



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“GESTION DE INVENTARIOS PARA MEJORAR LA ATENCION AL  
CLIENTE EN EL MINIMARKET VARIADITOS CHICLAYO - 2018”**

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

**AUTORA:**

**Castillo Cadenillas Marisol**

**ASESOR:**

**Dr. Marcelino Callao Alarcón**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**GESTION DE ORGANIZACIONES**

**CHICLAYO – PERÚ**

**2019**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ACTA DE SUSTENTACIÓN



En la ciudad de Chiclayo, siendo las 9:00 a.m horas del día 04 de marzo del 2019, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección Académica N° 0407-2019 de fecha 17 de diciembre del 2018, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: **“GESTIÓN DE INVENTARIOS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL MINIMARKET VARIADITOS CHICLAYO - 2018”**, presentado por el (la) Bachiller: **CASTILLO CADENILLAS MARISOL**, con la finalidad de obtener el Título de Licenciada en Administración, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

**PRESIDENTE** : Mgtr. Lilia Ramos Alvarado

**SECRETARIO (A)** : Mgtr. Julio Nuntón More

**VOCAL** : Dr. Marcelino Callao Alarcón

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve: APROBAR POR UNANIMIDAD, Siendo las 10:00 a.m del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 04 de Marzo del 2019

Mgtr. Lilia Ramos Alvarado  
Presidente

Mgtr. Julio Nuntón More  
Secretario (a)

Dr. Marcelino Callao Alarcón  
Vocal

## DEDICATORIA

A dios, por haberme permitido haber llegado hasta este momento tan importante en mi formación a mi familia en especial a mi madre por el gran ejemplo, por el apoyo constante e incondicional, que me permite hoy lograr una de mis metas como profesional.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por haberme dado la vida y salud para lograr mis objetivos. A mi madre Olga por haber estado en los momentos difíciles y apoyarme cuando más lo necesitaba, a mi hermano Jhony por el apoyo para poder terminar mi carrera, a mi padre por existir.

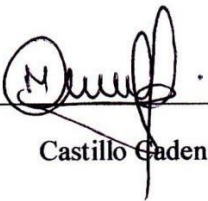
Igualmente, a mi asesor el Dr. Marcelino Callao quien me ha orientado en todo momento en la realización de este trabajo.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Castillo Cadenillas Marisol con DNI N°73445889, 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 Posgrado de Ciencias de la 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.



---

Castillo Cadenillas Marisol

Chiclayo, noviembre del 2018

Castillo Cadenillas Marisol

Chiclayo, noviembre del 2018

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

Teniendo en cuenta los lineamientos establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: GESTION DE INVENTARIOS PARA MEJORAR LA ATENCION AL CLIENTE EN EL MINIMARKET VARIADITOS CHICLAYO 2018., esperando que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

La presente investigación consta de 7 capítulos, los resultados de la investigación condujeron a demostrar que si gestionamos los inventarios entonces mejoramos la atención al cliente en el minimarket variaditos Chiclayo – 2018.

Señores miembros del Jurado Calificador, estoy convencida de que con su alto criterio profesional y sabrán reconocer los esfuerzos realizados con dedicación y perseverancia para culminar satisfactoriamente el presente trabajo de investigación. Del mismo modo, espero sus valiosas sugerencias que permitirán enriquecer aún más esta investigación, sirviendo de apoyo a las pequeñas empresas que son el motor de nuestro país.

Castillo Cadenillas Marisol

## INDICE

ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
INDICE .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	x
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT .....	xii
I. INTRODUCCIÓN .....	13
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	13
1.2. TRABAJOS PREVIOS.....	16
1.2.1. internacional	16
1.2.2. Nacional.....	21
1.2.3. Local .....	25
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA .....	30
1.3.1. Teorías que sustenta la gestión de inventarios.....	30
1.3.2. Dimensiones de la gestión de inventarios.....	30
1.3.3. Indicadores de la gestión de inventarios.....	31
1.3.4. Factores de la gestión de inventarios.....	31
1.3.5. Tipología o características de la gestión de inventarios.....	32
1.3.6. Teorías que sustentan la atención al cliente .....	32
1.3.7. Dimensiones de la atención al cliente .....	33
1.3.8. indicadores de la atención al cliente .....	34
1.3.9. Factores de la atención al cliente.....	36
1.3.10. Características de la atención al cliente .....	36
1.3.11. Marco Conceptual.....	37
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	39
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO .....	39
1.6. HIPÓTESIS.....	40

	1.7. OBJETIVOS	40
1.7.1. General		40
1.7.2. Específicos		40
II. MÉTODO		41
2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN		41
2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACION		41
2.2.1. Operacionalización de variables		42
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA		43
	2.3.1. Población	43
	2.3.2. Muestra	43
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD		46
2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS		47
2.6. ASPECTOS ÉTICOS		47
III. RESULTADOS		48
3.1. ENCUESTA A LOS CLIENTES, ANTES DE APLICAR LA PROPUESTA PRE TEST		50
3.2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE POST TEST		54
IV. DISCUSIÓN		59
V. CONCLUSIONES		60
VI. RECOMENDACIONES		61
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS		62
ANEXOS		66
	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	79
	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS	80
	AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DE LA AUTORIZACIÓN	81



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de la empresa .....	44
Tabla 2: Población de clientes .....	44
Tabla 3: Muestra administrativa, operativa y de planta de la empresa .....	45
Tabla 4: Muestra de clientes.....	45
Tabla 5: Evaluación de la atención al cliente por dimensiones en el pre test.....	50
Tabla 6; Evaluación de la atención al cliente por dimensiones post test .....	54
Tabla 7: Comparación del pre y post test de la atención al cliente en el minimarket variaditos.....	56
Tabla 8: Diferencia de medias .....	58

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Evaluación de la atención al cliente por dimensiones en el pre test .....	50
<b>Figura 2:</b> Modelo ABC de gestión de inventarios.....	53
<b>Figura 3:</b> Evaluación de la atención al cliente por dimensiones post test .....	54
<b>Figura 4:</b> Pre y post test aplicado a los clientes del minimarket variados.....	56

## RESUMEN

La gestión de inventarios, Se conoce como inventarios a las actividades y técnicas de mantención de existencias o de todo tipo de mercaderías, de artículos en los niveles que los dueños o propietarios de una empresa lo desee, independientemente de que sean materias primas; las cuales son productos que están dispuestos para la producción de un nuevo producto, productos en proceso; los que están en proceso de ser listos para el consumidor final, producto terminado; el cual ya está listo para el consumidor final. La presente investigación tuvo como objetivo general, Determinar en qué medida la gestión de inventarios mejora la atención a los clientes del Minimarket variaditos Chiclayo - 2018.

La metodología se basó en un estudio de tipo aplicada con diseño pre experimental se utilizó como técnica de recolección la observación directa, la encuesta, y como instrumento el cuestionario y la lista de cotejos la población estuvo conformada por 2160 clientes de la empresa "VARIADITOS MINIMARKET", de los cuales fueron tomados como muestra 130 clientes de esta misma empresa ubicada en la ciudad de Chiclayo 2018.

Palabras clave: gestión de inventarios, atención, clientes.

## **ABSTRACT**

The management of inventories, is known as inventories to the activities and techniques of stock maintenance or of all kinds of merchandise, of articles in the levels that the owners or owners of a company wish, regardless of whether they are raw materials; which are products that are ready for the production of a new product, products in process; those that are in the process of being ready for the final consumer, finished product; which is ready for the final consumer. The general objective of this research was to determine the extent to which inventory management improves customer service for the Chiclayo - 2018 Minimarket variaditos.

The methodology was based on an application-type study with pre-experimental design was used as a collection technique direct observation, the survey, and as an instrument the questionnaire and the list of collations the population was made up of 2160 customers of the company "VARIADITOS MINIMARKET ", Of which 130 customers of this same company located in the city of Chiclayo 2018 were taken as sample.

Key words: inventory management, customer, service.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad Problemática

En el mundo la atención al cliente está teniendo mayor importancia en las empresas hoy en día ya que dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, organización y entorno de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse ya que es la primera imagen que se da a los clientes y esta ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos

Según la revista manual de atención al cliente (2013) en Ecuador se habla de cómo debería ser la atención al cliente y nos dice que depende como tratemos al cliente vamos a lograr la fidelización de este por otro lado también habla de la importancia de tener a los trabajadores motivados para que de esta manera estos sean cortes y den buena atención al cliente en otra parte del artículo nos dice cómo enfrentar los reclamos de los clientes y dice que demos escuchar las quejas de los clientes, respetar la opinión de estos y prometer una solución inmediata.

En relación al problema presentado en Estado Unidos, **REUTERS** (2013) se afirma que:

Los inventarios de empresas no crecieron en junio, los inventarios de las empresas de Estados Unidos estuvieron planos en junio y compañías fuera del sector automotriz recortaron sus existencias, lo que podría afectar las estimaciones sobre el crecimiento de la economía del país en el segundo trimestre. (p. 1).

EE.UU esperaba que existieran cambios y que los inventarios subieran pues como sabemos en todos los negocios del mundo se espera ganar siempre y frente a estos problemas lo que se espera es que se salga lo más pronto posible y que los inventarios en nuestras empresas suban obviamente a nadie le gusta perder y algunas empresas para evitar esto muchas veces están preparadas como también sabemos en muchos países si no hay las ventas de cualquier tipo de negocio baja; baja también la economía del país.

En República Dominicana el diario acento (2017) afirma el presidente de la central nacional de trabajadores de transporte (CNTT) el Sr. Juan Marte “la importancia del buen servicio y precios bajos que deben tener los taxistas” (p. 1).

Como sabemos hoy en día para la satisfacción de muchos consumidores no solo es prestar buena atención, con amabilidad si no también tiene que ver con los precios bajos de acuerdo a la competencia mayorista como minorista de esta manera también lograremos fidelizar al cliente y aumentar la cartera de clientes.

En nuestro país el diario Gestión (2015) el control de finanzas e inventarios de empresas es necesaria para una adecuada automatización, dicha investigación es desarrollada por OFISIS (solución de gestión empresarial integral). En esta noticia nos habla sobre la alianza del pacifico y las oportunidades que tienen estos países que lo conforman entonces debemos tener en cuenta mucho nuestros inventarios ya que muchas empresas quieren ventas inmediatas para esto el OFISIS provee un sistema que regula la optimización de los procesos, el cual se trata de una herramienta ideal para lograr sus metas; esta alternativa se llama gestión de solución empresarial el cual es un sistema de base datos centralizado este sistema garantiza la seguridad de los vendedores, la disponibilidad de inventarios, las demoras de producción, los envíos de mercadería facilitando así a los exportadores no solo de nuestro país sino también a los que conforman la alianza del pacifico.

En relación al problema presentado en el diario Gestión (2015) se afirma que:

Firmas ofrecerán más descuentos para deshacerse de inventarios, el año pasado no fue el mejor año para las firmas peruanas. Muchas de estas acumularon mercadería proyectando un nivel de ventas mayor al que en realidad lograron. Ante esta situación, las compañías empiezan el 2016 con la necesidad de deshacerse de ese nivel de stock que mantienen en exceso (p. 1).

Esto generara que las empresas bajen los precios o pongan ofertas toda la mercadería en stock lo cual habrá pérdidas, debido a que ya que es un nuevo año van a salir nuevas tendencias o nuevos modelos en el caso de los automóviles o artefactos electrodomésticos esto genera que las empresas de una u otra forma tengan grandes pérdidas ya que los productos nuevos que adquirirán tal vez tengan un alza de precios debido que saldrán nuevas tendencias o nuevos modelos.

En nuestro país el diario Gestión (2017) afirma en palabras del jefe del instituto nacional de estadística e informática que “Los inventarios se situarían en un nivel deseado en dos meses” (p. 1).

Lo manifestado por dicho funcionario indica que el primer semestre del año pasado nuestro país se vio claramente afectado ya que hubo un elevado nivel de inventarios, lo cual se espera que dentro de dos meses esto se regularice ya que teniendo muchos inventarios es muy riesgoso porque no existe mucho movimiento económico y tampoco habrá rotación del dinero en efectivo, por lo tanto en nuestras empresas debemos tener un control de inventarios según las necesidades de nuestros clientes; para de esta manera también tener el dinero en efectivo y reducir los riesgos de pérdida en las empresas.

En nuestro departamento de Lambayeque el (2017) según las estadísticas de INEI las entidades más quejadas en la región Lambayeque donde Epsel y MPCh son las que mayor índice de insatisfacción por parte del público insatisfecho por el servicio de saneamiento y producción de gerencias, respectivamente, mientras que el 2016, la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento de Lambayeque (EPSEL) y la Municipalidad Provincial de Chiclayo (MPCh), ocuparon el primer y segundo lugar en el ranking de las entidades más quejadas de la región Lambayeque, según el reporte de la Defensoría del Pueblo.

El jefe de la Oficina Defensoría en Chiclayo, Hidalgo (2017) informó que:

En ese período se atendieron 3,973 casos, de los cuales el 90% se resolvió. De una relación de 842 entidades, son las instituciones en mención las más cuestionadas por la población. En tanto, el Organismo de Formalización de la

Propiedad Privada (Cofopri), centros asistenciales de Es Salud y las Unidades de Gestión Educativa (UGEL), se ubican en el tercero, cuarto y quinto lugar respectivamente. (p. 1)

Como vemos estas instituciones por más que pertenezcan al estado o que no tengan competencia en el caso de EPSEL eso no justifica que den mal servicio al cliente pues de esta manera no están satisfaciendo las necesidades de sus clientes y si es que llegara una nueva competencia para EPSEL puede ser que esta caiga y se quede sin clientes por la mala atención y servicio a sus clientes ya que estos en muchos casos deben ser resueltos lo más pronto posible.

Asimismo, en nuestro departamento de Lambayeque tenemos una gran variedad de supermercados los cuales brindan productos ya sea de primera necesidad, entre ellos también encontramos electrodomésticos, ropa, etc.

