecidos cumplen con los estándares de calidad		/		
			29. Considera usted que el desempeño de los trabajadores cubre sus expectativas		/		
	Experiencias	Valoración del servicio	30. Considera usted que la empresa brinda una atención pronta		/		
			31. Considera usted que los precios ofrecidos están acorde con el servicio brindado		/		
			32. Considera usted que los trabajadores demuestran experiencia al atenderlo		/		
			33. Considera usted que los productos son entregados de manera oportuna		/		
34. Considera usted que la empresa toma en cuenta sus sugerencias o recomendaciones				/			
			35. Considera usted que el personal tiene la voluntad de colaborar con los clientes		/		
Firma del experto:			Fecha:	12 - 06 - 18			



Título de Investigación: El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de las Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabayán, Lima 2018							
Apellidos y Nombres del Investigador: Torres Guadalupe, Ynara Soledad							
Apellidos y Nombres del experto: Alonso Rojas, J. J. J.							
			ASPECTO A EVALUAR	OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
CONTROL DE INVENTARIOS	Seguimiento	Facturas de compra	1. ¿Considera usted que la empresa realiza un registro adecuado de las compras realizadas?	1: Muy de acuerdo 2: De acuerdo 3: Indiferente 4: En desacuerdo 5: Muy en desacuerdo	✓		
			2. ¿Considera usted que la compra de los productos cuenta con la autorización necesaria?		✓		
		Guías de remisión	3. ¿Considera usted que la empresa lleva un control de las notas de salida?		✓		
			4. ¿Considera usted que los productos son registrados con las cantidades exactas?		✓		
		Infraestructura	5. ¿Considera usted que la empresa cuenta con la instalación adecuada para la conservación del inventario?		✓		
		Facturas de ventas	6. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un registro diario de las ventas realizadas?		✓		
			7. ¿Considera usted que la empresa conoce la pérdida de ventas por no tener inventarios suficientes?		✓		
		Procedimientos	8. ¿Considera usted que la empresa realiza informes actualizados para facilitar el análisis de pérdidas y manejo de los mismos?		✓		
			9. ¿Considera usted que se realizan reportes físicos para registrar las cantidades exactas en almacén?		✓		
			10. ¿Considera usted que la empresa realiza el proceso verificación, inspección y recuento de los productos?		✓		
	Niveles	Información	11. ¿Considera usted que la empresa lleva un registro sobre el máximo y mínimo de existencias?		✓		
			12. ¿Considera usted que el inventario está almacenado de manera adecuada y sistemática?		✓		
		Control físico	13. ¿Considera usted que la empresa realiza el análisis ABC para los ítems de inventario?		✓		
	Retroalimentación	Capacitación del personal	14. ¿Considera usted que las responsabilidades están claramente definidas para el manejo de inventarios?		✓		
			15. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el personal responsable para el control de inventario?		✓		
		Revisión constante	16. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un sistema adecuado para el control de inventario?		✓		
			17. ¿Considera usted que la empresa realiza el control mensual de los productos en almacén?		✓		
		Sistemas de gestión	18. ¿Considera usted que el encargado de almacén cuenta con el listado de productos no conformes para su evaluación?		✓		
			19. ¿Considera usted que la empresa maneja el sistema Kardex para un mejor control de existencias?		✓		

