



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa
Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Tello Portilla, Roberto (ORCID: 0000-0003-3548-7464)

ASESOR:

Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio (ORCID: 0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

Lima – Perú

2019

Dedicatoria

A mi familia por el apoyo incondicional en lograr mis metas y cumplir el sueño de ser profesional. A mis amigos por el apoyo y motivación brindada para continuar en mis proyectos de vida.


Agradecimiento

En primer lugar, agradecer a Dios por brindarme salud, inteligencia y sabiduría para cumplir mis propósitos y ambiciones como estudiante y profesional.

A mi asesor Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza por la constancia y guía, sus enseñanzas y aportes para culminar con la tesis.

A los profesores de la escuela de administración de la UCV por la asesoría y apoyo en mi travesía como universitario para cumplir con la investigación de la tesis.

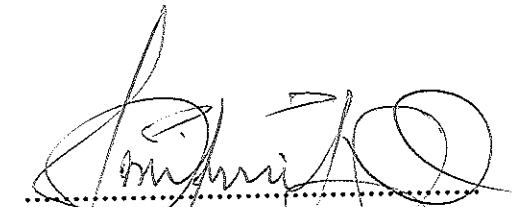
Página del Jurado

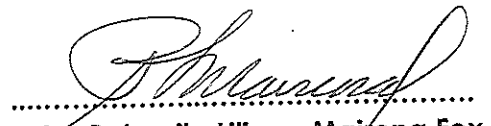
 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---


El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentada por don(ña) Roberto Tello Portilla cuyo título es:
" La gestión de almacenes y la atención oportuna
a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA,
Carabayllo 2019 "

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (número) Quince (letras).

Los Olivos, 09 de julio de 2019


.....
Dr. Severino Antonio Díaz Saucedo
PRESIDENTE


.....
MSc. Petronila Liliana Mairena Fox
SECRETARIO


.....
Dr. Victor Demetrio Davila Arenaza
VOCAL

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

Declaratoria de autenticidad

Yo Roberto Tello Portilla con DNI N° 73800702, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, julio del 2019.

Roberto Tello Portilla

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice	vi
Resumen	1
Abstract.....	2
I. INTRODUCCIÓN.....	3
II.MÉTODO.....	13
2.1 Tipo y diseño de la investigación	13
2.2 Variables, Operacionalización.....	13
2.3 Población, muestra y muestreo	17
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	18
2.5 Procedimientos	20
2.6 Métodos de análisis de datos	20
2.7 Aspectos éticos	20
III. RESULTADOS	21
IV. DISCUSIÓN.....	27
V. CONCLUSIONES.....	32
VI. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS	39

Resumen

El objetivo de la tesis ha sido determinar la relación de la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, para dicho propósito se ha tomado en cuenta la teoría de las 5 fuerzas competitivas de Porter, refiere que todo estrategia debe poder analizar, comprender el factor externo determinante que afecta a la empresa y que no está en sus manos; para poder modificar, controlar y moldear los factores internos en beneficio de la propia empresa. Para la variable de gestión de almacenes se consideró a Salazar quien dio a entender que la correcta gestión de los almacenes optimiza la logística de toda organización, previene y abastece los productos de acuerdo a la demanda, además que ayuda a tener el control de ingresos y salidas para futuras proyecciones, ponerla en práctica favorece y beneficia en la mejora de la productividad y atención del cliente. Para la variable atención oportuna a los clientes definido por Iglesias se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización, la satisfacción y las necesidades de los clientes nos permite analizar y conocer la demanda para así abastecer y gestionar nuestros espacios. El tipo de investigación ha sido aplicada, la población ha sido conformada por 350 trabajadores de la empresa Anypsa Corporation SA, la muestra fue de 183 colaboradores, el instrumento elegido ha sido el cuestionario en escala de Likert. El resultado y la conclusión después de haber procesado y analizado la información es que existe una relación media entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes.

Palabras clave: Gestión de almacenes, atención oportuna, servicio logístico y capacidad de servicio.

Abstract

The aim of the thesis has been to determine the relationship of warehouse management and timely attention to customers in the company Anypsa Corporation SA, for this purpose has been taken into account the theory of the 5 competitive forces Porter, refers that all strategist must be able to analyze, understand the external factor that affects the company and that is not in their hands; to be able to modify, control and mold internal factors for the benefit of the company itself. For the warehouse management variable, Salazar was considered as the one who implied that the correct management of the warehouses optimizes the logistics of any organization, prevents and supplies the products according to the demand, and also helps to control revenue and outputs for future projections, putting it into practice favors and benefits in improving productivity and customer service. For the variable timely attention to the clients defined by Churches the needs and desires of the client in relation to the logistic service must be determined, realizing an analysis of the requirements of the client and of the capacity of service that we can undertake from our organization, the satisfaction and the needs of the clients allow us to analyze and know the demand in order to supply and manage our spaces. The type of research has been applied, the population has been composed of 350 workers of the company Anypsa Corporation SA, the sample was 183 employees, the instrument chosen was the Likert scale questionnaire. The result and the conclusion after having processed and analyzed the information is that there is an average relationship between warehouse management and timely attention to customers.

Keywords: Warehouse management, timely attention, logistics service and service capacity.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente debido a la globalización industrial las empresas de fabricación y comercialización se están volviendo muy competitivas; van cambiando con el transcurrir de los años en sus funcionamientos debido al uso de la tecnología, la infraestructura adecuada y el almacenamiento, lo cual existen diferentes procesos en el manejo de las empresas que inicia desde la adquisición de los insumos por parte de los proveedores que se almacena en el almacén de materias primas, luego pasa un proceso de producción, después al almacén de productos terminados, de ahí se distribuye hasta la llegada al cliente. Por tal razón la Administración para la gestión de los almacenes actualmente no es simplemente un proceso de comercialización, sino que la empresa debe conocer y analizar indicadores en la logística de almacenamientos para poder atender oportunamente al cliente en el momento y lugar que lo necesite.

En las empresas industriales tener una correcta logística en el almacenamiento de los insumos y productos finales ayuda a reducir costos como también gastos innecesarios, para no generar sobre stock ni tampoco estar desabastecido. Así como también es necesario la atención oportuna a los clientes, donde se refleje la calidad de servicio en la atención, poder responder ante contingencias, empatía, generar confiabilidad y seguridad al público que compra el producto.

Muchas empresas en el Perú carecen de una adecuada gestión de almacenes y está afecta directamente a la demora en la atención al usuario generándole un malestar, por tanto, si el cliente no le agrada el trato y mucho menos si no se cumple con las fechas establecidas se puede perder al usuario. Por tal razón se debe gestionar adecuadamente la logística en la gestión de almacenes para agilizar los flujos de entradas y salidas, revisar la calidad del producto y no romper con el stock de seguridad para la disponibilidad de ventas para tener un cliente contento y poder fidelizarlo.