La empresa Minimarket “VARIADITOS” ofrece productos de primera necesidad en el cual se ha encontrado muchos problemas esto lo afirma el gerente general de dicha empresa; de los cuales solo nos centraremos en uno que es el más inmediato de investigar y de atender este es que las ventas han bajado ya que no existía inventarios controlados debido a que tienen deficiencias con los inventarios y nadie realiza una gestión de inventarios controlados, casa de esto, los trabajadores muchas veces no saben cómo ni cuándo hacer pedidos ya que muchas veces no se sabe si existen productos en stock, productos fallados, vencidos debido a esto bajaron las ventas por que los clientes llegan y muchas veces se demoran en atender por estar buscando productos o simplemente el producto buscado no existe en la tienda; para resolver este problema necesitamos del apoyo de los dueños de la empresa para llegar a los objetivos y de esta manera controlar los inventarios para que esta empresa se siga manteniendo en el mercado y tenga una ventaja competitiva entre los Minimarket de Chiclayo.

## **1.2. Trabajos previos**

### **1.2.1. internacional**

Vásquez y Tomalá (2016) realizaron un trabajo de investigación denominado “Diseño de modelo de gestión por procesos para el control de inventarios”. Guayaquil Ecuador donde concluye.



La empresa EMDIQUIN Cía. Ltda. Tiene falencias en el manejo del inventario, debido a que no existe equivalencia entre el inventario físico y digital de la empresa.

La falta de procedimientos para compra de materias primas ocasiona desabastecimiento de producto terminado y por ende molestia del cliente por los productos no entregados a tiempo.

El personal de los departamentos relacionados al control de inventarios no tiene procedimientos ni responsabilidades definidas para las compras y ventas de los productos. (p. 84)

Muchas veces el mal manejo de los inventarios o tecnología nos hace perder muchas sumas de dinero en la investigación comentada nos habla que existe un tipo de inventario digital muchas veces podemos tener toda la tecnología al alcance pero la falta de capacitación hace que esto falle y se vea grandes pérdidas por ejemplo en una empresa de fabricación; no se entrega productos a tiempo debido a que existen fallas en el sistema de inventarios debido a que no hicieron pedidos de materias primas ahí habrá una demanda insatisfecha y se puede perder al cliente o que este se incomode por esto que se debe tener inventarios controlados.

Loja (2015) realizo un trabajo de investigación “Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para la empresa FEMARPE CIA. Ltda.” Guayaquil Ecuador donde concluye

No cuenta ni con un inventario físico verídico, ni con una base de datos del inventario, por lo que los empleados al momento de requerirla no cuentan con la información necesaria.

No existe un control permanente a nivel de inventarios en lo referente a las entradas y salidas de mercadería.

La capacitación al personal también es una actividad que en esta empresa se la tiene completamente descuidada.

No se realiza una constatación física periódica de la mercadería de tal manera que en varias ocasiones se han presentado pedidos que no se pueden cumplir debido a que no se encuentran en existencias. (p. 91)

Todas las empresas o los gerentes de estas deben tener en cuenta la importancia de tener en cuenta la importancia de la capacitación a sus trabajadores y se debe controlar los inventarios de aquí el gran problema que se vienen muchas empresas a veces termina en la quiebra porque no tienen un control de inventarios pues este trabajo me va a ser de mucha importancia para mi investigación ya que los clientes se encuentran insatisfechos porque muchas veces llegan a la empresa y no encuentran lo que buscan o simplemente el personal no encuentran los productos y es justamente por no tener inventarios controlados por qué no se sabe cuándo te falta mercadería o si tienes en stock y vuelves a comprar es por eso que es de mucha importancia contar con un control de inventarios y capacitar al personal para el manejo de este y su buen funcionamiento y de esta manera fidelizar a los clientes.

Huitz (2014) realizó un trabajo de investigación "Servicio al cliente en los supermercados Quetzaltecos". Quetzaltenango Guatemala Donde concluye.

Según la investigación de campo realizada, para una parte de los entrevistados y encuestados el servicio al cliente en los supermercados quetzaltecos es excelente, ya que consideran que prestan un servicio de calidad, con buena organización, los colaboradores atienden con respeto, amabilidad y cordialidad. Se mencionan algunas deficiencias en el mismo, como la falta de conocimiento y capacitación del personal, no cuentan con buzón de sugerencias, los precios son elevados y carecen de diversidad de productos. (p. 99)

Como se sabe hoy en día la importancia que tiene el talento humano en un negocio y la capacitación de este ya que si se tiene un personal capacitado mejor serán las rentabilidades para las empresas la siguiente investigación nos habla sobre el servicio al cliente en un supermercado pues la atención en un supermercado siempre tiene que ser buena ya que en este rubro de negocio existe mucha competencia y la atención por parte de los trabajadores debe ser de primera estos deben tener paciencia, deben darle confianza al cliente y de esta manera también lograremos la fidelización de los clientes otro punto importante son los precios deben tener precios de acuerdo al mercado a veces no sirve mucho tener una buena atención si nuestros precios son muy elevados por otro lado también debemos brindarle seguridad a nuestros clientes y de

esta manera estaremos entregando un servicio bueno y completo por lo que el cliente se sentirá satisfecho y lograremos su fidelización la cual es muy importante tener a un cliente fidelizado porque si un cliente se nos va la inversión para recuperarlo será más y tendremos perdidas en el negocio, como se dice el cliente es la base fundamental de un negocio y hay que cuidarlo.

Celada (2014) realizó un trabajo de investigación “Servicio al cliente como ventaja competitiva en empresas comercializadoras de abarrotes en el municipio de Retalhuleu”. Quetzaltenango Guatemala donde concluye.

Las empresas en el medio, no se preocupan por la satisfacción total del cliente, ni lo ven como un valor agregado, el cual podría convertirse en una ventaja competitiva, solamente se ve como una herramienta poco necesaria y muy costosa, por eso solamente se enfocan en vender por medio de otras promociones y ofertas, principalmente por precio, lo cual no es un factor decisivo para fidelizar a los clientes de la empresa.

La capacitación otorgada al personal de la empresa COMICEN S.A. sobre servicio y atención al cliente si elevo el grado de satisfacción percibido por los clientes respecto a la atención, lo cual es un indicador que si se puede obtener una ventaja competitiva a largo plazo realizando capacitaciones constantes e integrando el servicio a la cultura organizacional de la empresa. (p. 64)

En la ventaja competitiva influyen muchos factores pues no solo es tener una sola cosa o una sola estrategia de ventaja competitiva a favor si no es sobresalir en el rubro y ser la empresa líder entre todas ser bueno en todo, satisfacer las necesidades de los clientes para lograr esto debemos invertir en talento humano ya que es la cabeza de una empresa , estos deben estar bien capacitados y aplicar todo lo que han recibido en las capacitaciones y mantener la cartera de clientes; deben saber integrar a todos los clientes para que de esta manera lleguen más clientes al negocio y ahí sobresalir como una ventaja competitiva ser la líder del mercado.

Meléndez y Lambis (2013) realizaron un trabajo de investigación “análisis y diseño de un sistema de gestión de inventario para la farmacia de la fundación madre Herlinda moisés, basado en una categorización multicriterio ABC/ven”. Cartagena de Indias Colombia Donde concluyen.

La gestión del inventario, ocupa un papel de suma importancia dentro del funcionamiento general de la farmacia de la fundación Madre Herlinda, debido a la gran cantidad de artículos manejados en inventario es imposible dar igual atención a cada uno de estos productos y es por ello que la categorización ABC/VEN vislumbra métodos más eficientes en cuanto a su gestión.

La implementación de un sistema de inventario de revisión continua con un nivel de servicio determinado, que trabaje en forma conjunta con el software Armagedón permitirá a la empresa reducir la incurrancia en faltantes de medicamentos que en ocasiones pueden ser vitales para la salud de los clientes al mismo tiempo que se organiza la gran cantidad de artículos. (p. 72)

Como se sabe que el método ABC que es un método muy práctico y que opino que todas las empresas deberían tenerlo ya que nos permite estandarizar los productos de acuerdo a su rotación o importancia por ejemplo los productos A son los productos con mayor rotación y los productos C son los de menos rotación, y con la ayuda de un sistema que se explica en esta investigación que es un software será mucho más fácil realizar un inventario.

Arrieta y Guerrero (2013) realizaron un trabajo de investigación “Propuesta de mejora del proceso de gestión de inventario y gestión del almacén para la empresa FB soluciones y servicios S.A.S”. Cartagena de Indias Colombia donde concluye.

En síntesis, con el fin de planear la capacidad e implantar un cronograma de producción, se hace necesario inspeccionar cuanta materia prima, cuantas piezas y cuantos sub ensambles se procesan en un momento dado, es allí cuando el inventario resulta importante, ya que brinda una capacidad de predicción y permite mantener el equilibrio entre lo que se necesita y lo que se procesa. Es por esto que la gestión de este no es un tema que no genere beneficios para cualquier empresa. Bajo este marco se hace claro que el objetivo de la gestión del inventario es lograr un equilibrio entre la calidad de servicio brindado a los clientes y la inversión económica necesaria para ello, esto se ve traducido en una inversión inmovilizada que supone unos recursos financieros (p. 107)

Por más que una empresa tenga años en el mercado y todavía se siga manteniendo sin tener inventarios controlados esta puede quebrar en un corto tiempo, para seguir teniendo una ventaja competitiva es importante saber cuánto tenemos disponible para nuestros clientes y estos se encuentren satisfechos, o si esta no innova, la innovación en las empresas debe ser constante para seguir manteniéndose en el mercado y esto influye mucho en el crecimiento y desarrollo de estas y es otro factor importante pero el más importante aquí es que las empresas deben tener los inventarios controlados para tener un equilibrio y saber si se están llevando bien las cuentas o quizás mal muchas empresas que ya llevan varios años en el mercado no le toman mucha importancia pero siempre existirán fallas y se nos hará difícil tener a nuestro cliente satisfecho ya que siempre existirán fallas debido a la falta de control de inventarios.

### **1.2.2. Nacional**

Chamache (2016) realizó un trabajo de investigación titulado “Implementación del método de valuación de inventarios primeras entradas, primeras salidas, para mejorar el control de inventarios del minimarket Daniel de la ciudad de Trujillo” donde concluye.

El diagnóstico actual respecto al control de inventarios en el Minimarket Daniel, refleja que este no cuenta con un sistema que ayude a controlar los inventarios, es por ello que la planificación de mercaderías no es la adecuada, pues no se cuenta con información suficiente al momento de realizarse la reposición de mercaderías, así mismo los registros para el flujo de mercaderías es paupérrimo, estos registros y procedimientos de mercaderías se realiza en un cuaderno que muchas veces muestra información errónea. (p. 93)

En este mundo tan globalizado que estamos y que estamos viviendo la época de la tecnología; esta nos ha hecho simplificar las cosas y que cada vez sean menos complicadas si existe tanta tecnología porque no optar por un software para controlar los inventarios y dejamos de hacer las cosas manuales pues tener un control de inventarios digitalizado nos ahorraría tiempo y dinero va a hacer que de una u otra manera sobresalgamos ante el resto de las otras empresas y tener una mínima ventaja competitiva digo mínima porque es un

factor mínimo para sobresalir ante las otras empresas ya que existen muchas empresas que los usan y de una u otra forma ya sacaron ventaja; sabemos la importancia de estar actualizados con la tecnología para sacarle provecho a esta y minimizar costos ya que los clientes ahora se fijan mucho si la empresa está actualizada en los precios, si tiene una tecnología; pues invertir en tecnología es ganar el doble; esta investigación es de suma importancia para las empresas de hoy en día ya que habla de la tecnología y su importancia y el valor que le genera a estas el contar con tecnología.

Fernández (2016) realizó un trabajo de investigación “análisis y diseño de un sistema de gestión de inventarios para una empresa de servicios logísticos”. Lima dicha investigación tuvo como resumen. La presente tesis es un trabajo de investigación que tiene como objetivo desarrollar un sistema de gestión de inventarios para una empresa que brinda servicios logísticos, de manera tal que puedan aumentar su competitividad en el mercado al mejorar los procesos logísticos que actualmente impiden el cumplimiento del tiempo de entrega acordados con el cliente y por tanto la insatisfacción del mismo. Inicialmente se presenta en un marco teórico, que el soporte a las mejoras que se proponen, este está dividido en tres grandes bloques, primero la Gestión de Inventarios en donde se describen conceptos básicos de gestión de inventarios, el segundo es la importancia de los inventarios en la cadena de suministro y por último los sistemas ERP, que son la propuesta de herramienta informática que se desea proponer.

El segundo punto a tratar es el análisis y diagnóstico del caso de estudio, en donde se evalúan los antecedentes del caso de estudio y se desarrolla un análisis y diagnóstico de la gestión de inventarios a partir de los procesos relacionados a la gestión de stock actual, la clasificación y políticas actuales y finalmente un análisis y diagnóstico de los sistemas informáticos actuales. (p. 1)

En todo el tema se viene hablando de la importancia de los inventarios en una empresa es necesario en una empresa tener los stocks adecuados para brindarle un mejor servicio al cliente y la empresa siempre este ganando es por eso que siempre deben estar actualizados para ser la líder del mercado.

Monzón (2014) realizó un trabajo “Administración de inventarios ABC para mejorar la gestión de almacenes en la empresa ZICSA contratistas generales S.A.C., en Retamas Parcoy Pataz. Trujillo” dicha investigación tuvo como parte del resumen

Finalmente se han formulado las conclusiones y recomendaciones. La principal conclusión establece que la actual administración de inventarios a pesar de usar un software, existen problemas para conciliar cantidades de inventarios físicos con los que arroja el sistema, deficiente organización física del almacén, y descuido en el registro de datos en el sistema, personal carente de capacitación y ausencia de un método coherente para la toma de decisiones. Se recomienda aplicar el modelo ABC que permite a la gerencia y responsables, una base para la toma de decisiones dando más atención e importancia a los artículos de las categorías A, luego B, y al final C, sobre su eficiencia de uso, pérdida, derrames, posibles accidentes, y sobre todo el control de los costos relativos. (p. 1)

la tecnología hoy en día es de suma importancia, pero siempre y cuando demos el uso adecuado a esta como sabemos en el caso de gestión de inventarios muchas veces el personal a cargo no está bien capacitado para llevar a cabo este trabajo ya que aquí se tiene que ver los ingresos y egresos de mercaderías como también los stocks y para que funcione bien debemos tener el personal capacitado este trabajo influirá de manera positiva ya que en la investigación se tiene un sistema que está funcionando mal.