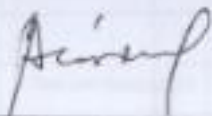
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Decisiones	Tomar medidas	20. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un flujo de procesos para el manejo y control adecuado de los inventarios?	✓		
			21. ¿Considera usted que la empresa mantiene el inventario almacenado demasiado tiempo?	✓		
	Percepción	Cortesía	22. Considera usted que el personal utiliza el lenguaje adecuado con los clientes	✓		
			23. Considera usted que el personal brinda una atención personalizada	✓		
		Procesos	24. Considera usted que el personal resuelve sus dudas de forma inmediata	✓		
			25. Considera usted que la empresa cuenta con el stock necesario	✓		
		Empañe	26. Considera usted que el personal muestra interés por los problemas del cliente	✓		
			27. Considera usted que los trabajadores conocen los productos que ofrecen	✓		
	Expectativas	Conocimiento	28. Considera usted que los productos ofrecidos cumplen con los estándares de calidad	✓		
		Desempeño	29. Considera usted que el desempeño de los trabajadores cubre sus expectativas	✓		
			30. Considera usted que la empresa brinda una atención pronta	✓		
	Experiencias	Valoración del servicio	31. Considera usted que los precios ofrecidos están acorde con el servicio brindado	✓		
			32. Considera usted que los trabajadores demuestran experiencia al atenderlo	✓		
			33. Considera usted que los productos son entregados de manera oportuna	✓		
			34. Considera usted que la empresa toma en cuenta sus sugerencias o recomendaciones	✓		
35. Considera usted que el personal tiene la voluntad de colaborar con los clientes			✓			
Firma del experto:			Fecha:			
			12-06-18			

Título de investigación: El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de las Mypes distribuidoras de productos ferreteros, Carabaylo, Lima 2018

Apellidos y Nombres del investigador: Torres Guadalupe, Ynesis Soledad

Apellidos y Nombres del experto: Dr. CARABENAS SAAVEDRA AORSHAM

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO A EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO		
			ÍTEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
CONTROL DE INVENTARIOS	Seguimiento	Facturas de compra	1. ¿Considera usted que la empresa realiza un registro adecuado de las compras realizadas?	1: Muy de acuerdo 2: De acuerdo 3: Indiferente 4: En desacuerdo 5: Muy en desacuerdo	/		
			2. ¿Considera usted que la compra de los productos cuenta con la autorización necesaria?		/		
		Guías de remisión	3. ¿Considera usted que la empresa lleva un control de las notas de salida?		/		
			4. ¿Considera usted que los productos son registrados con las cantidades exactas?		/		
		Infraestructura	5. ¿Considera usted que la empresa cuenta con la instalación adecuada para la conservación del inventario?		/		
		Facturas de ventas	6. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un registro diario de las ventas realizadas?		/		
			7. ¿Considera usted que la empresa conoce la pérdida de ventas por no tener inventarios suficientes?		/		
		Procedimientos	8. ¿Considera usted que la empresa realiza informes actualizados para facilitar el análisis de pérdidas y manejo de los mismos?		/		
			9. ¿Considera usted que se realizan reportes físicos para registrar las cantidades exactas en almacén?		/		
			10. ¿Considera usted que la empresa realiza el proceso verificación, inspección y recuento de los productos?		/		
	Niveles	Información	11. ¿Considera usted que la empresa lleva un registro sobre el máximo y mínimo de existencias?		/		
		Control físico	12. ¿Considera usted que el inventario está almacenado de manera adecuada y sistemática?		/		
			13. ¿Considera usted que la empresa realiza el análisis ABC para los ítems de inventario?		/		
	Retroalimentación	Capacitación del personal	14. ¿Considera usted que las responsabilidades están claramente definidas para el manejo de inventarios?		/		
			15. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el personal responsable para el control de inventario?		/		
		Revisión constante	16. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un sistema adecuado para el control de inventario?		/		
			17. ¿Considera usted que la empresa realiza el control mensual de los productos en almacén?		/		
		Sistemas de gestión	18. ¿Considera usted que el encargado de almacén cuenta con el listado de productos no conformes para su evaluación?		/		
			19. ¿Considera usted que la empresa maneja el sistema Kardex para un mejor control de existencias?		/		