En el contexto de estudio que es la empresa Anypsa Corporation SA se observa que tiene una debilidad en la atención oportuna al cliente porque se demora en despachar por muchos factores y esto genera cierta desconfianza al cliente. Se quiere lograr que la empresa mejore la gestión de almacenes, se vuelva más eficiente, y no sea el que genere el descontento del cliente.

Teniendo en cuenta los argumentos planteados se quiere determinar el nivel de relación y lograr los objetivos que existe entre las variables que son la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes, cuyo objetivo general de la investigación es determinar la

relación de la gestión de almacenes con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

García & Torres (2017). *Administración de inventarios, un desafío para las Pymes*. Inventio, la génesis de la cultura universitaria en Morelos. Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México. El artículo tuvo como objetivo describir el problema para la elaboración de un sistema para el control de inventarios en una pequeña empresa manufacturera del estado de Morelos. Como conclusión se obtiene que los sistemas de control de inventarios no son muy utilizados para la PYMES. En el trabajo de investigación se ejemplifica los problemas que se obtuvieron para poder implementar el tipo de sistemas en la PYME manufacturera del estado de Morelos.

Cardona, Mera, Torres & Viera (2017). *Diagnóstico de los modelos de gestión de inventarios de alimentos en empresas hoteleras*. Revista Científica Ecociencia. Universidad Tecnológica Ecotec, Ecuador. El objetivo del artículo fue establecer qué tipo de gestión se usan los hoteles de Manta y poder dar recomendaciones de la implementación de tipo de clasificación ABC y las 5S. La conclusión que se ha obtenido que la investigación realizada a los hoteles lujosos pertenecientes a la alta categoría de altos ingresos de la ciudad de Manta, no tienen un modelo de gestionar eficazmente los inventarios para que se les haga más fácil y factible en la clasificación, planeamiento y la organización de las mercaderías.

Gómez, Huguet & Pineda (2016). *Mejora del sistema de gestión del almacén de suministros de una empresa productora de gases de uso medicinal e industrial*. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias. Universidad de Carabobo, Venezuela. El objetivo del artículo ha sido determinar la manera de mejorar la gestión del almacén de una empresa que produce gases para darle un uso de tipo medicinal y beneficio en las industrias. Cuya conclusión fue que se logró realizar un arduo y crítico estudio con el uso del flujograma causa-efecto, que permitió conocer y analizar las causas principales del problema, por ende se plantea propuestas de mejora.

Cabrera & Salazar (2016). *Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador*. Industrial Data, Revista de Investigación. Universidad Nacional de San Marcos, Lima-Perú. La intención del artículo científico es llegar a conocer la calidad que ofrecen los servicios de los procedimientos en las matrículas de la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador. La conclusión fue saber los contrastes entre el grado de apreciaciones y perspectivas que el usuario cree tener

sobre el servicio que se ofrece, gran parte de los clientes entiende que el servicio debe ser de calidad según su perspectiva de acuerdo a las actitudes y perspectivas mostradas.

Icaza, Valero & Villegas (2015). *Sistema de gestión de calidad en el área de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro*. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. Universidad Estatal de Milagro, San Francisco de Milagro-Ecuador. El propósito del artículo de investigación es de encontrar las condiciones que puedan permitir llegar a mejorar a las industrias de distribución en los modelos que tienes sus servicios. Una vez de haber acabado el trabajo investigativo se pudo concluir que el servicio que ofrece la institución es de calidad, con respecto a los cuestionarios que se efectuaran no lleguen alcanzar los niveles de poder aceptar los requerimientos de los clientes.

Reyes, Sánchez, Vargas & Vidal (2011). *Sistema de Información para el Control de Inventarios del Almacén del ITS*. Instituto Tecnológico de Aguascalientes, México. El artículo tuvo como objetivo desarrollar sistemas para recoger datos importantes que permitan desarrollar un formato de registro de productos, mejor control de ingresos y egresos de las mercancías, así como también implementar actividades relacionadas al almacén del Instituto. Se llegó a concluir que es pertinente determinar el grado de información obtenidos mediante la realización del inventario, manejar los espacios del almacén para el buen funcionamiento.

Caro, Correa & Gómez (2010). *Gestión de almacenes y tecnologías de la información y comunicación (TIC)*. Universidad ICESI, Colombia. El artículo científico tiene como objetivo identificar las tecnologías, su arte y su posible utilización en la administración de almacenes y su ejecución en la industria Colombiana. Se llegó a la conclusión que para contribuir a simplificar las operaciones en la gestión de almacenes se deben aplicar las tecnologías actualizadas, reducir costos, gastos innecesarios, tratar de no desperdiciar recursos y sobre todo optimizar la comunicación de la información de las áreas correspondientes; Por lo tanto, se optimizará los procesos implementados en la cultura organizacional en los almacenes.

Blanco & Rivero (2009). *Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente (oac) de una empresa telefónica*. Universidad de Carabobo, Venezuela. El objetivo del artículo ha sido determinar e identificar la manera de cómo se ejecuta la calidad de los servicios brindados por las oficinas de atención al público a los usuarios de la compañía móvil, con la finalidad de obtener propuestas que nos permitan desarrollar e implementar el grado de servicio por parte de la empresa y la satisfacción de

los usuarios. La conclusión llegada es que la dimensión atención al cliente tiene relación con la variable capacidad de respuesta y fiabilidad; es una oportunidad para mejorar según la respuesta de clientes.

Vedar (2016). *Modelo de gestión logística para la optimización del proceso de bodega de producto terminado en la Empresa Industria Ecuatoriana de Cables Incable S.A de la Ciudad de Guayaquil, 2016*. Tesis para obtener el grado de Magíster en Administración de Empresas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. El estudio de investigación ha obtenido como principal objetivo identificar el grado de ocurrencia que cuenta el sistema actual de almacenamiento con respecto a los regresos de los productos por parte de los clientes. El estudio dio como resultado y conclusión que el almacén de bienes acabados por la empresa INCABLE debe aumentar la capacidad de almacenaje. La mercadería debe ser almacenados por familia, siempre midiendo el grado de rotación que tienen los productos, es decir, lo de mayor rotación cerca de la zona de carga y lo menor rotación poco más lejos para distribuir correctamente los espacios.

Morales (2016). *Sistema de control interno y gestión de inventario en el almacén de Pinturas PintuImport en la ciudad de Santo Domingo*. Tesis de grado para obtener el título de Ingeniera en contabilidad superior, auditoria y finanzas en la Universidad Regional Autónoma de Los Andes de Santo Domingo-Ecuador. La investigación mencionada determinó como objetivo la relación existente entre el control interno y la correcta gestión de inventario en el almacén. Se pudo concluir que si existe relación entre el control interno y la correcta gestión de inventario; además ha permitido implementar políticas, procesos y ética que ayudan al colaborador realizarse y mejorar en sus funciones.