Mercado (2015) realizó un trabajo de investigación “Sistema de Información de Servicios Vehiculares Vía Web y Móvil para Mejorar la Atención al Cliente en la Empresa de Transporte ALCOVI S.A.C. Trujillo” donde concluye que:

Se redujo el tiempo de espera al realizar una consulta en un 71% después de la implantación del sistema de Servicios Vehiculares vía Web y Móvil.

Se logró incrementar el nivel de satisfacción de los clientes en un 25.4% después de la implantación del Servicios Vehiculares vía Web y Móvil.  
(p. 70)

Muchas veces para que los clientes se sientan satisfechos es necesario atenderlos en el tiempo que ellos necesitan para esto las empresas deben estar actualizados con la tecnología por ejemplo en un Minimarket para que se reduzcan las colas estos pueden implementar un servicio de delivery que obviamente va a tener un mayor costo para empresa pero también va a tener una ventaja competitiva ante su competencia; obviamente este servicio tendrá un costo adicional pues también se le tiene que aumentar un poco al consumidor algo que no le perjudique como por ejemplo se le podría cobrar solo el pasaje, muchas empresas cuentan con páginas web que agilizan el proceso de compras o en el caso de los bancos algunos de estos tienen el servicio de transacciones por internet, los agentes que tienen en diferentes puntos de la ciudades así por ejemplo si tenemos un minimarket se puede atender pedidos online que eso también es parte de la tecnología que está de moda hoy en día y no quedarse ahí seguir innovando y seguir sacando cosas nuevas esto hace que los clientes ahorren tiempo y colas, de esta manera se lograra una mejor satisfacción y servicio al cliente.

Calderón (2014) Realizo un trabajo de investigación “propuesta de mejora en la gestión de inventarios para el almacén de insumos en una empresa de consumo masivo”. Lima donde concluye que:

Se propuso un modelo de mapa de procesos, ya que sirve como guía al personal, poniendo como procesos claves a logística, operaciones y ventas, debido a que en ello se basa el Core del negocio. Además, se estableció un diagrama SIPOC, en el cual se estableció los proveedores, entradas, responsabilidades y el cliente, tanto para la adquisición de materias primas, productos terminados como para la adquisición de materiales, equipos, repuestos, suministros y contrataciones de servicios, todo ello para un mejor control en el proceso de compras. (p. 82)

Las grandes empresas son las que mayor personal tienen por lo que es muchas veces más difícil tener todo bajo control sin embargo estas empresas siempre están en constante actualización y están pendiente de que su personal este bien capacitados pero siempre existen fallas ya que muchas están desactualizadas y la actualización es la clave para seguir siendo la líder del



mercado este trabajo de investigación hace una propuesta a una gran empresa que si bien es cierto ya tiene muchos años en el mercado sin embargo no está muy actualizada con respecto a lo que es tecnología esta debería tener una página web tener un sistema de inventarios bien implementado, tener a su personal bien capacitado y darles incentivos, la empresa para la cual se está haciendo esta investigación no tiene una buena distribución por lo que este trabajo tomado como referencia va a ser de gran ayuda para esta investigación ya que es muy importante el mapa de procesos que muy pocas empresas lo tienen.

Ruiz (2014) realizó un trabajo de investigación “Estrategias de calidad de servicio para mejorar la atención al cliente a la caja municipal Trujillo agencia Cajabamba” donde concluye que:

De acuerdo con los resultados encontrados en esta investigación se puede decir que existe una correlación entre las calidades de servicio y satisfacción positivamente de los clientes, lo que muestra que los clientes se sienten un grupo satisfechos, con las atenciones hechas actuales, por lo cual la caja Trujillo- agencia Cajabamba aplicaría una política favorable para el público con respecto a los indicadores que generen grado de satisfacción. (p. 92)

Para satisfacer las necesidades de los clientes se tiene que saber primero que es lo que les incomoda y lo que necesita, para de esta manera brindarles una atención adecuada brindándoles buen servicio y atención personalizada de esta manera estaremos fidelizando al cliente y que muchas veces se da; este recomienda por la atención que recibió y aumentaría nuestra cartera de clientes para poder mantenerse en el mercado ya que aumenta competencia y cada vez en están tratan de mejorar y están viendo en que está fallando la competencia para que ellos aprovechen y saquen una ventaja competitiva.

### **1.2.3. Local**

Ramírez (2016) realizó un trabajo de investigación “Propuesta de modelo para el reaprovisionamiento de inventarios en la empresa PepsiCo alimentos Perú S.R.L. Lambayeque” donde concluye que:

El diagnóstico realizado en la empresa referente a su gestión de inventarios evidencia serias deficiencias dentro de las cuales destaca la forma inadecuada cómo se realizan las estimaciones de los pedidos para reposición de productos realizados por el jefe de almacén, los cuales son realizados de manera subjetiva sin el empleo de técnicas o modelamientos cuantitativos que avalen las cantidades repuestas ni la oportunidad de la reposición. Esta práctica tiene como consecuencia que en la empresa se presenten quiebres de stock en muchas oportunidades los cuales generan a su vez un 24.82% en ventas pérdidas al no entregar oportunamente a los clientes sus pedidos recibidos.

El horizonte de reaprovisionamiento indicado es una propuesta inicial que equilibra de un lado los tamaños de lote de reposición (monto mínimo de venta exigido a la empresa), con el costo de inventario, el nivel de satisfacción de los clientes y el Lead Time de la sede central en Lima. No obstante, es posible que este horizonte de 15 días pueda ser reajustado en función de la revisión periódica de estas variables, data que en este momento no se dispone. (p. 65).

Como bien sabemos que para no tener pérdidas en una empresa se debe tener un control de inventarios ya que muchas veces falta productos o existen productos en mal estado o hay un sobre stock para evitar esto se debe llevar a cabo un adecuado control de inventarios, el personal de acuerdo al puesto en el que debe estar como por ejemplo si tenemos y tener a nuestros clientes satisfechos.

Seclén (2015) realizó un trabajo de investigación titulado “calidad en el servicio al cliente de la aerolínea LAN Chiclayo” de tipo cuantitativa basado en el modelo de calidad SERVPERF, cuya población fue de 426,030 personas y muestra de 246 personas a encuestar. (p. 1).

Muchas veces cuando se viaja por el medio aéreo los procesos y los tiempos de espera para abordar un avión se debe estar una hora antes en el aeropuerto para esto los clientes deben sentirse cómodo y que las instalaciones de este sean favorables para los clientes para que de esta manera puedan sentirse satisfechos y cumplir con las expectativas, pues no solo en un aeropuerto en

cualquier tipo de negocio que tenga una infraestructura buena y el cliente sea bien atendido siempre se va a recibir buenos comentarios.

Vidarte (2015) realizó un trabajo de investigación titulado “Propuesta de un sistema de gestión logística para optimizar el control de los inventarios en una empresa constructora, corporación Vidarte S.A.C” Lambayeque dicha investigación concluye:

La evaluación de una gestión logística en los almacenes de las empresas es muy necesaria, ya que si se cumple de manera adecuada con todos los procesos, ayuda a disminuir los costos, evitando mermas y desmedros. Las empresas constructoras manejan sus insumos en base a avances de obras, llamados también valorizaciones de obras, el cual, en el control de cada material de construcción se vuelve necesaria la existencia de una gestión logística que organice este movimiento, de manera que incluye la compra, almacenamiento, reposición de materiales y salida de los materiales a producción según lo planificado, con el fin de mantener en orden los contratos de obras. (p. 103)

Como bien sabemos para evitar las pérdidas de las empresas debemos ver los costos que estén de acuerdo al mercado y tener un control de productos entrantes y productos de salida de la mercadería de acuerdo a los pedidos que se hagan para que la mercadería tenga una buena rotación y no haya mermas ni un exceso de esta manera también se evitara el sobre stock de mercadería ya que si la mercadería esta guardada es dinero estancado.

Silva (2014) realizó un trabajo de investigación denominado “propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en los puntos de ventas (cadenas) de la empresa américa móvil Perú S.A.C. sede Chiclayo” donde concluye que:

Los subprocesos del proceso de atención al cliente son: llegada del cliente, Actividades realizadas por el promotor, Elección de Productos, Almacén, pago en caja y por último la salida del cliente del establecimiento.

Para la definición del Proyecto. Las variables críticas de calidad identificadas son: el tiempo de atención, Malas instalaciones y equipos inadecuados y la disponibilidad del personal. Actualmente tienen una situación regular y paralelo a esto el número de quejas fluctúa de 10 a

20 al mes. Y estos problemas que se determina en esta empresa es mensualmente y esto es debido a que no hay un buen control por parte del personal y una directiva de mal gestión. El problema que se encontró en la relación de los VCC y los subprocesos es en la atención que les brinda el promotor a los clientes y esto es debido a que en la empresa no hay un buen desempeño con los tiempos entre cada cliente. Las variables que se planteó para este problema es la entrega de productos a tiempo adecuado como también cliente satisfecho. Y en la delimitación del problema; Las Operaciones realizadas por el promotor manifiestan el malestar de los clientes por la variación del tiempo de atención promedio establecido de 30 minutos, además de no estar conformes con estos tiempos. (p. 63)

Para llevar a cabo un proceso de atención al cliente primero se debe capacitar al personal para que este cumpla con lo asignado debe tener buen humor y paciencia para que el cliente se sienta satisfecho y así lograr la fidelización y optimizar los tiempos y tener mejor rentabilidad en una empresa.

Martínez (2014) realizó el trabajo de investigación cuyo título es “Calidad de atención al cliente en las agencias de Chiclayo para una entidad de micro finanzas” Lambayeque donde concluye que:

El cierre de las transacciones se hace relativamente bien, pero el inicio de las mismas adolece de deficiencias, por ejemplo, no se establece contacto visual, saludo o sonrisa, de modo que el cliente se ve obligado a conducir el proceso, siendo el rol activo del funcionario, a medida que el trato se genera, recién se produce la reacción, esto debe ser corregido para tener un ambiente amigable al recibir al cliente. (p. 64)

Las empresas muchas veces pierden ya que su personal no está bien capacitado para esto debemos implementar un plan de capacitación y poner al personal el puesto que estos deben estar; para esto las empresas deben hacer un previo estudio a cada uno de los trabajadores y ver que habilidades desarrollan mejor y ubicarlos en el puesto que deben estar, muchas veces los empleados llegan de mal humor o no están capacitados para el puesto en el que están colocados esto hace que la empresa pierda clientes por las malas atenciones que reciben por parte de los trabajadores es por esto que debemos tener el personal de acuerdo al puesto para que de esta manera podamos

brindarle un adecuado servicio al cliente para así poder atender las necesidades que estos solicitan siempre hay que entender al cliente y tratar de escucharlo antes de dar nuestra opinión para que de esta manera estos se sientan satisfechos con la atención y servicio que estos necesiten; el dar una buena atención no solo se trata de satisfacer las necesidades si no superar las expectativas que estos tienen de nuestra empresa tal vez algún otro cliente dijo que la atención era buena y cuando llega un nuevo cliente recibió más de lo que el necesitaba esto se trata de superar las expectativas de los clientes.

Pérez (2014) realizó un trabajo de investigación titulado “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC Chiclayo” donde concluye que:

Los resultados estudiados en la calidad del servicio revelan que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende moderadamente las necesidades de sus clientes, sin embargo, puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse al requerimiento y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentarán mejorando sus resultados económicos. (p. 55)

Según Pérez nos menciona en sus conclusiones la importancia del servicio y atención al cliente y de qué manera influye una buena calidad de servicio para tener una calidad de servicio debemos tener un local bien implementado con la variedad de productos que ellos necesiten porque si tenemos una competencia que sabemos que se nos hará difícil mantenerse en el mercado entonces debemos tener un local bien implementado por ejemplo si se trata de un minimarket se debe tener todo lo que tiene un supermercado pero en menor cantidad o de acuerdo a la cantidad de clientes que este tenga; con el personal que disponga de buen carácter, buen humor y paciencia para atender al cliente ya que el personal es lo más importante en una empresa sin embargo este personal debe estar bien capacitado y de esta manera también estaremos fidelizando al cliente; también nos habla de la importancia de la infraestructura en una empresa pues nos dice que, si se ve un lugar acogedor, atractivo y con buena higiene la ventaja de tener un local con estas características hará que el cliente confíe en nosotros y apueste siempre por nuestros productos ya que

sabe que se está llevando lo mejor, pues los consumidores se sentirán seguros de lo que están consumiendo y a gusto si es un lugar acogedor.

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

#### **1.3.1. Teorías que sustentan la gestión de inventarios.**

Zapata (2014) en su libro titulado fundamentos de la gestión de inventarios.

En el entorno empresarial se conoce la gestión de inventario como al proceso encargado de asegurar la cantidad de productos adecuados en la organización, de tal manera que se pueda asegurar la operación continua de los procesos de comercialización de productos a los clientes; es decir, asegurar que las operaciones de manufactura y distribución no se detengan, cumpliendo con las promesas de entrega de productos a los clientes. (p .11)

Como bien dice el autor la gestión de inventarios o gestión de stocks es muy necesaria en una empresa ya que nos ayuda a satisfacer las necesidades de los clientes y de esta manera prestarle un buen servicio y atención por otro lado también podemos darnos cuenta fácil de cuanto a lo que es stocks cuanto nos falta o cuanto tenemos para de esta manera tener a nuestros clientes satisfechos y fidelizarlos; a más ventas mayor rentabilidad.

Según Gómez (2013) en su libro titulado “gestión logística y comercial” nos da un concepto sobre las existencias que también se pueden llamar inventarios de un negocio los cuales son comprados para ser vendidos en el curso del negocio o según la demanda que tenga dichos productos las existencias o inventarios pueden clasificarse según la atención de los criterios, entre los más importantes tenemos que los inventarios rotan según la empresa que los consuman y la posibilidad de tener el lugar donde almacenarlos.

#### **1.3.2. Dimensiones de la gestión de inventarios.**

**Calidad.** Son el conjunto de propiedades que permite a una cosa darle valor y las características que este debe tener; pueden ser superior o excelente y si hablamos de mercaderías hablaríamos de los productos de calidad y según como estos tomaron posición en el mercado.

**Costos.** Es el valor en monedas de los consumos de ciertos productos de una actividad económica sirven para fijar precios de venta, facilitan la toma de decisiones y permiten el modelo de la valuación de inventarios.