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Decisiones	Tomar medidas	20. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un flujograma de procesos para el manejo y control adecuado de los inventarios?	/		
			21. ¿Considera usted que la empresa mantiene el inventario almacenado demasiado tiempo?	/		
	Percepción	Cortesía	22. Considera usted que el personal utiliza el lenguaje adecuado con los clientes	/		
			23. Considera usted que el personal brinda una atención personalizada	/		
		Procesos	24. Considera usted que el personal resuelve sus dudas de forma inmediata	/		
	Expectativas	Empatía	25. Considera usted que la empresa cuenta con el stock necesario	/		
			26. Considera usted que el personal muestra interés por los problemas del cliente	/		
		Conocimiento	27. Considera usted que los trabajadores conocen los productos que ofrecen	/		
	Experiencias	Estándares	28. Considera usted que los productos ofrecidos cumplen con los estándares de calidad	/		
			29. Considera usted que el desempeño de los trabajadores cubre sus expectativas	/		
		Desempeño	30. Considera usted que la empresa brinda una atención pronta	/		
	Valoración del servicio	Experiencias	31. Considera usted que los precios ofrecidos están acorde con el servicio brindado	/		
			32. Considera usted que los trabajadores demuestran experiencia al atenderlo	/		
			33. Considera usted que los productos son entregados de manera oportuna	/		
			34. Considera usted que la empresa toma en cuenta sus sugerencias o recomendaciones	/		
35. Considera usted que el personal tiene la voluntad de colaborar con los clientes			/			
Firma del experto:		Fecha:				
		12.06.18				

## ANEXO 07: RESULTADOS DEL TURNITIN

feedback studio TORRES\_GUADALUPE.docx /0 2 de 3

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**"EL CONTROL DE INVENTARIOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS  
CLIENTES DE LA EMPRESA CASAS Y SUEÑOS SAC, CARABAYLLO,  
LIMA 2018"**

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

**AUTORA**  
TORRES GUADALUPE YNERIS SOLEDAD

**ASESOR**  
Dr. DÍAZ SALCUDO, SEVERINO ANTONIO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**  
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

**LIMA - PFRU**  
**2018**



**Resumen de coincidencias**

**28 %**

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

**Coincidencias**

1	repositorio.ucv.edu.pe	12 %
2	Entregado a Universida...	12 %
3	repositorio.uladech.ed...	1 %
4	repositorio.uss.edu.pe	1 %
5	repositorio.unheval.ed...	<1 %

Página: 1 de 63 Número de palabras: 16627 Text-only Report High Resolution Activado

## ANEXO 08: ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, **MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX**, docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo Filial - Lima Los Olivos, revisora de la tesis titulada:

**"EL CONTROL DE INVENTARIOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CUENTES DE LA EMPRESA CASAS Y SUEÑOS SAC, CARABAYLLO, LIMA 2018"** de la estudiante **YNERIS SOLEDAD TORRES GUADALUPE** constato que la investigación tiene un índice de similitud de **28%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **EL INFORME DE INVESTIGACIÓN** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 18 de Junio de 2019



MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX

DNI: 16631152

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

## ANEXO 09: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, YNERIS SOLEDAD TORRES GUADALUPE, identificado con DNI N° 71515109, 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 "EL CONTROL DE INVENTARIOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CUENTES DE LA EMPRESA CASAS Y SUEÑOS SAC, CARABAYLLO. LIMA 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:



  
\_\_\_\_\_

FIRMA

DNI: 71515109

FECHA: 18 de Junio de 2019

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

## ANEXO 12: AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

### AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Conste por el presente documento, el visto bueno que otorga el encargado del área de Investigación de la Escuela Profesional de Administración-Sede Lima Norte, a la versión final de trabajo de investigación que presente el alumno:

**Srta. YNERIS SOLEDAD TORRES GUADALUPE**

Trabajo de Investigación titulado:

**EL CONTROL DE INVENTARIOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA CASAS Y SUEÑOS SAC, CARABAYLLO, LIMA 2018**

Para obtener el Grado Académico y/o Título Profesional de

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

SUSTENTADO EN FECHA : 30 de Noviembre del 2018

NOTA O MENCIÓN : 16 (Dieciséis)

Lima, 18 de Junio del 2019



*[Handwritten Signature]*  
MSc. MARTRENA FOX PETRONILA LILIANA  
Coordinadora de Investigación de la EP de Administración