Yagchirema (2015). *La Logística y la Satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A en la ciudad de Ambato*. Tesis para obter el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios industrial en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. La tesis mencionada tiene como objeto general identificar los elementos que son principales y fundamentales en la logística y la relación que tiene con la satisfacción del usuario en la industria Repartí S.A de la ciudad de Ambato. La conclusión llegada de define como al supuesto de un arduo estudio cual objetivo fundamental es poder atender y estar atentos a toda circunstancia que permiten el acabado eficaz de un proceso, tal procedimiento en la investigación debe ser de observar la sucesión de circunstancias o eventos que nos permita llegar hasta el final satisfactoriamente.

Chang (2014). *Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán San Marcos*. Tesis para obtener el título de Administrador de Empresa en la Universidad de Landívar de Quetzaltenango-Guatemala. La mencionada tesis determinó como objeto general de qué manera atienden a los clientes de la municipalidad y cuál es el nivel de servicio que ofrecen a la comunidad. Como conclusión para poder lograr el cumplimiento de la satisfacción por los clientes y generar una buena imagen para el municipio, se quiere llegar a crear las condiciones necesarias donde se note la participación del ciudadano en la región, con la ejecución de las obligaciones y derechos que los ciudadanos guatemaltecos tienen.

Barragán & Bejarano (2013). *Diseño del sistema de almacenamiento y manejo de producto terminado en la fábrica de Calzado Rómulo*. Tesis para obtener el título de Ingeniero industrial en la Universidad de San Buenaventura de Santiago de Cali, Colombia. La tesis mencionada tiene como objeto rediseñar el modelo de almacenar y administrar los productos terminados en la fábrica de Calzado Rómulo. En conclusión, el estudio nos ha permitido encontrar una posible solución para mejorar el esquema de las infraestructuras dentro del depósito de la bodega y su posterior distribución que ajusten con las oportunidades de mejora establecidas en el diagnóstico. También se establecen documentos para poder mantener un correcto registro y mayor manejo para controlar los productos del almacén de la empresa, que valdrán como guía para el colaborador de la bodega del almacenamiento.

Aliaga (2017). *Gestión de Calidad bajo un enfoque de Atención al Cliente de las mYPES del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay, 2017*. Tesis para obtener el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ucayali-Perú. La investigación mencionada encontró como objeto aumentar y satisfacer las necesidades del cliente para tener mayores ventas, y así poder ofrecer un mejor servicio mejorando su calidad en la atención a los usuarios. Se llegó a la siguiente conclusión que los colaboradores sepan de mejor manera las particularidades de la población que se atienden diariamente en las boticas para que se pueda ofrecer de acuerdo a la cultura de la región nuevos servicios que se quiere llegar a implementar.

Camacho & Montenegro (2017). *Mejora de la gestión de abastecimiento de la tienda mayorista Proveedores de Abarrotes Santa Ana SRL. En la Ciudad de Chiclayo*. Tesis para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad de Lima, Lima Perú. Cuyo objeto del estudio ha sido realizar un plan de mejora para el abastecimiento de la empresa mayorista “Proveedores de Abarrotes Santa Ana S.R.L.” de tal manera que le permita a la organización incrementar su rentabilidad mediante la aplicación de técnicas de

ingeniería. Se llegó a concluir que la organización tiene un gran potencial para crecer debido a la cartera de productos que posee y a la confianza que genera en sus clientes; sin embargo, debe seguir mejorando continuamente con el fin de mejorar sus operaciones.

Lara (2017). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017*. Tesis para optar el título ingeniera industrial en la Universidad Privada Norbert Wiener, Lima-Perú. El estudio mencionado tiene objetivo poder determinar un plan para la gestión logística y así optimizar la sensación de satisfacción por parte de consumidores de una industria en Lima. En conclusión la existencia de periodos que se pierden sin hacer algo, por la falta de tener una definición clara en los procesos y controles, dan como consecuencia que se genere el retraso en las entregas de las solicitudes o pedidos requeridos por el cliente y su insatisfacción para con la empresa.

Quispe (2017). *Cadena de Suministros y la calidad de Servicio de la empresa Barret & BUR S.A.C Periodo 2015 al 2016 Nuevo Chimbote*. Tesis para obtener el título de licenciada en Administración en la Universidad César Vallejo, Chimbote-Perú. La tesis tuvo como finalidad general examinar la cadena de suministro y la calidad de servicio en la empresa. A la conclusión llegada es que el proceso de la cadena de suministros por la organización, como resultado de la investigación que los costos tuvo un incremento de un 23% en el 2015-2016, demuestra cierta debilidad en los tiempos que tarda de llegar el pedido o solicitud al cliente, en lo referente a las compras llegó a aumentar en 6% respectivamente al año anterior, el porcentaje (%) en las ventas también incrementaron en casi 30%, pero tal objetivo no era el trazado por la institución.

De la Cruz & Lora (2014). *Propuestas de mejora en la gestión de almacenes e inventarios en la empresa Molinera Tropical*. Tesis para optar el grado académico de Magister en Supply Chain Management en la Universidad del Pacífico, Lima-Perú. El objeto de la investigación ha sido poder enfocarse, priorizarse y llegar a seleccionar la dificultad principal en el departamento logístico de la industria, el cual es necesario implementar un plan para la mejora de las operaciones. Como también, el establecimiento de software en la gestión de los almacenes ayudará a poder integrarse todos los procesos de la corporación, ayudan de igual manera a que la información llegue a las áreas que lo necesiten.

La teoría científica de la logística escogida es las fuerzas competitivas de Michael Porter, ya que es para conocer qué elementos externos intervienen en la organización de las empresas y de acuerdo con ello que estrategias competitivas se puedan ejercer. Michael Porter es un gran investigador, sus libros se basan principalmente en las organizaciones y las

estrategias que se puedan llegar a tomar, como también la innovación que le den al servicio o producto ayudará a la prosperidad para la economía.

Para Porter (2012), menciona: “Las fuerzas competitivas revelan los motores de la competencia en una industria [...] Pensar de forma global en la estructura de un sector puede destapar una serie de oportunidades: las diferencias en los clientes, los proveedores, los sustitutos, los aspirantes y los rivales que pueden convertirse en la base de distintas estrategias que conduzcan a una mejora en el rendimiento. En un mundo de competitividad abierta y cambio continuo, es más importante que nunca aprender a pensar en la competitividad en términos estructurales”. (p. 67).