**Logística.** Es llevar un cierto orden en los procesos que involucran a la producción y la comercialización de mercaderías es la encargada de unir producción y mercado.

**Planificación.** Es adaptarse a los cambios que hagan en una empresa en torno a cada ambiente o área; esta nos sirve para minimizar riesgos y elevar el nivel de éxito coordinando puntos importantes de una organización.

### **1.3.3. Indicadores de la gestión de inventarios.**

**Características.** Permite diferenciar a alguien o algo esto se puede tratar de cuestiones de calidad, temperamento, etc.

**Precio.** Cantidad de dinero o monedas que permite la adquisición o uso de un bien o servicio.

**Modelo de valuación de inventarios.** es el proceso en que se selecciona y se aplica una base específica para valorar los inventarios en términos monetarios en esta investigación se trabajara el modelo ABC.

**Procesos.** es llevar un cierto orden o se caracteriza por que ejecuta de manera secuencial siguiendo algunas pautas o instrucciones.

**Coordinación.** Tipo de relación por la cual se unen dos elementos sintácticos del mismo nivel o función e independientes entre sí.

### **1.3.4. Factores de la gestión de inventarios.**

En la información de Gestión de stocks se indican factores de gestión de inventarios:

**La demanda.** Para saber cuánto de stock o de inventarios debemos tener es necesario conocer lo más real posible de la demanda; de acuerdo como sean las ventas tendremos una gestión de inventarios u otra; pues no es lo mismo las ventas en la temporada de invierno o en la temporada de verano; muchas veces sube las ventas o baja es por eso que de acuerdo a esto debemos tener nuestro inventario.

**Nivel de servicio.** También la gestión de stock influye en el servicio al cliente. Ya que al no haber productos que buscan los clientes estos irán a la competencia y adquieren el mismo producto y queda como demanda insatisfecha y al hablar del nivel de servicio significa satisfacer las necesidades de la empresa.

**Los costes.** El tener gran cantidad de productos en stock si bien es cierto nos aseguramos de brindar un buen nivel de servicio, pero para que estos costes sean óptimos debemos tener la adecuada gestión de stock de tal manera que esto garantice una buena rentabilidad. (Anónimo, s / . f)

### **1.3.5. Tipología o características de la gestión de inventarios.**

Zapata (2014) en su libro titulado fundamentos de la gestión de inventarios.

**Materias Primas:** Las materias primas son todos aquellos productos que son extraídos de la naturaleza y se van transformando para crear nuevos productos.

**Provisiones:** Las provisiones son todos los productos que la empresa obtiene de los proveedores ya sea para transformarlas y crear un producto con valor agregado o también para satisfacer las necesidades de los clientes.

**Componentes:** Los componentes son todos aquellos elementos que no necesariamente influyen directamente en los procesos de transformación si no que puede ser que formen parte de una maquinaria para el correcto funcionamiento.

**Trabajo (producto) en proceso:** estos son los productos que todavía no están listos para la venta o que están en proceso de transformación y no son productos terminados.

**Productos Terminados:** estos son los productos que ya están terminados en su totalidad y están listos para la venta y de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes.

### **1.3.6. Teorías que sustentan la atención al cliente.**

López (2013) en la revista que lleva como título importancia de la calidad del servicio al cliente.

Atención al cliente: "Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar



las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (López 2013, citado en Pérez, 2007, p. 6).

El dar buena atención al cliente significa crecer en el mercado ya tiene muchas ventajas primero que aumentara la cartera de clientes y fidelizarlos como también sabemos a más ventas mayor la rentabilidad esto quiere decir que tendremos más ventas y los clientes nos recomiendan por la buena atención, también habrá mayor rotación de mercadería y un puesto bien ganado en el mercado.

Tigani (2016) en su libro titulado excelencia en servicio nos da su aporte.

“La excelencia en servicio, solo es posible cuando la satisfacción de las expectativas del cliente ha sido superada. Ignorar cuales son los valores de los clientes es una actitud arrogante y descuidada, porque el valor es lo que realmente motivará una transacción y sin embargo es subjetivo”.  
(p. 13)

La excelencia en servicio es algo mejor que la atención al cliente es brindarle a nuestros clientes y de esta manera cumplir con las expectativas y satisfacer las necesidades de la mejor manera para de esta manera ganar terreno en el mercado y sobresalir ante la competencias; muchas empresas hoy en día no tienen muy claro lo que es la atención al cliente y deben ser conscientes de la importancia del cliente en una empresa pues se sabe que no solo se trata de tener precios bajos o tener una infraestructura adecuada si no también la atención al cliente.

### **1.3.7. Dimensiones de la atención al cliente.**

Tigani (2016) en su libro titulado excelencia en servicio nos las siguientes dimensiones:

**Respuesta:** esto demuestra la capacidad y grado de preparación que se tiene para entrar en una acción no podemos ser lentos al momento de entregar un servicio porque esto no suma para ganar clientes; si ya tuvimos un primer error puede ser que el cliente tolere esto, pero repetir el error es perder al cliente.

**Atención:** la atención tiene que ver todo con lo que es estar bien atendido con una sonrisa amable, ser bien recibido, escuchado y que resuelvan algunos problemas o quejas del cliente y no dejarse llevar por las apariencias ya que se ha escuchado muchos casos de discriminación.

**Comunicación:** es entender claramente a nuestros clientes y que ellos también nos estén entendiendo; se debe hablar el mismo idioma para que de esta manera tengamos afinidad con estos y satisfacer las necesidades de estos sin ningún inconveniente y no crear controversias por malos entendidos.

**Amabilidad:** Debemos generar capacidad para mostrar afecto por el cliente interno y externo. Ser vulnerable y tener mucha paciencia pues muchas veces nos podemos chocar con clientes irritables o atender reclamos y muchas veces nos tiene paciencia ante estos problemas es por eso que cada persona debe saber cómo actuar ante un problema y ser amables.

**Credibilidad:** el cliente no debe recibir una mentira ya que solo puede esperar otras mentiras y no se sienta respetado; no prometer lo que no se tiene es mejor decirle no hay a mentirle pues de esta manera no lograremos ganar clientes y perder credibilidad.

**Comprensión:** comprender significa entender lo que le estamos entregando al cliente y que necesidades estamos cubriendo es por eso que no debemos quedar mal a un cliente con un servicio ya que este puede ser muy importante para ellos.

### **1.3.8. indicadores de la atención al cliente.**

**Tiempo.** Período determinado durante el que se realiza una acción o se desarrolla un acontecimiento por ejemplo en el tema de atención al cliente el tiempo es muy importante ya que no se puede hacer esperar a un cliente mucho tiempo.

**Error.** como se define esta teoría es que el error es una acción que se puede cometer solo una vez en un trabajo como atención al cliente no se pueden tener errores porque estos pueden ser irremediables.

**Recibimiento.** Es la manera como se debe acoger a alguien que llega de afuera, esperar con una buena sonrisa puede traer una buena empatía entre dos personas.

**Escucha.** se trata de la acción de escuchar al escuchar y ser escuchado muchas veces se puede llegar a tener excelentes relaciones interpersonales en el caso de la atención al cliente es muy importante saber escuchar al cliente para saber qué es lo que necesita y de manera poder cubrir sus necesidades.

**Resolución.** Es la manera como se da una solución o una respuesta a un problema en la atención al cliente es muy importante la resolución de sus problemas o quejas para de esta manera los clientes se sientan confiados y sepan que siempre les dan soluciones a sus problemas.

**Justicia.** Es saber respetar la verdad y dar a cada uno lo que le corresponde; es muy importante la justicia en una empresa para que los clientes sientan que les dan un trato justo; sin discriminación y saber que existen buenas intenciones por parte de las empresas ya sea en temas de precios, calidad, etc

**Claridad.** La claridad en la atención al cliente es entenderse mutuamente ser claros al momento de atenderlo, y hacerle saber al cliente de los productos que están llevando de manera clara.

**Lenguaje.** Es la capacidad que tiene cada ser humano para poder expresar sus sentimientos, emociones y también dejarse entender se trata también de hablar el mismo idioma para poder entenderse.

**Capacidad.** Son las cualidades o aptitudes que posee cada ser humano para dejarse entender, se puede ser capaz de satisfacer las necesidades del cliente sabiendo sus gustos y preferencias.

**Paciencia.** El autor nos dice que la paciencia es saber tolerar cosas incómodas o adversidades que a veces se presenten de una u otra forma saber resolver los problemas por ejemplo en una empresa saber tolerar clientes irritables.

**Respeto.** Considerar y saber tolerar a una persona el respeto es un valor que no todas las personas lo poseen ya que muchas no se hacen respetar ni respetan en una empresa es muy importante el respeto hacia los clientes.

**Promesa.** Ofrecer algo y esto se debe cumplir con rectitud y fidelidad si esa promesa se cumple en el caso de los clientes estos van a estar muy satisfechos y se podrá lograr una fidelización no se puede prometer lo que no se va cumplir se manera responsable.

**Entendimiento.** En las empresas es muy importante el entendimiento ya que es la facultad de la mente que permite aprender, entender, razonar y tomar decisiones y la toma de decisiones en una empresa es lo más importante.

**Enfoque.** el autor define al enfoque relacionado al cliente y nos dice que es la manera de valorar o considerar a los clientes cual es la importancia que estos tienen en una empresa.

### **1.3.9. Factores de la atención al cliente.**

Estrada (2007) en su libro que lleva como título servicio y atención al cliente.

**Eficiencia:** tenemos que ver si le estamos proporcionando al cliente exactamente lo que necesita y de esta manera podremos ver si estamos siendo eficientes con nuestros clientes.

**Confianza:** la confianza es uno de los puntos clave que debemos tener con nuestros clientes y ver si este confiere autoridad con la persona encargada del negocio.

**Servicialidad:** es algo que se da cuando brinda asistencia al cliente en lo que haya consultado con sugerencias, con una información detallada y acciones significativas son más detalladas que la respuesta que estos buscan.

**Interés personal:** es cuando se muestra interés para responder a las consultas de los clientes o usuarios y se toma los problemas como si fuera de uno mismo para resolverlos rápido y el cliente este satisfecho

**Confiabilidad:** es cuando el cliente se siente seguro del desempeño de la empresa y confía que va a resolver las consultas de clientes o usuarios.

### **1.3.10. Características de la atención al cliente.**

López (2013), (citado en Verdú, 2013), en la revista que lleva como título importancia de la calidad del servicio al cliente tiene como características:

**Formalidad:** saber cómo actuar ante un problema presentado no perder la cordura y mantener siempre la atención adecuada sin exaltarse y que el cliente se sienta satisfecho.

**Iniciativa:** dar soluciones a problemas con dinamismo y ser activo no quedarse de brazos cruzados.

**Ambición:** tener ganas de sobresalir ante el demás, súpera al maestro y estar siempre con ganas de superación.

**Disposición de servicio:** ganas de atender con buen humor y brindar un buen servicio sin presiones y siempre estar dispuesto a todo.

**Colaboración:** trabajar por un solo objetivo, saber integrarse con sus compañeros de trabajo y lograr lo que se propuso.

**Enfoque positivo:** no ser pesimista trabajar siempre sabiendo que se va a salir ganadores y cumplir con los objetivos.

**Observación:** muchas personas tienen diferentes habilidades y una de estas es la observación; darse cuenta rápido de los posibles problemas que esté pasando en clientes o en la organización.

### **1.3.11. Marco Conceptual.**

#### **1.3.11.1. Inventarios:**

Los inventarios son acumulaciones de materias primas, provisiones, componentes, trabajo en proceso y productos terminados que aparecen en numerosos puntos a lo largo del canal de producción y logística de una empresa. (Según Chopra y Meindl, 2008, p. 328)

El inventario se crea cuando el volumen de materiales, partes o bienes terminados que se reciben es mayor que el volumen de los mismos que se distribuye; el inventario se agota cuando la distribución es mayor que la recepción de materiales. En esta sección, se identifican las presiones asociadas con mantener inventarios altos o bajos y se definen los diferentes tipos de inventario. A continuación, se explican las tácticas que pueden usarse para reducir los inventarios cuando corresponda, se identifican los equilibrios que deben establecerse cuando se toman decisiones sobre la colocación de inventarios y se expone cómo identificar los elementos de inventario que requieren más atención. (Krajewski, Ritzman y Malhotra, 2008, p. 463)

#### **1.3.11.2. Servicio Al Cliente:**

Sus clientes perciben la oferta de toda compañía en términos de precio, calidad y servicio, y responden a ella de acuerdo con su preferencia o su falta de ella. El servicio, o el servicio al cliente, es un término amplio que puede incluir muchos elementos, que van desde la disponibilidad del producto hasta el mantenimiento después de la venta. Desde una perspectiva logística, el servicio al cliente es el

resultado final de todas las actividades logísticas o procesos de la cadena de suministros. (Ballou, 2004, p. 91)

**Modelo ABC de la gestión de inventarios.** - El método de trabajo basado en la clasificación ABC, significa que no tratamos todos los artículos de compra de la misma forma, sino que asignamos una importancia especial a los artículos "A", menos importancia a los "B" y la menor a los "C". (Arencibi, sf, p. 14)

**Modelo EOQ de la gestión de inventarios. – La ecuación que rige este modelo es:**

$$CT = D \left( \frac{C_e}{Q} \right) + P \left( \frac{D}{Q} \right) + C_a \left( \frac{DQ}{2} \right)$$

**CT = Costos Totales**

**D = Demanda**

**P = Precio de compra unitario**

**Q = Tamaño del inventario, cantidad del pedido**

**C<sub>e</sub> = Costo de emisión de una orden de compra**

**C<sub>a</sub> = Costo de almacenamiento unitario anual**

**Servicio al cliente.**

El servicio al cliente se ha denominado un proceso de satisfacción total, el cual puede describirse como el proceso integral de cumplir con el pedido de un cliente. Este proceso incluye la recepción del pedido (ya sea manual o electrónica), administración del pago, recolección y empacado de los productos, envío del paquete, entrega del mismo, y proporcionar el servicio al cliente para el usuario final, así como el manejo de posible devolución de los productos. (Ballou, 2004, p. 92)

**Gestión de inventarios.-** Se conoce como control de inventarios a las actividades y técnicas de mantenimiento de existencias o de todo tipo de mercaderías, de artículos en los niveles que los dueños o propietarios de una empresa lo desee, independientemente de que sean materias primas; las cuales son productos que están dispuestos para la producción de un nuevo

producto, productos en proceso; los que están en proceso de ser listos para el consumidor final, producto terminado; el cual ya está listo para el consumidor final. (Anónimo s.f)

**Atención al cliente.** -La prestación de los servicios de una empresa se lleva a cabo por el personal de la misma. La recepción es el eslabón comunicativo entre la empresa y el cliente, además de dar la imagen del establecimiento. Reforzando dicho personal se puede resolver gran parte de los asuntos que puedan producirse y que en la mayoría de las ocasiones no extrañan excesiva dificultad; solo requieren atención, amabilidad, adaptabilidad, Actitud y apariencia. (Piñeyro, 2011, p. 23)

Como bien nos comenta el autor con esta teoría atención al cliente no solo es atender y ganar dinero si no también que este requiere de tener una buena actitud; esto nos quiere decir que debemos animar al cliente porque si no la empresa va a ser pesimista y se va a ir a la quiebra, también debemos tener una buena comunicación con este ya que es una clave muy importante le conocer al cliente y saber qué es lo que quiere y de esta manera le estaremos dando una atención de calidad ya que este es la pieza más importante de nuestra empresa y así podemos sobresalir ante las demás.