Por lo mencionado en la cita, se deben tomar medidas por la empresa para no verse afectada en la rentabilidad por los competidores directo y/o indirectos; que son la rivalidad entre los competidores actuales, el poder para negociar que tienen los proveedores, el poder que cuentan los clientes para negociar con los precios, la amenaza de los nuevos participantes y la intimidación que genera los productos o servicios sustitutos. Todos estos factores no dependen de la organización interna sino ellos verán que estrategias tomarán para contrarrestar a dichos factores.

Esta teoría de las fuerzas competitivas ayuda al administrador o estratega encargado para poder analizar, comprender el factor externo determinante que afectan a la empresa y no está en sus manos; pero lo que si puede hacer es modificar el factor interno que tiene la empresa para hacer frente a estas circunstancias. Como por ejemplo reducir los costos de fabricación sin afectar la calidad del producto o servicio, el almacenaje de las mercancías debe ser las adecuadas conservando el buen estado, la atención al cliente es fundamental en una organización porque dependemos de ellos para subsistir y tener vías de mejoramiento.

También es importante para esta teoría el correcto análisis de la competencia tanto directa como indirecta y demás enseres involucrados para poder aprovechar la ventaja competitiva que podamos tener frente a ellos, debemos darnos cuenta de las debilidades del competidor que nos pueda favorecer y aprovecharlo al máximo. Se debe aprovechar de igual manera las oportunidades que nos da el mercado, cuidarnos de la amenaza que podamos tener, ocultar y mejorar las debilidades que se cuenta y seguir fortaleciendo las fortalezas de la organización.

Para la primera variable se encontró varias teorías que se van a mencionar.

Según Escudero (2014, p. 24). La correcta y óptima planificación en la gestión del almacén permite gestionar los recursos disponibles para poder prevenir las necesidades del cliente, por tal motivo los materiales y productos que se tienen deben cumplir con el cuándo, cuánto y dónde los clientes lo requieran.

Según Salazar (2016, párr. 4). La gestión de almacenes es definido por la función logística como un proceso que abarca desde la recepción de la mercadería, su almacenaje y movimiento interno del mismo almacén hasta su posterior consumo o despacho.

Para Anaya (2008, p. 20). La disponibilidad del producto es actividad principal responsabilidad del gestor de almacenes, debido a que tiene que determinar el stock de seguridad (cantidad de productos mínimos almacenados), la rapidez y a la fiabilidad en las entregas de solicitudes a los clientes.

Marín (2014 p. 63). La operatividad en el almacén consiste en ubicar correctamente la mercadería recibida, poder darle un lugar destinado de acuerdo a las características de los productos con la finalidad de tener la conservación de la calidad y cantidad de los mismos, para poder facilitar la separación eficiente de las solicitudes.

Las teorías que se mencionaron anteriormente acerca de la variable gestión de almacenes, es más relevante a la definición dado por Salazar, porque al optimizar los procesos de los almacenes se beneficia de una forma el funcionamiento de la logística para la organización. La gestión tiene mucho que ver con recibimiento, almacenaje y flujos de los productos e insumos dentro del almacén; si un almacén está ordenado y actualizado sus sistemas de almacenamiento se puede agilizar la distribución de la mercadería para que llegue oportunamente al cliente con la calidad y fiabilidad que éste exige, así de alguna manera se mantiene al cliente satisfecho y no quedamos mal con él.

Los otros autores mencionan algo similar en sus teorías de la gestión de almacenes donde lo más relevante es gestionar adecuadamente los recursos que se cuentan para anticiparse a las necesidades de los clientes, donde las mercancías lo coloquen a tiempo, con el precio establecido y el lugar donde lo quieren. También es importante mantener los niveles de stock requerido en los almacenes, con la adecuada ubicación para mantener la conservación en óptimas condiciones para no tener costos innecesarios por si se lleguen a dañar la mercadería producida.

Según Iglesias (2013, p. 11). Servicio al cliente consiste en un proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar los deseos y necesidades de los usuarios en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos

del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización. Este proceso nos debe permitir implementar una política para un eficaz de servicio a los clientes, donde queden marcados todos los parámetros que sean considerados por él.

López (2013, p. 9). Un servicio de calidad en la atención a los clientes debe ser sustentado en sus políticas y procedimientos donde se involucren a todos los integrantes de la organización. Así cada industria debería implementar una estrategia de calidad en servicios donde se tendría en cuenta el rubro al que pertenece.

Areniz, Medina & Rico (2016, p. 40). Es importante la certificación de procesos, implementación de técnicas, gestión de roles, utilización de mejores prácticas, se deben mantener condiciones de calidad y atención oportuna eliminando no conformidades y proveyendo métricas que permitan la prevención de errores y solución oportuna de inconvenientes, garantizando al cliente un mejor servicio con resultados a tiempo.

García (2016 p. 396). El servicio ofrecido al cliente es un acumulado de actividades trazadas de manera trascendental para dar al cliente su máxima satisfacción, cumplir con sus necesidades, deseos y sus expectativas.

De las teorías mencionadas por parte de la variable de la atención oportuna a los clientes es más relevante lo mencionado por Iglesias, porque para tener la atención oportuna al cliente está relacionado y depende del departamento comercial de la organización; como también si se quiere atender al cliente oportunamente a tiempo dependen de otros factores como son la disponibilidad del producto, el tiempo de espera, la empatía e interés que demuestran los colaboradores para con el cliente; y la seguridad que quieren tener los usuarios si va a llegar su pedido completo en el lugar y tiempo acordado al momento de generar la compra.

Problema General planteado fue ¿Cuál es la relación de la Gestión de almacenes con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019? Los Objetivos Específicos fueron 1. ¿Cuál es la relación de la gestión de stock con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019? 2. ¿Cuál es la relación de la recepción de la mercadería con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019? 3. ¿Cuál es la relación del flujo de entradas y salidas con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?

Objetivo General ha sido determinar la relación de la gestión de almacenes con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. Objetivos

Específicos fueron 1. Determinar la relación de la gestión del stock con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. 2. Determinar la relación de la recepción de la mercadería con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. 3. Determinar la relación del flujo de entradas y salidas con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

Hipótesis General: La gestión de almacenes tiene relación con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. Específicos: 1. La gestión de stock tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. 2. La recepción de la mercadería tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. 3. El flujo de entradas y salidas tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

La investigación demostrará su pertinencia porque se basa en el establecimiento de parámetros para que las empresas que se encuentran en el rubro de producción y posterior comercialización tomen conciencia de la realidad problemática que presenta la gestión de almacenes y como se relaciona con la atención oportuna a los clientes, de igual manera se obtendrán conclusiones y recomendaciones basadas en el estudio que se realiza para que pueda utilizarlos en la mejora de su gestión logística.

Se verá beneficiado con los resultados de la investigación la logística de la gestión de almacenes que desarrolla la empresa Anypsa Corporation SA, como también a sus clientes para que se encuentren satisfechos con la atención y calidad de su mercadería; por otro también se beneficiaran los proveedores de la empresa, así mismo se verán beneficiadas las empresas de rubros similares y de una u otra manera a empresas que se dedican a la producción y comercialización.

Los resultados se podrán aplicar en la empresa Anypsa Corporation S.A., como también en empresas de producción del mismo rubro o procesos similares relacionados a las pinturas; también se pueden extender en los operadores logísticos, almacenes. De igual manera se es factible y se pueden modificar de acuerdo con las necesidades de las empresas de fabricación y comercialización en general.

La investigación y metodología utilizada servirá como base para realizar futuros trabajos o profundizar los estudios y conclusiones de investigaciones científicas.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de la investigación

Enfoque:

Cuantitativo. Baptista, Fernández & Hernández (2010, p.4). Se recoge la información mediante una base de datos para comprobar las hipótesis; en función al cotejo numérico y análisis estadístico, se establecerá estándares y patrones para probar teorías.

Nivel:

Descriptivo-correlacional. Bernal (2010, p. 113). La investigación descriptiva no se basa solo en la obtención de datos, sino también en poder predecir y determinar la relación que existe entre las variables, para ello se plantean hipótesis y son analizadas con detenimiento. Asimismo indica Bernal con el nivel correlacional (2010, p. 114). El grado correlacional cuenta con el propósito de medir el nivel de relación existente entre las variables en función a resultados.

Diseño de investigación:

No experimental de corte transversal. Baptista, Fernández & Hernández (2010, p. 149). Diseño no experimental se basa en la no manipulación de las variables, sino que solo se analizan y observan los sucesos en su situación natural. Y de corte transversal indican Baptista, Fernández & Hernández (2010, p. 503). Se realizará el estudio en un plazo o momento fijo de los grupos investigados, más no a través de procesos en el tiempo.

Tipo de investigación:

Aplicada. Para Valderrama (2013, p. 39). Es aplicada porque le interesa más la inmediata aplicación sobre una realidad, por lo cual se basa en el conocimiento de los hechos o sucesos para poder actuar y construir.

Método de investigación:

Hipotético-deductivo. Bernal (2010, p. 60). Consiste en procesos que toma afirmaciones en función de hipótesis y la posterior refutación de tales, sacando de ellos conclusiones para la posterior confrontación de los sucesos.

2.2 Variables, Operacionalización

Variable X: Gestión de almacenes

La gestión de almacenes forma parte fundamental en la logística de una empresa, Salazar (2016, párr. 4). La gestión de almacenes es definido por la función logística como un proceso que abarca desde la recepción de la mercadería, su almacenaje y movimiento interno del mismo almacén hasta su posterior consumo o despacho. Lo cual quiere decir que la óptima

gestión en los almacenes por parte de la organización ayuda mucho al funcionamiento de la logística, tanto como el abastecimiento del almacén para poder responder ante cualquier requerimiento por parte del cliente; así como también se está pendiente de la distribución física dentro del almacén de acuerdo a sus flujos y movimientos. La planificación y gestión adecuada de los almacenes abarca principalmente la gestión de stock, recepción de la mercadería flujos de entradas y salidas de un almacén, entre otros; para poder gestionar el responsable debe analizar la demanda de los productos y comenzar a ordenar el espacio para el almacenamiento de las producciones.

Dimensión 1: Gestión del stock

Cañedo (2015), indica que: “Gestión de stock es un listado que recoge las cantidades disponibles de cada artículo. Una buena gestión de inventarios conoce en todo momento las existencias reales y el estado de los pedidos en curso [...]” (p.172). Por tanto la gestión de stock es muy importante en la operatividad de un almacén, porque demuestra la cantidad de los productos e insumos que cuenta disponible en el almacén para la venta o realizar un proceso de producción. La cantidad física que hay en el almacén debe ser igual al que se refleja en el sistema, deberían ser lo mismo para evitar retrasos, malestares, y poder evitar una información errónea al cliente ya que puede afectar a la empresa como imagen

La dimensión gestión del stock cuenta con los siguientes indicadores:

- Indicador 1: Existencias reales.
- Indicador 2: Disponibilidad de productos.
- Indicador 3: Parámetros de stock.

Dimensión 2: Recepción de la mercadería

López (2014) menciona que: “La primera tarea que se realiza cuando la mercancía llega al almacén, es la recepción de la misma, inspección y codificación. Luego se procede al almacenamiento en el almacén de las unidades que estén en buen estado [...]” (p.48). Hace referencia a que se debe verificar y controlar la mercadería entrante al almacén, además de que es una tarea importante de los responsables del almacén ya que esos productos serán llevados al cliente final mediante la separación de los pedidos. En la recepción del producto se debe separar la mercadería que este en mal estado lo cual en una empresa de producción se debe reprocesar en próximos lotes del mismo producto o recuperar en otros similares.

La dimensión recepción de la mercadería cuenta con los siguientes indicadores:

- Indicador 1: Verificación de mercadería.
- Indicador 2: Clasificación.

Dimensión 3: Flujos de entradas y salidas

Anaya (2014 p. 123), menciona: “Cuando hablamos de flujo de productos nos referimos a productos terminados, o sea productos fabricados que han pasado el control de calidad y que están disponibles para la venta en los almacenes comerciales (mercaderías)”. Se rescata que los flujos de los productos son importantes para que no afecte la correcta logística de un almacén; los flujos de entradas y salidas desde el aspecto y las particularidades de las mercaderías son variadas como por ejemplo, la última mercadería que entra en un almacén es la primera en salir a la venta (lifo), la primera mercadería que se ingresa a un almacén es la primera en salir a la venta (fifo), y la mercadería que está próxima a su caducidad debe ser la primera en salir a la venta.

La dimensión flujos de entradas y salidas cuenta con los siguientes indicadores:

- Indicador 1: Rotación.
- Indicador 2: Inventarios parciales.

Variable Y: Atención oportuna a los clientes.

La atención oportuna a los clientes es importante para la empresa, así como lo menciona Iglesias (2013, p. 11): Servicio al cliente consiste en un proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar los deseos y necesidades de los usuarios en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización. Este proceso nos debe permitir implementar una política para un eficaz de servicio a los clientes, donde queden marcados todos los parámetros que sean considerados por él. Se infiere que la atención oportuna al cliente está relacionado y depende del departamento comercial de la organización; como también si se quiere atender al cliente oportunamente dependen de otros factores como son la disponibilidad del producto, el tiempo de espera, la empatía e interés que demuestran los colaboradores para con el cliente; y la seguridad que quieren tener los clientes si va a llegar su pedido completo en el lugar y tiempo acordado al momento de generar la compra.