#### **1.4. Formulación del Problema.**

¿En qué medida la gestión de inventarios mejora la atención a los clientes del Minimarket variaditos Chiclayo, 2018?

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

En el trabajo de investigación que se está llevando a cabo en la empresa súper variaditos minimarket S.R.L. tiene como finalidad realizar una gestión de inventarios para que de esta manera mejore la atención al cliente de esta empresa, ya que se puede ver que esta empresa no cuenta con esta gestión de inventarios y las consecuencias es que falta mercadería, existen demandas insatisfechas, incomodidad de los clientes, pérdida de clientes; por tal motivo es de suma importancia tanto para trabajadores como para clientes que se realice esta investigación.

Con respecto al **ámbito científico** las dos variables de mi título tiene muchas teorías que se debe tomar en cuenta las cuales tome las más resaltantes para esta investigación y estas influyen mucho en la práctica de administración; para la variable independiente: gestión de inventarios, he tomado las teorías de Chopra, Meindl los cuales hablan mucho de la creación de los inventarios y para que nos sirven estos y por otro lado tengo las teorías de Ballou, el cual nos habla de cómo debemos desarrollar los inventarios y de su importancia en las empresas.

En segundo lugar, tenemos el **ámbito tecnológico**; al implementar un sistema que controle la gestión de inventarios mejoraría la atención al cliente en esta empresa como también se vería más moderna y actualizada de tal manera que puede sacar una ventaja competitiva y esta empresa se beneficiará porque tendrá sus inventarios controlados.

## **1.6. Hipótesis.**

La gestión de inventarios mejora la atención a los clientes del minimarket variaditos Chiclayo - 2018.

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1. General**

Determinar en qué medida la gestión de inventarios mejora la atención a los clientes del Minimarket variaditos Chiclayo - 2018.

### **1.7.2. Específicos**

- 1.- Diagnosticar la situación actual del Minimarket variaditos.
- 2.- Implementar un modelo de gestión de inventarios en la empresa Minimarket variaditos.
- 3.- Evaluar el nivel de atención a los clientes logrado después de implementado el modelo de gestión del Minimarket variaditos
- 4.- Comparar el nivel de atención a los clientes para comprobar en qué medida la gestión de inventarios implementado ha mejorado la atención al cliente en la empresa Minimarket variaditos.

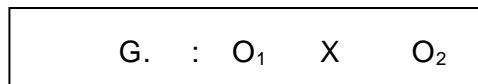


## II. MÉTODO

### 21. Diseño de Investigación

El presente estudio es una investigación aplicada, de tipo experimental con diseño pre experimental dado que se ejercerá influencia sobre la variable dependiente a través de la implementación de un estímulo, en este caso, los resultados evaluarán los cambios suscitados.

Cuyo esquema es:



**Dónde:**

**G** : muestra

**O<sub>1</sub>** : Atención al cliente Pre test

**X** : Gestión de inventarios

**O<sub>2</sub>** : Atención al cliente Post test

### 22 VARIABLES, OPERACIONALIZACION

**Variable independiente.** - gestión de inventarios

**Variable dependiente.** - atención al cliente

## 2.2.1. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	TÉCNICA E INSTRUMENTO
GESTIÓN DE INVENTARIOS	En el entorno empresarial se conoce la gestión de inventario como al proceso encargado de asegurar la cantidad de productos adecuados en la organización, de tal manera que se pueda asegurar la operación continua de los procesos de comercialización de productos a los clientes; es decir, asegurar que las operaciones de manufactura y distribución no se detengan, cumpliendo con las promesas de entrega de productos a los clientes. (Zapata, 2014, p .11)	La gestión de inventarios es tener el control de todas las existencias, de entradas y salidas de mercaderías para ver si estamos perdiendo o ganando en una organización	Calidad	Características	Ordinal	Lista de cotejo  Guía de verificación  Entrevista  Guía de entrevista
			Costos	Precio		
				Modelo de valuación de inventarios		
			Logística	Procesos		
			Planificación	Coordinación		
ATENCIÓN AL CLIENTE	El servicio al cliente se ha denominado un proceso de satisfacción total, el cual puede describirse como el proceso integral de cumplir con el pedido de un cliente. Este proceso incluye la recepción del pedido (ya sea manual o electrónica), administración del pago, recolección y empaquetado de los productos, envío del paquete, entrega del mismo, y proporcionar el servicio al cliente para el usuario final, así como el manejo de posible devolución de los productos. (p. 92)	El servicio al cliente es cumplir con las expectativas que este tiene de nuestra organización o empresa satisfacer cada una de sus necesidades de la mejor manera con eficacia y eficiencia resolver los problemas que ellos tienen y de esta manera también estaremos fidelizando.	Respuesta	Tiempo	Ordinal	Encuesta  Cuestionario
				Error		
			Atención	Recibimiento		
				Escucha		
				Resolución		
				Justicia		
				Claridad		
			Comunicación	Lenguaje		
				Capacidad		
			Amabilidad	Paciencia		
				Respeto		
			Credibilidad	Promesa		
				Entendimiento		
Comprensión	Enfoque					

## 23. Población y muestra.

### 2.3.1. Población.

La población está constituida por los clientes más frecuentes del Minimarket Variaditos Chiclayo 2018.

### 2.3.2. Muestra

#### Clientes externos.

La muestra está conformada por 130 clientes del Minimarket Variaditos Chiclayo, la cual se obtuvo mediante la fórmula:

$$N = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2} = 130$$

N= Tamaño de muestra

P= Probabilidad del éxito

Q= Probabilidad del fracaso

E= Máximo error permitido en el muestreo= 0.05

Z= 1.96 con nivel de confianza del 95%

**Tabla 1:****Población de la empresa**

Condición	Hombres	Mujeres	Total
Gerente	01	00	01
Almacenero y Contador	01	01	02
administrador	01	00	01
vendedores	02	06	08
auxiliares	02	03	05
reparto	04	00	04
choferes	02	00	02
Total	12	11	23

Fuente: gerente general variaditos Minimarket

Fecha: 27 de junio de 2018

**Tabla 2:****Población de clientes**

Condición	Hombres	Mujeres	Total
Clientes frecuentes	208	293	501
Clientes poco frecuentes	143	189	332
Clientes potenciales	198	295	493
Clientes leales	227	288	515
Clientes desconocidos	121	198	319
Total	897	1263	2160

Fuente: elaboración propia

Fecha: 27 de junio de 2018

## Muestra.

La muestra en estudio está conformada por 130 clientes de la empresa “súper variaditos Minimarket S.R.L”; y por todos los trabajadores de la empresa.

**Tabla 3:**

### Muestra administrativa, operativa y de planta de la empresa

Cargo	Cantidad
Gerente	1
Responsable de almacén	1

Fuente: Gerente General Variaditos Minimarket

Fecha: 27 de junio de 2018

**Tabla 4:**

### Muestra de clientes

Condición	Hombres	Mujeres	Total
Clientes frecuentes	12	22	34
Clientes poco frecuentes	08	11	19
Clientes potenciales	10	14	24
Clientes leales	13	21	34
Clientes desconocidos	09	10	19
Total	52	78	130

Fuente: elaboración propia

Fecha: 27 de junio de 2018

## Muestreo:

Se conoce como muestreo el proceso de obtención de la muestra. Puede ser probabilístico y no probabilístico.

Para la selección de la muestra de estudio se empleó el muestreo probabilístico por conveniencia, debido a que se eligen solo los clientes fieles en función de la necesidad de la investigación.

### **Unidad de Análisis:**

Está conformado por los clientes que compran en los últimos seis meses y todos los trabajadores de la empresa “súper variaditos Minimarket S.R.L”

### **Criterios de Selección**

Son integrantes de la población: 23 trabajadores, cuyas edades oscilan entre los 18 Y 60 años como también por 130 clientes cuyas edades son de 25 años a más.

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

**Técnica.** En el presente estudio se usan las siguientes técnicas: Observación y la encuesta para saber cuan bien atendido el cliente y saber las capacidades en las que se desempeñan los trabajadores y si la hacen bien.

Esta técnica se llevó a cabo dentro de la empresa “súper variaditos minimarket S.R.L”

### **Instrumento**

El instrumento que se está utilizando en esta investigación es el cuestionario el cual es un instrumento de recolección de datos y consiste en realizar un conjunto de preguntas que deben ser respondidas de acuerdo a la consideración, visual o por percepción del encuestado; la cantidad de ítems que tiene esta investigación son de 30 y tiene un tipo de respuesta escrita.

- **Validez:** se empleó la validación de contenido mediante el juicio de expertos en el tema.

El juicio de experto se basó en la concordancia de las respuestas con los objetivos, dimensiones e indicadores planteados en el presente estudio, mediante una escala de valoración de ponderaciones cualitativas y cuantitativas de los ítems planteados de las variables a trabajar

- **Confiabilidad:** El cuestionario ha sido aplicado a una prueba piloto haciendo uso del programa SPSS 22 alcanzando 918 en la variable gestión de inventarios y 803 en la variable atención al cliente en el alfa de Crombach lo cual determina la confiabilidad del instrumento.

## 25. Métodos de análisis de datos

Para el análisis estadístico de los datos se ha empleado la estadística descriptiva e inferencial

Las medidas estadísticas a utilizar: Frecuencia relativa, Media aritmética, Varianza, Desviación Estándar y Coeficiente de variabilidad.

Los resultados se presentarán por medio de gráficos que resuman la información más significativa.

## 26. Aspectos éticos

Criterios	Características éticas del criterio
<b>Ambiental.</b>	La propuesta de solución propiciará el cuidado del medio ambiente.
<b>Confidencialidad.</b>	Se asegurará la protección de la identidad de la institución y las personas que participan como informantes de la investigación.
<b>Objetividad.</b>	El análisis de la situación encontrada se basará en criterios técnicos e imparciales.
<b>Originalidad.</b>	Se citarán las fuentes bibliográficas de la información mostrada, a fin de demostrar la inexistencia de plagio intelectual.
<b>Veracidad.</b>	La información mostrada será verdadera, cuidando la confidencialidad de ésta.
<b>Derechos humanos</b>	La propuesta de solución propiciará el respeto a los derechos humanos en la entidad de estudio.

### III. RESULTADOS

**Objetivo específico 1:** Diagnosticar la situación actual del Minimarket Variaditos.

#### **Entrevista 1: Al responsable de almacén, antes de aplicar la propuesta**

**Objetivo:** Identificar los puntos críticos de la empresa con respecto a la variable gestión de inventarios del Minimarket Variaditos.

**1. ¿Qué opina respecto a los precios que se manejan en los inventarios, son accesibles?**

En la tienda, los precios de cada producto son deducidos de manera empírica o nos dejamos llevar según el mercado.

**2. ¿Actualmente la empresa cuenta con un adecuado proceso de gestión de inventarios?**

Por ahora, en la empresa no existe ningún tipo de gestión de inventario; debido a que los dueños no visitan con frecuencia la empresa y tampoco lo consideran importante, por ello, existen constantes reclamos de los clientes, ya que, el Stock de productos se agota antes de lo previsto.

**3. ¿Cree usted que los productos brindados son de calidad?**

Sí, porque contamos con proveedores de marcas reconocidas y posicionadas en el mercado, por ello, tenemos muy pocas quejas y las que existen son mayormente por productos vencidos y deficiente atención al cliente; esto se debe a la falta de gestión o control de inventario, lo que dificulta a los colaboradores atender adecuadamente.

**4. ¿El proceso de gestión de inventarios se hace de manera coordinada?**

No, ya que, los pedidos se realizan porque ya no existen en almacén o simplemente porque justo es día luego un proveedor, pero no se realizan la debida planificación y coordinación pedidos.

**5. ¿Considera que al implementar un modelo de gestión de inventarios ayudaría a mejorar las ventas y la atención al cliente?**

Sí, porque ayudaría a tener un mejor control de inventario, tomar las decisiones adecuadas, realizar una adecuada planificación de los pedidos, solicitándolo con anticipación, tomando en cuenta cuales son los productos que tienen menor o mayor rotación, haciendo que el cliente se retire satisfecho.



## **Entrevista 2: Al Gerente General, antes de aplicar la propuesta**

**Objetivo:** Identificar puntos críticos de ambas variables: la atención al cliente y la gestión de inventarios del Minimarket variaditos.

**1. ¿considera usted que la calidad y precios de los productos son muy buenos?**

Sí, los productos de la tienda, principalmente el pollo, es de categoría A1 por lo que se puede decir, que es un producto de excelente calidad, Sin embargo, los precios no logran ser tan accesible para los clientes, ya que se asignan un determinado porcentaje de ganancia que desea obtener la empresa.

**2. ¿Que opina respecto a los precios de los productos, están acorde con los precios del mercado?**

Yo opino que en la mayoría de productos los precios están acorde al mercado, ya que, se compra por mayor y se proyecta un porcentaje de ganancia, considerando los precios de la competencia.

**3. ¿Cómo calificaría usted la actual atención al cliente que brinda la empresa? ¿Por qué?**

La atención al cliente que brinda la empresa es regular, porque los colaboradores no logran ser lo suficiente amables y responsables. Además, de existir constantes demoras en la entrega de los productos, los clientes terminan reclamando y los colaboradores estresándose y siendo poco comprensibles, haciendo que el cliente se sienta insatisfecho.

**4. ¿Cree usted que al hacer una adecuada planificación para hacer los pedidos mejorará la atención al cliente?**

Claro, al hacer pedidos anticipadamente el cliente va a venir con la seguridad que va a encontrar los que él necesite, y será atendido de inmediato evitando los reclamos y deficiencia en el servicio.

**5. ¿Atiende los problemas rápido, cuando algún cliente hace algún reclamo?**

Tratamos de atender los mejor que se puede, pero existen clientes irritables que no aceptan disculpas, pero aquí en la empresa existe una regla la cual es que con el cliente nunca se discute.

### 3.1. Encuesta a los clientes, antes de aplicar la propuesta Pre Test

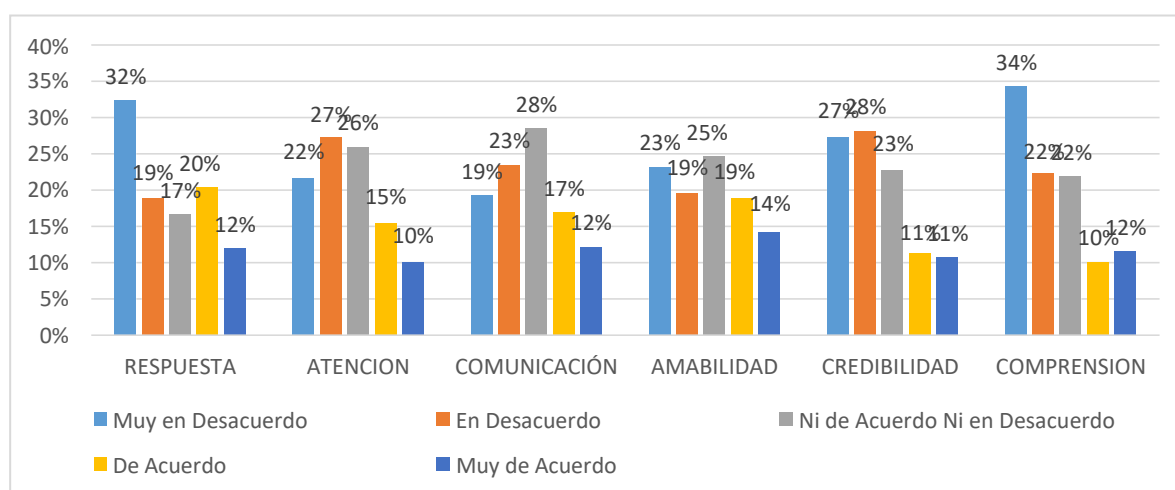
**Objetivo:** Identificar puntos críticos en la atención al cliente:

**Tabla 5:**

**Evaluación de la atención al cliente por dimensiones en el pre test**

DIMENSION	Muy en Desacuerdo		Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo				Muy de Acuerdo		Total			
	n	%	n	%	n	%	N	%	N	%	n	%
RESPUESTA	42	32%	25	19%	22	17%	27	20%	16	12%	130	100%
ATENCION	28	22%	35	27%	34	26%	20	15%	13	10%	130	100%
COMUNICACIÓN	25	19%	30	23%	37	28%	22	17%	16	12%	130	100%
AMABILIDAD	30	23%	25	19%	32	25%	24	19%	18	14%	130	100%
CREDIBILIDAD	36	27%	37	28%	30	23%	15	11%	14	11%	130	100%
COMPRESION	45	34%	29	22%	29	22%	13	10%	15	12%	130	100%

Fuente: pre test a clientes de la empresa variaditos minimarket.



**Figura 1:** Evaluación de la atención al cliente por dimensiones en el pre test

Fuente: tabla n° 5

#### **Análisis e interpretación:**

Los resultados muestran que del total de encuestados el 32% está en desacuerdo y solo un 12% están muy de acuerdo con la respuesta que la empresa da a los clientes. Esto indica que los de los trabajadores no realizan las actividades de manera rápida al momento de entregar un producto y/o atender un servicio, tampoco

lo toman en consideración los errores que comenten para no volver a cometerlo, ocasionando que los clientes se sientan insatisfechos y la empresa no logre dar una respuesta adecuada a sus necesidades.

La atención que reciben los clientes en el minimarket el 27% de los clientes opinan que están en desacuerdo y el 26% que prefieren no opinar con respecto a esto, indicando respuestas negativas o desfavorables para la empresa. Ello se debe a que los trabajadores no logran dar una adecuada atención a los clientes, la forma como tratan los colaboradores a los clientes es inadecuada, los pedidos que solicitan los clientes no logran ser entregados en el tiempo prometido, los colaboradores tampoco respetan la hora cronológica de llegada de los clientes y la vez, tienen preferencia al atender a los clientes, ocasionando incomodidad y constantes quejas y reclamos, reflejándose en la deficiente preferencia y superación de las expectativas.

Los resultados de la dimensión de comunicación, muestra el 28% que prefieren no opinar y solo el 12% está muy de acuerdo. Estos resultados deficientes, son mostrados a consecuencia de que no existe una adecuada comunicación y relación entre los miembros de la empresa clientes y colaboradores, ocasionando que la información sobre los productos no logre ser transmitida de manera fácil, directa y eficaz y los clientes no se sientan convencidos de consumir el producto y de visitar con frecuencia la empresa.

Los colaboradores no muestran afecto, cortesía y amabilidad al momento de atender a los clientes, tampoco tienen paciencia y calma ante algunos problemas que se presenten; los cuales se ven reflejados en los resultados al aplicar la encuesta a los clientes, donde el 25% prefirieron no opinar con respecto a la amabilidad y solo un 14% estaba muy de acuerdo; los resultados son muy desfavorables y no le permiten al Minimarket Variaditos ser competitivo y satisfacer a los clientes.

Los resultados con respecto a la dimensión de credibilidad muestran que el 28% de encuestados están en desacuerdo y solo el 11% están muy de acuerdo. Los resultados deficientes se deben a que la empresa no cumple con lo prometido ni muestran una actitud positiva al atenderlos, haciendo que los clientes no tengan confianza y tampoco logren creer lo que la empresa promete.

El 34% de los clientes están muy en desacuerdo y solo un 12% están muy de acuerdo con la comprensión de sus necesidades de los clientes que tiene la empresa. Indicando que los colaboradores del Minimarket Variaditos, no logran comprender de las necesidades y preferencias de los clientes, Los que le dificultad tener un adecuado enfoque al cliente, satisfacer las necesidades, superar las expectativas y alcanzar el éxito.

**Objetivo específico 2:** Implementar un modelo de gestión de inventarios en la empresa Minimarket variaditos.

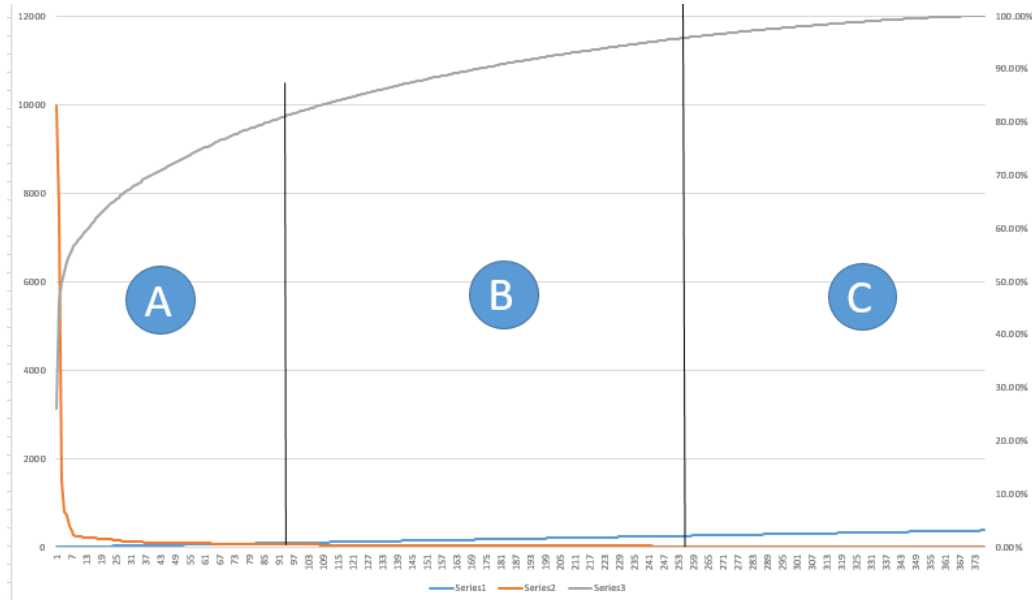
**Lista de Cotejo desarrollada por el mismo investigador.**

**Objetivo:** Verificar algunas deficiencias en la gestión de inventarios para coadyuvar con el diseño de la propuesta.

N°	PREGUNTA	SI	NO
1	¿El Minimarket ofrece productos de alta calidad?	X	
2	¿Los productos que comercializa la empresa se encuentran posicionados en el mercado?	X	
3	¿Los precios de venta de los productos que ofrece la empresa son los adecuados?	X	
4	¿Los procesos que involucran la comercialización de los productos son llevados de manera ordenada y controlada?		X
5	¿La empresa realiza una adecuada toma de decisiones y la constante valuación de los inventarios?		X
6	¿La empresa realiza su valuación de los inventarios por algún modelo?		X
7	¿Los colaboradores se adaptan con facilidad a los cambios que se realizan en el ambiente o cualquier tipo de área de la empresa?		X
8	¿Los cambios realizados en la organización han ayudado a minimizar los riesgos y alcanzar con facilidad el éxito?		X

## Propuesta:

### Modelo ABC de gestión de inventarios



**Figura 2:** Modelo ABC de gestión de inventarios

#### Interpretación:

Los productos A serán controlados con mayor precisión en su inventario, ya que constituye el 80% de los ingresos del negocio.

Los productos B serán de control no tan exhaustivo en su inventario.

Los productos C serán de mínimo control.

**Objetivo específico 3:** Evaluar el nivel de atención a los clientes logrado después de implementado el modelo de gestión del minimarket variaditos

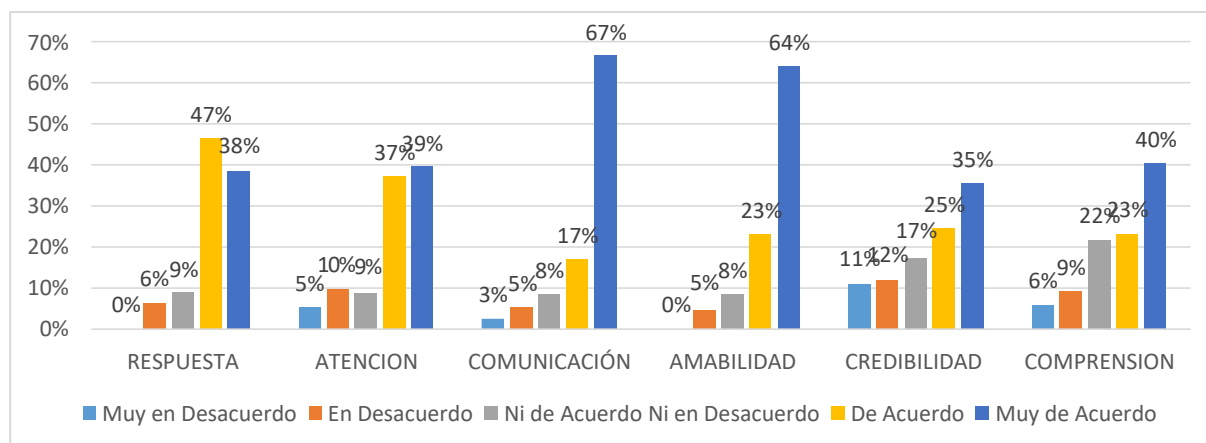
### 3.2. Resultados de la evaluación de la atención al cliente Post test

**Tabla 6;**

**Evaluación de la atención al cliente por dimensiones post test**

DIMENSION	Muy en Desacuerdo		En Desacuerdo		Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo		De Acuerdo		Muy de Acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
RESPUESTA	0	0%	8	6%	12	9%	61	47%	50	38%	130	100%
ATENCION	7	5%	13	10%	11	9%	48	37%	51	39%	130	100%
COMUNICACIÓN	3	3%	7	5%	11	8%	22	17%	87	67%	130	100%
AMABILIDAD	0	0%	6	5%	11	8%	30	23%	83	64%	130	100%
CREDIBILIDAD	14	11%	16	12%	23	17%	32	25%	46	35%	130	100%
COMPRESION	8	6%	12	9%	28	22%	30	23%	53	40%	130	100%

Fuente: post test a clientes del Minimarket variaditos



**Figura 3:** Evaluación de la atención al cliente por dimensiones post test

Fuente: tabla n° 6

Se puede tener errores al momento de dar una respuesta a los clientes y estos nos pueden perdonar, pero no se puede repetir los errores porque se perderían clientes; es por eso que los clientes dicen estar de acuerdo con la respuesta que estos

reciben, con un porcentaje de 47% siendo una respuesta muy eficiente para esta dimensión ya que solo un 6% están en desacuerdo.

Según los resultados de la dimensión atención tenemos al 39% que está muy de acuerdo siendo estos muy buenos ya que los clientes se sienten bien atendidos, los escuchan y están satisfechos con la atención que reciben; pero existen algunos clientes que dicen estar muy en desacuerdo con un 5% sin embargo no dejan de ser buenos los resultados para esta dimensión.

Asimismo, tenemos los resultados de la dimensión comunicación se considera que existe una buena comunicación por los resultados obtenidos en la aplicación del post test siendo estos muy favorables para la empresa ya que el 67% de los encuestados dijeron estar muy de acuerdo tanto con la satisfacción como con la afinidad que se tiene; existiendo solo un 3% de los encuestados que dicen estar muy en desacuerdo.