Dimensión 1: Calidad de servicio

La calidad de servicios para Areniz, Medina & Rico. (2016): “La calidad de servicios puede verse afectada por aspectos que influyen en la organización, como una estructura organizacional que no define responsabilidades, rígida en cuanto a la combinación de habilidades y competencias o recarga demasiadas funciones en algunas áreas (p.34)”. La calidad de servicios que se brinde al cliente no depende directamente del área de ventas o

de comercialización, sino también intervienen más áreas de la organización, por ejemplo, el almacén para poder cumplir con el cumplimiento de lo solicitado por el cliente y no dejar mal la imagen de la empresa.

La dimensión calidad de servicio cuenta con los siguientes indicadores:

- Indicador 1: Nivel de cumplimiento.
- Indicador 2: Atención.

Dimensión 2: Disponibilidad del producto

La disponibilidad del producto según Dittmann, Mentzer & Slone (2012): “Si el diseño del producto permite realizar cambios y giros radicales de forma flexible, [...] la compañía podrá reaccionar de forma mucho más rápida a cambios inesperados de la demanda para ofrecer una mejor disponibilidad de producto” (p.116). Se infiere que la disponibilidad del producto es muy importante para que se cumpla con la atención oportuna a los clientes, como también evaluar si no hay stock o niveles bajos del mismo se debe realizar la compra de los insumos con el proveedor para no para no alterar la cadena de suministro. Toda empresa debe tener disponible el producto que ofrece en sus catálogos, aunque sea el que menos rota con un mínimo de stock o en todo caso que lo saquen de línea.

La dimensión disponibilidad del producto cuenta con los siguientes indicadores:

- Indicador 1: Tiempo de espera.
- Indicador 2: Stock del producto.
- Indicador 3: Estado del producto.

Dimensión 3: Empatía

Según Escudero (2017 p. 74). La empatía es poder contar con la capacidad de colocarse en el lugar del otro individuo, entendiendo qué piensa y siente; va más allá de la escucha activa (que es una mera habilidad) porque incluye respeto e interés. La empatía es un valor o capacidad que una persona debería desarrollar para poder dar soluciones a los clientes críticos que se acerquen, y no solo a ellos sino también a todas las personas que asisten a la empresa tanto sea colaborador, proveedor, competidor, etc.; la empatía es fundamental para todos. Asimismo, se encuentra relacionado con la satisfacción del cliente, por tal motivo la seguridad del cliente que debería tener es que la mercancía debe llegar al punto acordado sin mucho retraso y completo con lo solicitado.

La dimensión empatía cuenta con los siguientes indicadores:

- Indicador 1: Interés.
- Indicador 2: Habilidades.

Operacionalización de variables

Tabla N°1.

Matriz de operacionalización de variables.

Fuente: Elaboración propia

Variables	Definición Conceptual	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles y Rango	Escala de Medición			
Variable "X" Gestión de almacenes	Para Salazar, B. (2016, párr. 4). "La gestión de almacenes tiene como objetivo optimizar un área logística funcional que actúa en dos etapas de flujo como lo son el abastecimiento y la distribución física, constituyendo por ende la gestión de una de las actividades más importantes para el funcionamiento de una organización".	Los datos que se van a obtener se van a realizar a través de un cuestionario con la finalidad de medir sus actitudes y que constarán de 10 preguntas y estás van a estar relacionadas con las siguientes dimensiones:	Gestión del stock	Existencias reales	Considera usted que la cantidad de bienes que hay en el almacén refleja el stock que hay en el sistema.	5. Muy de acuerdo	ORDINAL			
				Disponibilidad de productos	El almacén debe estar en su capacidad máxima de almacenamiento. La disponibilidad de los productos en almacén está de acuerdo a la demanda de los clientes.					
				Parámetros de stock	Se respeta el stock mínimo y máximo en el almacén. Es necesario que los productos terminados lleguen por debajo del stock mínimo para iniciar su producción. La verificación de la mercadería ayuda a determinar la cantidad exacta que entra al almacén.					
			Recepción de la mercadería	Verificación de mercadería	La verificación al recepcionar la mercadería permite detectar el estado de los productos. La ubicación de los productos en almacén debe ser debidamente clasificados por clases.	4. De acuerdo				
				Clasificación	La venta de los productos debe salir de acuerdo al orden que ingresaron los lotes.	3. Indiferente				
			Flujos de entradas y Salidas	Rotación	Los inventarios parciales son más accesibles para informar el stock de productos.					
				Inventarios parciales	El cliente se encuentra satisfecho con la entrega de los productos requeridos. La empresa cumple con los plazos pactados en la entrega de los pedidos. El trato que recibe el cliente es el adecuado.			2. En desacuerdo		
			Variable "Y" Atención oportuna a los clientes	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	Los datos que se van a obtener se van a realizar a través de un cuestionario con la finalidad de medir sus actitudes y que constarán de 10 preguntas y estás van a estar relacionadas con las siguientes dimensiones.	Calidad del servicio		Nivel del cumplimiento	El personal de ventas le brinda la información adecuada al cliente. Se cumplen con los compromisos pactados con el cliente desde que hace el requerimiento.	1. Muy en desacuerdo
								Atención	La empresa cumple con la cantidad de productos requeridos por el cliente. La empresa dispone con todos los productos en el momento que el cliente lo requiere.	
						Disponibilidad del producto		Tiempo de espera	Los productos que llegan al cliente se encuentran en buen estado.	1. Muy en desacuerdo
Stock del producto	Se le demuestra interés al cliente cuando se le está atendiendo.									
Empatía	Estado del producto	Los trabajadores demuestran sus habilidades para la atención al cliente.								
	Interés									
	Habilidades									

2.3 Población, muestra y muestreo

Población

El total de la población ha sido conformada por 350 trabajadores de diferentes áreas de la empresa Anypsa Corporation SA, ubicada en el distrito de Carabayllo. La población según

Baptista, Fernández & Hernández (2010, p. 174). La población es un conjunto de características similares en torno a un contenido, de tiempo y lugar determinado.

Tabla N° 2.

Distribución de personal

N°	TIPO DE PERSONAL	CANTIDAD
1	OBRERO	228
2	EMPLEADO	122
TOTAL		350

Fuente: Elaboración propia (los datos fueron obtenidos de RRHH de la empresa)

Muestra

La muestra ha sido conformado por 183 trabajadores de la empresa Anypsa Corporation ubicada en el distrito de Carabayllo.

Baptista, Fernández & Hernández (2010, p. 173). Muestra: Es un grupo representativo de la población total de la cual se obtendrán datos referenciales para el estudio.