Con respecto a la amabilidad que se brinda en el Minimarket es muy buena ya que el personal sabe cómo actuar frente a problemas que se presenten, así como ser amables y respetar a los clientes es por eso que los resultados que se muestran en esta encuesta son favorables para la empresa ya que el 64% de los encuestados están muy de acuerdo y solo un % está en desacuerdo.

La credibilidad para la empresa es un factor muy importante es por eso que los porcentajes obtenidos respecto a la credibilidad son muy buenos teniendo como resultado a un 35% que dice estar muy de acuerdo; deduciendo así que el cliente recibe lo que se merece; también tenemos que del total de los encuestados solo un 11% de los encuestados dijeron estar muy en desacuerdo, pero los resultados no dejan de ser muy buenos.

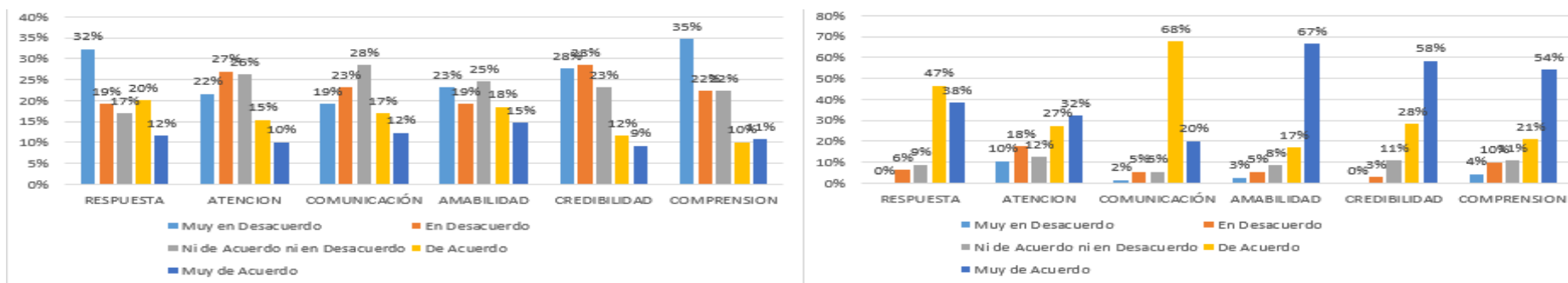
Respecto a la comprensión en el Minimarket los clientes dan como respuesta que están muy de acuerdo con un 40%, esto se debe a que los clientes entienden lo que reciben y los trabajadores se ponen de acuerdo con ellos; cubriendo así las necesidades de estos también tenemos respuestas negativas, pero con un mínimo porcentaje que del 6% que está muy en desacuerdo con la comprensión de los trabajadores siendo los resultados favorables para la empresa.

**Objetivos específicos 4:** Comparar el nivel de atención a los clientes para comprobar en qué medida la gestión de inventarios implementado ha mejorado la atención al cliente en la empresa minimarket variaditos.

**Tabla 7:**  
**Comparación del pre y post test de la atención al cliente en el minimarket variaditos**

DIMENSIONES	Resultados del Pre Test										Resultados del Post Test													
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	TOTAL	n	%	n	%	n	%	n	%	TOTAL				
RESPUESTA	42	32%	25	19%	22	17%	26	20%	15	12%	130	100%	0	0%	8	6%	12	9%	61	47%	50	38%	130	100%
ATENCION	28	22%	35	27%	34	26%	20	15%	13	10%	130	100%	7	10%	13	18%	11	12%	48	27%	51	32%	130	100%
COMUNICACIÓN	25	19%	30	23%	37	28%	22	17%	16	12%	130	100%	3	2%	7	5%	11	5%	22	68%	87	20%	130	100%
AMABILIDAD	30	23%	25	19%	32	25%	24	18%	19	15%	130	100%	0	3%	6	5%	11	8%	30	17%	83	67%	130	100%
CREDIBILIDAD	36	28%	37	28%	30	23%	15	12%	12	9%	130	100%	14	0%	16	3%	23	11%	32	28%	46	58%	130	100%
COMPRESION	45	35%	29	22%	29	22%	13	10%	14	11%	130	100%	8	4%	12	10%	28	11%	30	21%	53	54%	130	100%

Fuente: pre y post test aplicado a los clientes del minimarket variaditos



**Figura 4:** Pre y post test aplicado a los clientes del minimarket variaditos  
Fuente tabla n°7



En la comparacion de resultados del pre y post test en la dimension respuesta se ve una clara mejorar luego de haber aplicado el pre test tenemos al 32% que esta muy en desacuerdo con la respuesta que estos reciben en el minimarket y en la aplicacion del post test ha mejorado de manera muy considerable ya no existe porcentaje en el desacuerdo y el 47% esta muy de acuerdo con la respuesta que ahora reciben; asimismo tenemos la mejora de los resultados en la dimension atencion el cual el porcentaje en el pre test fue del 27% que estaba en desacuerdo y en el post test tenemos 32% muy de acuerdo siendo estas estadisticas muy buenas en cuanto a mejora; para la dimensión comunicación tambien tenemos resultados favorables ya que en pre test los clientes prefieron no opinar con un 28% y en el post test el 68% esta de acuerdo con la atención que estos recuben en la amabilidad la difernecia de porcentajes tambien altos esto nos quiere decir que la amabilidad ha mejorado en la empresa ya que en el pre test tenemos al 25% que prefiere no opinar al respecto mientras que en el post test tenemos al 67% estar muy de acuerdo viendo porcentajes muy buenos de mejora; por otro lado la credibilidad en la empresa tambien ha mejorado viendo un porcentaje de mejora ya que en el pre test tenemos al 28% estar muy en desacuerdo siendo este el mas alto en el pre test y en el post test tenemos al 58% estar muy de acuerdo con la credibilidad ya que los productos que encuentran son los que ellos necesitan; y en la comprension los resultados alcanzados en el pre test son del 35% que esta muy en desacuerdo con la comprension que estos querian en la empresa y a un 54% de los encuestados en el post dijeron estar muy de acuerdo viendo tambien muy buenos resultados en esta dimension.

**Objetivo General:** Determinar en qué medida la gestión de inventarios mejora la atención a los clientes del Minimarket variaditos Chiclayo - 2018.

**Tabla 8:**

**Diferencia de medias**

**Estadísticos**

		PRE TEST 1	POST TEST 2	TOTAL
N	Válido	130	130	130
	Perdidos	0	0	0
Media		26	26,1	-0.08333
Desviación estándar		8,86	23,3	14.42

Se muestra una diferencia de medias de -0.08333 indicando que efectivamente que se acepta la hipótesis alternativa. La gestión de inventarios mejora la atención a los clientes del minimarket variaditos Chiclayo - 2018. Indicando que efectivamente el modelo de gestión de gestión de inventarios mejoro la atención en la empresa variaditos minimarket.

#### **IV. DISCUSIÓN**

En nuestros resultados, hemos podido verificar con la lista de cotejo, la empresa no realiza su valuación de los inventarios con algún modelo; lo que se refleja en los resultados de las encuestas aplicada a los clientes, donde sólo el 32% confirma que la empresa tiene la capacidad de respuesta en cuanto a la hora de priorizar un producto para su promoción y/o exhibición y posterior venta en el Minimarket; así como la rapidez a la hora de entregar un producto y/o atender un servicio.

Es por ello que, en nuestra investigación, hemos diseñado y aplicado una propuesta basada en el método ABC que es un método muy práctico y que todas las empresas deberían tener, ya que nos permite estandarizar los productos de acuerdo a su rotación o importancia por ejemplo los productos A son los productos con mayor rotación y los productos C son los de menos rotación. Tal y como nos presentan los autores Meléndez y Lambis (2013) los cuales realizaron un trabajo de investigación “análisis y diseño de un sistema de gestión de inventario para la farmacia de la fundación madre Herlinda moisés, basado en una categorización multicriterio ABC/ven”. Cartagena de Indias Colombia.

Donde concluyen que la gestión del inventario, ocupa un papel de suma importancia dentro del funcionamiento general de la farmacia de la farmacia, debido a la gran cantidad de artículos manejados en inventario es imposible dar igual atención a cada uno de estos productos y es por ello que la categorización ABC/VEN vislumbra métodos más eficientes en cuanto a su gestión.

Es por eso que nuestra propuesta, permitió mejorar la atención al cliente en el minimarket, siendo corroborado por el post test, donde el 85% de los clientes, confirman que la empresa tiene la capacidad de respuesta en cuanto a la hora de priorizar un producto para su promoción y/o exhibición y su venta.

## **V. CONCLUSIONES**

- 1.-Se determinó la medida en que la gestión de inventarios permitió mejorar la atención a los clientes del Minimarket Variaditos, teniendo como resultado una frecuencia de media y desviación estándar, en un  $-0.08333$  y  $14.42$ , respectivamente.
- 2.-En la situación actual de la empresa, se pudo corroborar que no existe un modelo de gestión de inventarios, donde los precios de los productos son deducidos de manera empírica, dejándose llevar por el mercado.
- 3.-Se logró implementar un modelo de gestión de inventarios en la empresa Minimarket variaditos, basado en ABC.
- 4.-El nivel de atención a los clientes después de implementar el modelo de gestión del Minimarket variaditos, logró alcanzar la media adecuada.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda al propietario del negocio, pueda implementar esta investigación, como inicio a un programa de capacitación, como política clave para el manejo de indicadores y programas estadísticos con el fin de tener una constante evaluación y diagnóstico.

Asignar un presupuesto anual para la mejora y mantenimiento del modelo de gestión de inventarios en la empresa Minimarket variaditos, basado en ABC.

De manera regular, evaluar el nivel de atención a los clientes del Minimarket variaditos.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acento, (2017). Presidente CNTT llama compañías de taxis actualizarse para que puedan competir. Recuperado de:  
<http://acento.com.do/2017/actualidad/8454636-presidente-cntt-llama-companias-taxis-actualizarse-puedan-competir/>.
- Arrieta, J. y Guerrero, F. (2013). *Propuesta de mejora del proceso de gestión de inventario y gestión del almacén para la empresa fb soluciones y servicios s.a.s.* (tesis para optar por el título de administrador industrial). Universidad de Cartagena.
- Anónimo, (s.f), *gestión de stock.* (50), pp.
- Anónimo, (2013). *Proyecto “Estrategias socioeconómicas sostenibles para la igualdad de oportunidades de las y los jóvenes de Esmeraldas.* Manual de atención al cliente, Ecuador: Aecid.
- Anónimo, (s.f). *Teoría de inventarios.*6 pp.
- Ballou, R. (2004). *Logística administración de la cadena de suministros* (5° edición). México: Pearson educación.
- Calderón, A. (2014). *Propuesta de mejora en la gestión de inventarios para el almacén de insumos en una empresa de consumo masivo.* (Tesis para optar el título de ingeniero industrial). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima Perú.
- Chamache, C. (2016). *Implementación del método de valuación de inventarios primeras entradas, primeras salidas, para mejorar el control de inventarios del minimarket Daniel de la ciudad de Trujillo.* (Tesis para optar el título de Bachiller en Contabilidad y Finanzas). Universidad Privada Leonardo Da Vinci. Trujillo Perú.
- Celada, J. (2014). *Servicio al cliente como ventaja competitiva en empresas comercializadoras de abarrotes en el municipio de Retalhuleu.* (Tesis de licenciatura en administración de empresas). Universidad Rafael Landívar de Guatemala.
- Chiroque, H. (2016). *Propuesta de modelo para el reaprovisionamiento de inventarios en la empresa pepsico alimentos Perú S.R.L. – Lambayeque.* (Tesis para optar por el título de ingeniería industrial). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Lambayeque - Perú.
- Chopra, S. y Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministros* (3° edición). México: Printed in México.
- Estrada, W. (2007). *Servicio y atención al cliente.* Lima: palacio de la justicia.

- Fernández, M. (2016). *Análisis y diseño de un sistema de gestión de inventarios para una empresa de servicios logísticos*. (Tesis para optar por el título de ingeniero industrial). Pontificia universidad católica del Perú. Lima.
- Gestión, (2017). *Los inventarios se situarían en un nivel deseado en 2 meses*. Recuperado de: <http://gestion.pe/noticia/339777/inventarios-se-situarian-nivel-deseado-dos-meses>.
- Gestión, (2015). *Control de finanzas e inventarios de empresas urgen de una automatización, según Ofisis*. Recuperado de: <http://gestion.pe/economia/control-finanzas-inventarios-empresas-urgen-automatizacion-segun-ofisis-2132298>.
- Gestión, (2016). *Firmas ofrecerán más descuentos para deshacerse de inventarios*. Recuperado de: <http://gestion.pe/empresas/firmas-ofreceran-mas-descuentos-deshacerse-inventarios-2152991>.
- Gestión, (2013). *Estados Unidos: inventarios de empresas no crecieron en junio*. Recuperado de: <http://gestion.pe/economia/inventarios-empresas-estados-unidos-sin-cambios-junio-2073488>.
- Gómez, J. (2013). *Gestión logística y comercial*. España: Mc Grau Hill.
- Hernández, R. (s.f) *libro de logística de almacenes*. (127), pp.
- Huitz, L. (2014). *Servicio al cliente en los supermercados quetzaltecos*. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar de Guatemala.
- Laland, K and Bailey, K. (2006). *Customer Service for Dummies*. (3° edition). Canadá: wiley publishing.
- La Republica, (2016). *Epsel y MPCh son las entidades más quejadas en la región Lambayeque*. Recuperado de: <http://larepublica.pe/impres/sociedad/842582-epsel-y-mpch-son-las-entidades-mas-quejadas-en-la-region-lambayeque>.
- Loja, J. (2015). *Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para la empresa femarpe cia. Ltda*. (Tesis de grado). Universidad politécnica salesiana de Ecuador.
- López, M. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Revista del departamento de contaduría y finanzas publicada por el instituto tecnológico de sonora, (82), pp.
- Ludewig, C. (s.f). *Universo y muestra*. (4), pp.
- Martínez, E. (2014). *Calidad de atención al cliente en las agencias de Chiclayo para una entidad de microfinanzas*. (Tesis para optar por el título de licenciado en administración de empresas). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Lambayeque - Perú.

- Meléndez, H y Lambis, w. (2013). *Análisis y diseño de un sistema de gestión de inventario para la farmacia de la fundación madre Herlinda Moisés, basado en una categorización multicriterio ABC/ven.* (Tesis de grado). Universidad de Cartagena.
- Mercado, F. (2015). *Sistema de Información de Servicios Vehiculares Vía Web y Móvil para Mejorar la Atención al Cliente en la Empresa de Transporte ALCOVI S.A.C.* (tesis para obtener el título de ingeniero de sistemas). Universidad Cesar Vallejo Trujillo – Perú.
- Monzón, O. (2014). *Administración de inventarios ABC en la empresa zicsa contratistas generales S.A.C.* (tesis para optar por el título de licenciado en administración). Universidad Nacional de Trujillo- Perú.
- Mpwaya, M. (2005). *Inventory Management as a Determinant For Improvement Of Customer Service.* (dissertation submitted in fulfillment of the requirements for the degree master of commerce). University Gauteng- South Africa.
- Pérez, C. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC.* (Tesis para optar por el título de contador público). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Lambayeque - Perú.
- Piñeyro, V. (2004). *Motivación en recursos humanos, capacitación, atención al cliente y el servicio.* Buenos Aires. Universidad abierta interamericana.
- Ramírez, H. (2016). *propuesta de modelo para el reaprovisionamiento de inventarios en la empresa PepsiCo alimentos Perú S.R.L Lambayeque.* (Tesis para optar el título de ingeniero industrial). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Lambayeque - Perú.
- Reuters, (2013). *Manual de atención al cliente.* Ecuador. (1), pp
- Ruiz, L. (2014). *Estrategia de calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en la caja municipal Trujillo.* (Tesis para optar por el título de licenciado en administración). Universidad Nacional de Trujillo- Perú.
- Seclen, A. (2015). *Calidad en el servicio al cliente de la aerolínea LAN, en la ciudad de Chiclayo.* (Tesis para optar por el título de licenciado en administración hotelera y de servicios turísticos). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Lambayeque - Perú.
- Silva, P. (2015). *Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en los puntos de ventas (cadenas) de la empresa américa móvil Perú S.A.C.* (tesis para optar por el título de licenciado en administración de empresas). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Lambayeque - Perú.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio.* Argentina.



Vásquez, A. y Tomalá, E. (2016). *Diseño de modelo de gestión por procesos para el control de inventarios*. (Tesis para optar por el título de contaduría pública autorizada). Universidad de Guayaquil.

Vidarte, C. (2015). *Propuesta de un sistema de gestión logística para optimizar el control de los inventarios en una empresa constructora, corporación Vidarte S.A.C.* (Tesis para optar por el título de contador público). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Lambayeque - Perú.

Zapata, W. (2014). *Fundamentos de la gestión de inventarios*. Perú.

## ANEXOS

### ANEXO N° 01: Cuestionario para los clientes de la empresa Variaditos Minimarket.

Dimensiones	Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESCUERDO	EN DESACUERDO	MUY EN DESACUERDO
		5	4	3	2	1
<b>RESPUESTA</b>	1. ¿la capacidad de acción de los trabajadores es rápida al momento de entregar un producto y/o atender un servicio?					
	2. ¿los trabajadores tienen en cuenta un error anterior para no volver a cometerlo?					
<b>ATENCIÓN</b>	3. ¿considera usted que los trabajadores le brindan la atención que usted se merece?					
	4. ¿la infraestructura de la empresa y el trato que brindan los colaboradores es el adecuado?					
	5. ¿los colaboradores se centran en el pedido que usted realizó?					
	6. ¿las quejas y reclamos que usted presenta son resueltos de inmediato?					
	7. ¿el trato es equitativo para todos sin discriminación?					
	8. ¿la atención a los clientes es de acuerdo al orden de llegada?					
<b>COMUNICACIÓN</b>	9. ¿Existe un entendimiento entre clientes y colaboradores?					
	10. ¿la información sobre los productos es transmitida de manera fácil directa y eficaz?					
	11. ¿la información transmitida por los colaboradores es suficientemente entendible?					
<b>AMABILIDAD</b>	12. ¿los colaboradores se encuentran capacitados para dar solución a cualquier tipo de inconvenientes o problemas?					
	13. ¿los trabajadores del minimarket son tolerantes al atender a los clientes y enfrentan con calma los problemas?					
	14. ¿El personal proporciona información precisa sobre los productos, precios, presentaciones, etc.?					
<b>CREDIBILIDAD</b>	15. ¿la empresa logra cumplir con lo prometido?					
	16. ¿los colaboradores muestran una actitud positiva al atenderlo?					
<b>COMPENSIÓN</b>	17. ¿los colaboradores entienden las necesidades y preferencias de los clientes?					
	18. ¿la empresa se preocupa por conocer las necesidades de los clientes y al brindar el servicio cumple con las expectativas?					

**Anexo N° 02: Guía de entrevista para el jefe de almacén.**

¿Qué opina respecto a los precios que se manejan en los inventarios, son accesibles?

¿Actualmente la empresa cuenta con un adecuado proceso de gestión de inventarios?

¿Cree usted que los productos brindados son de calidad?

¿El proceso de gestión de inventarios se hace de manera coordinada?

¿Considera que al implementar un modelo de gestión de inventarios ayudaría a mejorar las ventas y la atención al cliente?

**Anexo 03:** Guía de entrevista para el Gerente General.

¿considera usted que la calidad y precios de los productos son muy buenos?

¿Que opina respecto a los precios de los productos, están acorde con los precios del mercado?

¿Cómo calificaría usted la actual atención al cliente que brinda la empresa? ¿Por qué?

¿cree usted que al hacer una adecuada planificación para hacer los pedidos mejorara la atención al cliente?

¿Atiende los problemas rápido, cuando algún cliente hace algún reclamo?

**Anexo 04: Lista de cotejos para la variable independiente.**

<b>N°</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1	¿El minimarket ofrece productos de alta calidad?		
2	¿Los productos que comercializa la empresa se encuentran posicionados en el mercado?		
3	¿Los precios de venta de los productos que ofrece la empresa son los adecuados?		
4	¿Los procesos que involucran la comercialización de los productos son llevados de manera ordenada y controlada?		
5	¿La empresa realiza una adecuada toma de decisiones?		
6	¿La empresa realiza su valuación de los inventarios por algún modelo?		
7	¿Los colaboradores se adaptan con facilidad a los cambios que se realizan en el ambiente o cualquier tipo de área de la empresa?		
8	¿Los cambios realizados en la organización han ayudado a minimizar los riesgos y alcanzar con facilidad el éxito?		

## Anexo 05: Validación de los instrumentos

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

#### INFORMACIÓN DEL EXPERTO:

Nombre y Apellido : Luis Miguel Gonzales Zarpan.

Profesión : Administración De Empresas

Grado académico : MBA

Título Profesional : Lic. Adm De Empresas

Institución donde trabaja : UCV

Cargo que desempeña : DTP

Teléfono : 932949833

Correo Electrónico : lgonzaleszr@gmail.com

Nombre del Investigador : Marisol Castillo Cadenillas

#### VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS:

##### Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

##### De los ítems con la(s) Variable(s):

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

##### Pertinencia de los ítems con las dimensiones:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

**Pertinencia de los ítems con los Indicadores:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

**Redacción de Ítems:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

**CONCLUSIONES:** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Pimentel, Julio 2017

\_\_\_\_\_

Mgtr./ Dr.

Firma y sello del experto

**DNI:**

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### 1. INFORMACIÓN DEL EXPERTO:

Nombre y Apellido : Carlos Daniel Gonzales Hidalgo

Profesión : Estadístico

Grado académico : Maestro

Título Profesional : licenciado en estadística

Institución donde trabaja : UCV - Chiclayo

Cargo que desempeña : Docente

Teléfono 943485315

Correo Electrónico : licgonzales@yahoo.com.

Nombre del Investigador : Marisol Castillo Cadenillas

### 3. VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS:

#### Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

#### De los ítems con la(s) Variable(s):

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

#### Pertinencia de los ítems con las dimensiones:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			



**Pertinencia de los ítems con los Indicadores:**

<b>Instrumento</b>	<b>Suficiente (3)</b>	<b>Medianamente suficiente (2)</b>	<b>Insuficiente (1)</b>	<b>Observaciones</b>
<b>CUESTIONARIO</b>	X			

**Redacción de Ítems:**

<b>Instrumento</b>	<b>Suficiente (3)</b>	<b>Medianamente suficiente (2)</b>	<b>Insuficiente (1)</b>	<b>Observaciones</b>
<b>CUESTIONARIO</b>	X			

**CONCLUSIONES:** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Pimentel, Julio 2017

\_\_\_\_\_  
Mgtr./ Dr.

Firma y sello del experto

**DNI:**

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### INFORMACIÓN DEL EXPERTO:

Nombre y Apellido : Luis Fernando Campos Contreras  
Profesión : Lic. administración  
Grado académico : Maestro En Administración  
Título Profesional : Lic. En Administración  
Institución donde trabaja : UNPRG  
Cargo que desempeña : Docente Universitario  
Teléfono : (074) 617698  
Correo Electrónico : lcampos@unprg.edu.pe.  
Nombre del Investigador : Marisol Castillo Cadenillas

### 3 VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS:

#### Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

#### De los ítems con la(s) Variable(s):

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

#### Pertinencia de los ítems con las dimensiones:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

**Pertinencia de los ítems con los Indicadores:**

<b>Instrumento</b>	<b>Suficiente (3)</b>	<b>Medianamente suficiente (2)</b>	<b>Insuficiente (1)</b>	<b>Observaciones</b>
<b>CUESTIONARIO</b>	X			

**Redacción de Ítems:**

<b>Instrumento</b>	<b>Suficiente (3)</b>	<b>Medianamente suficiente (2)</b>	<b>Insuficiente (1)</b>	<b>Observaciones</b>
<b>CUESTIONARIO</b>	X			

**CONCLUSIONES:**

---

---

---

---

---

---

Pimentel, Julio 2017

Mgtr./ Dr.

Firma y sello del experto

**DNI:**

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### INFORMACIÓN DEL EXPERTO:

Nombre y Apellido : Lilian Roxana Paredes López  
Profesión : Estadística  
Grado académico : Magister  
Título Profesional : Licenciada En Estadística  
Institución donde trabaja : UCV- Chiclayo  
Cargo que desempeña : Docente Universitario  
Teléfono : 988615005  
Correo Electrónico : roxanaparedeslopez@hotmail.com  
Nombre del Investigador : Marisol Castillo Cadenillas

### 3 VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS:

#### Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

#### De los ítems con la(s) Variable(s):

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

#### Pertinencia de los ítems con las dimensiones:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
CUESTIONARIO	X			

**Pertinencia de los ítems con los Indicadores:**

<b>Instrumento</b>	<b>Suficiente (3)</b>	<b>Medianamente suficiente (2)</b>	<b>Insuficiente (1)</b>	<b>Observaciones</b>
<b>CUESTIONARIO</b>	X			

**Redacción de Ítems:**

<b>Instrumento</b>	<b>Suficiente (3)</b>	<b>Medianamente suficiente (2)</b>	<b>Insuficiente (1)</b>	<b>Observaciones</b>
<b>CUESTIONARIO</b>	X			

**CONCLUSIONES:** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Pimentel, Julio 2017

\_\_\_\_\_  
Mgtr./ Dr.

Firma y sello del experto

**DNI:**

**ANEXO N°6**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA ELABORACIÓN DE PROYECTO DE TESIS**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:** Marisol castillo cadenillas

**FACULTAD/ESCUELA:** Ciencias Empresariales- Administración

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿En qué medida la gestión de inventarios mejora de la atención a los clientes del Minimarket variaditos Chiclayo, 2018?	<p><b>General</b> Determinar en qué medida la gestión de inventarios mejora la atención a los clientes del Minimarket variaditos Chiclayo - 2018.</p> <p><b>Específicos</b> 1.- Diagnosticar la situación actual del Minimarket 2.- Implementar un modelo de gestión de inventarios en la empresa Minimarket variaditos. 3.- Evaluar el nivel de atención a los clientes logrado después de implementado el modelo de gestión del Minimarket variaditos 4.- Comparar el nivel de atención a los clientes para comprobar en qué medida la gestión de inventarios implementado ha mejorado la atención al cliente en la empresa Minimarket variaditos.</p>	La gestión de inventarios mejora la atención a los clientes del minimarket variaditos Chiclayo - 2018.	<b>Gestión de inventarios</b>	Aplicativa	23 trabajadores 2160 clientes	Encuesta Entrevista Lista de cotejo	Las medidas estadísticas a utilizar: *frecuencia relativa. *media aritmética. *varianza. *desviación estándar. *coeficiente de variabilidad.
			<b>Atención al cliente</b>	<p><b>DISEÑO</b> Diseño pre experimental con pre y posttest a un solo grupo de estudio, cuyo esquema es: G. :0<sub>1</sub> X 0<sub>2</sub> <b>DONDE:</b> <b>G:</b> muestra <b>0<sub>1</sub>:</b> atención al cliente pre test</p>	<b>MUESTRA</b> 23 trabajadores 130 clientes	<b>INSTRUMENTOS</b> cuestionario	

## ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<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, Marcelino Callao Alarcón, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Chiclayo, revisor de la tesis titulada

"GESTION DE INVENTARIOS PARA MEJORAR LA ATENCION AL CLIENTE EN EL MINIMARKET VARIADITOS CHICLAYO - 2018", de la estudiante, CASTILLO CADENILLAS MARISOL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo 18 de Marzo, 2019



Firma

Dr. Marcelino callao Alarcón

DNI: 40126163

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

# AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE          TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL          UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02
		Versión : 07
		Fecha : 31-03-2017
		Página : de 1

Yo Marivel Castillo Cadenillas, identificado con DNI N.º 73445889 egresada de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (  ), No autorizo (  ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: Gestión de Inventarios para mejorar la atención al cliente en el minimarket Lavanderos Chiclayo - 2018.

en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....  
 .....  
 .....

  
 FIRMA

DNI: 73445889

FECHA: 17-04-2014

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DE LA AUTORIZACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

La Escuela de Administración

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Castillo Cadenillas Marisol.

INFORME TÍTULADO:

Gestión de inventarios para mejorar la atención al cliente en el minimarket variaditos Chiclayo - 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración.

SUSTENTADO EN FECHA: 04-03-2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobada por unanimidad.