$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$ <p>Donde: n = el tamaño de la muestra. N = tamaño de la población. σ = Desviación estándar de la población Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza e = Límite aceptable de error muestral</p>	$n = \frac{350 * 1.96^2 * 0.5^2}{0.05^2 * 399 + 1.96^2 * 0.5^2}$ <p>n=183</p>
--	---

Figura N° 1: Ecuación fórmula muestra poblacional

Fuente: Bernal (2010, p. 183)

Muestreo

Muestreo aleatorio simple. Bernal (2010, p. 164). El muestreo aleatorio simple se utiliza cuando en el conjunto de una población, cualquiera de las variables tiene como objeto a ser medible.

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

Técnicas

La técnica usada ha sido la encuesta. Bernal (2010, p. 194). La encuesta se fundamenta en un grupo de preguntas colocado en un cuestionario, con el fin de conseguir datos e información de los colaboradores.

Instrumentos de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario, según Baptista, Fernández & Hernández (2010, p. 217). Cuestionario: Contiene una cantidad de preguntas con respecto a las variables que se van a medir, y es el instrumento que se utiliza más para poder obtener datos.

Validez del instrumento:

El instrumento ha sido validado por el método de juicio de expertos. Baptista, Fernández & Hernández (2010, p. 204). La validez de expertos describe el grado de un instrumento para poder medir la variable en discusión, por ello se debe contar con la aprobación de expertos en el tema.

El instrumento de validación de datos ha sido validado por los siguientes expertos:

Tabla N°3.

Validación de expertos

Numero	Apellidos y nombres	Grado	Resultados
1	Costilla Castillo, Pedro	Doctor	Validado
2	Cárdenas Saavedra, Abraham	Doctor	Validado
3	Dávila Arenaza, Víctor	Doctor	Validado
4	Martínez Zavala, María Dolores	Doctora	Validado

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad del instrumento

Según Bernal (2010, p. 265). Se refiere que la confiabilidad es la consistencia de los puntos obtenidos por la población reducida, para examinarse en varias circunstancias con el mismo instrumento.

Tabla N° 4.

Tabla de valoración de Cronbach

Coefficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Despreciable
0.20 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

Fuente: Valderrama (2013, p. 228)

Se aplicó la encuesta en base a una muestra reducida de 10 colaboradores de la empresa Anypsa Corporation, para calcular el coeficiente de fiabilidad del instrumento estadístico de Alfa de Cronbach, se ingresaron los resultados al programa estadístico Spss y resulta:.

Tabla N° 5.

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	10	100,0
Excluidos ^a	0	,0
Total	10	100,0

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 6.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,838	20

Fuente: Elaboración propia

La tabla nos muestra que el análisis de fiabilidad que es de 0,838, y teniendo en cuenta la tabla de fiabilidad de Valoración de Cronbach, se ubica al instrumento de medición en una tendencia muy alta. Por ello la aplicación del instrumento es viable porque así nos demuestra los estadísticos de fiabilidad.

2.5 Procedimientos

Bernal (2010, p. 138). El procedimiento estadístico es un aspecto muy importante para verificar o realizar la prueba de hipótesis. Se desarrolló los procedimientos en las siguientes etapas:

- Etapa 1: Se preparó el material de encuesta; es decir, preparación del cuestionario para la recolección de datos.
- Etapa 2: Solicitar la autorización para la encuesta, se coordinó con el responsable de RRHH para la aplicación del instrumento.
- Etapa 3: Aplicación de la encuesta, debido a la previa coordinación se desarrolló la encuesta en sí a los colaboradores.

Estas etapas ayudaron a obtener una base de datos para proceder a ingresar y desarrollar el programa estadístico spss para poder obtener los resultados correspondientes.

2.6 Métodos de análisis de datos

Método descriptivo

Según Bernal (2010, p. 113). La investigación descriptiva no se basa solo en la obtención de datos, sino también en poder predecir y determinar la relación que existe entre las variables, para ello se plantean hipótesis y son analizadas con detenimiento.

Método inferencial:

El método inferencial generaliza el resultado de la muestra a un todo, el resultado estadístico de la muestra tiene la denominación de estadígrafos, por ello a las estadísticas realizadas a un población se le conoce como parámetros, que no son calculados porque se recolecta datos de la muestra, y de ahí se infiere los resultados. (Baptista, Fernández & Hernández (2010, p. 305)

2.7 Aspectos éticos

La investigación se desarrolló en base al manual APA, como también se respetará la confidencialidad de los datos de los encuestados; se mantendrá la transparencia y credibilidad de los resultados, dado que se ha procesado los datos sin ser alterados con el propósito de poder contribuir a la mejora de la empresa y entes interesados en la investigación.

III. RESULTADOS

Análisis descriptivo

3.1.1 Variable: Gestión de almacenes.

Dimensión 1: Gestión del stock

Tabla N° 7.

Distribución de frecuencias acerca de la gestión del stock

GESTIÓN DEL STOCK (agrupado)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TOTAL DESACUERDO	5	2,7	2,7
	DESACUERDO	67	36,6	39,3
	INDIFERENTE	72	39,3	78,7
	DE ACUERDO	32	17,5	96,2
	TOTAL ACUERDO	7	3,8	100,0
	Total	183	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta a los colaboradores con respecto a la primera dimensión Gestión del stock son: el 39.3% respondieron indiferente, el 36.6% se encuentran en desacuerdo, el 17.5% se muestran de acuerdo, el 3.8% están en total acuerdo y solo 2.7% afirman su total desacuerdo con la variable siendo la más baja.

Dimensión 2: Recepción de la mercadería

Tabla N° 8.

Distribución de frecuencias acerca de la recepción de la mercadería

RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA (agrupado)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TOTAL DESACUERDO	2	1,1	1,1
	DESACUERDO	12	6,6	7,7
	INDIFERENTE	43	23,5	31,1
	DE ACUERDO	87	47,5	78,7
	TOTAL ACUERDO	39	21,3	100,0
	Total	183	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta a los colaboradores con respecto a la segunda dimensión Recepción de la mercadería son: el 47.5% se encuentran de acuerdo con la dimensión, el 23.5% se muestran indiferente, el 21.3% afirman su total acuerdo, el 6.6% se encuentran en desacuerdo y solo el 1.1% mencionan en total desacuerdo.

Dimensión 3: Flujos de entradas y salidas

Tabla N° 9.

Distribución de frecuencias acerca de flujos de entradas y salidas

FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TOTAL DESACUERDO	7	3,8	3,8	3,8
	DESACUERDO	12	6,6	6,6	10,4
	INDIFERENTE	66	36,1	36,1	46,4
	DE ACUERDO	78	42,6	42,6	89,1
	TOTAL ACUERDO	20	10,9	10,9	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta a los colaboradores con respecto a la tercera dimensión Flujos de entradas y salidas son: el 42.6% se muestran de acuerdo con esta dimensión, el 36.1% se encuentran indiferente, el 10.9% se encuentran en total acuerdo, el 6.6% se encuentran en desacuerdo y solo 3.8% se encuentran en total desacuerdo.

3.1.2 Variable: Atención oportuna a los clientes

Dimensión 1: Calidad del servicio

Tabla N° 10.

Distribución de frecuencias acerca de la calidad del servicio

CALIDAD DEL SERVICIO (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DESACUERDO	34	18,6	18,6	18,6
	INDIFERENTE	93	50,8	50,8	69,4
	DE ACUERDO	44	24,0	24,0	93,4
	TOTAL ACUERDO	12	6,6	6,6	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados que se han obtenido mediante la aplicación de la encuesta a los colaboradores con respecto a la primera dimensión Calidad de servicio son: el 50.8% se encuentran indiferente con la dimensión, el 24% se encuentran de acuerdo, el 18% se muestran en desacuerdo y solo el 6.6% se encuentran en total acuerdo con la dimensión.

Dimensión 2: Disponibilidad del producto

Tabla N° 11.

Distribución de frecuencias acerca de la disponibilidad del producto

DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TOTAL DESACUERDO	2	1,1	1,1	1,1
	DESACUERDO	40	21,9	21,9	23,0
	INDIFERENTE	88	48,1	48,1	71,0
	DE ACUERDO	46	25,1	25,1	96,2
	TOTAL ACUERDO	7	3,8	3,8	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados que se han obtenido mediante la aplicación de la encuesta a los colaboradores con respecto a la segunda dimensión Disponibilidad del producto son: el 48.1% se muestran indiferente, el 25.1% están de acuerdo, el 21.9% se encuentran en desacuerdo, el 3.8% se encuentran en total acuerdo y solo el 1.1% se encuentran en total desacuerdo.

Dimensión 3: Empatía.

Tabla N° 12.

Distribución de frecuencias acerca de la empatía

EMPATÍA (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DESACUERDO	26	14,2	14,2	14,2
	INDIFERENTE	50	27,3	27,3	41,5
	DE ACUERDO	99	54,1	54,1	95,6
	TOTAL ACUERDO	8	4,4	4,4	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados que se han obtenido mediante la aplicación de la encuesta a los colaboradores con respecto a la tercera dimensión Empatía son: el 54.1% se encuentran de acuerdo, el 27.3% muestran su indiferencia, el 14.2% se encuentran en desacuerdo y por su parte el 4.4% se encuentran en total acuerdo con la dimensión.

Análisis inferencial

Tabla N° 13.

Tabla de correlación

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

Fuente: Baptista, Fernández & Hernández (2010, p. 312).

Prueba de hipótesis general

H: La gestión de almacenes tiene relación con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

H0: La gestión de almacenes no tiene relación con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

H1: La gestión de almacenes tiene relación con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

Tabla N° 14.

Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las variables: la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA.

		Correlaciones	
		GESTIÓN DE ALMACENES (agrupado)	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES (agrupado)
Rho de Spearman	GESTIÓN DE ALMACENES (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,397**
	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES (agrupado)	N	183
		Coeficiente de correlación	,397**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	183

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

Fuente: Elaboración propia (datos obtenidos del spss)

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0.397 como se observa en la tabla N° 14; a su vez se muestra que el nivel de significancia bilateral (sig=0.000) es menor que el p valor (0.05). De acuerdo a la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alterna (H₁). De acuerdo a la tabla N° 13 de correlación se concluye que la gestión de almacenes tiene relación positiva media con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

Hipótesis específica 1:

H: La gestión del stock tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

H0: La gestión del stock no tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

H1: La gestión del stock tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

Tabla N° 15.

Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la dimensión: la gestión del stock y la variable: atención oportuna a los clientes.

Correlaciones			
		GESTIÓN DEL STOCK (agrupado)	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES (agrupado)
Rho de Spearman	GESTIÓN DEL STOCK (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 183
	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,485** ,000 183

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

Fuente: Elaboración propia (datos obtenidos del spss)

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0.485 como se observa en la tabla N° 15; a su vez se muestra que el nivel de significancia bilateral (sig=0.000) es menor que el p valor (0.05). De acuerdo a la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alterna (H₁). De acuerdo a la tabla N° 13 de correlación se concluye que la gestión del stock tiene relación positiva media con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

Hipótesis específica 2:

H: La recepción de la mercadería tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

H0: La recepción de la mercadería no tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

H1: La recepción de la mercadería tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

Tabla N° 16.

Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la dimensión: la recepción de la mercadería y la variable: atención oportuna a los clientes.

Correlaciones			
		RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA (agrupado)	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES (agrupado)
Rho de Spearman	RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 . ,115 ,022

	N	183	183
ATENCIÓN OPORTUNA A	Coefficiente de correlación	,115	1,000
LOS CLIENTES (agrupado)	Sig. (bilateral)	,122	.
	N	183	183

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

Fuente: Elaboración propia (datos obtenidos del spss)

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0.115 como se observa en la tabla N° 16; a su vez se muestra que el nivel de significancia bilateral (sig=0.022) es menor que el p valor (0.05). De acuerdo a la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). De acuerdo a la tabla N° 13 de correlación se concluye que la recepción de la mercadería tiene relación positiva media con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

Hipótesis específica 3:

H: El flujo de entradas y salidas tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

H0: El flujo de entradas y salidas no tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

H1: El flujo de entradas y salidas tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

Tabla N° 17.

Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la dimensión: flujo de entradas y salidas con la variable: atención oportuna a los clientes.

		Correlaciones	
		FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS (agrupado)	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES (agrupado)
	FLUJOS DE	Coefficiente de correlación	1,000
	ENTRADAS Y	Sig. (bilateral)	,431**
Rho de	SALIDAS (agrupado)	N	,000
			183
Spearman	ATENCIÓN	Coefficiente de correlación	,431**
	OPORTUNA A LOS	Sig. (bilateral)	1,000
	CLIENTES (agrupado)	N	,000
			183

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

Fuente: Elaboración propia (datos obtenidos del spss)

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0.431 como se observa en la tabla N° 17; a su vez se muestra que el nivel de significancia bilateral (sig=0.000) es menor que el p valor (0.05). De acuerdo a la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). De acuerdo a la tabla N° 13 de correlación se concluye que el Flujo de entradas y salidas tiene relación positiva media con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

IV. DISCUSIÓN

4.1 El Objetivo General ha sido determinar la relación de la gestión de almacenes con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019; de acuerdo a los resultados obtenidos (coeficiente de relación de Spearman = 0,397) se ha determinado que existe relación positiva media de la gestión de almacenes con la atención oportuna a los clientes.

Dichos resultados tienen coherencia con la teoría científica de las Fuerzas Competitivas de Michael Porter, una buena y adecuada gestión con los proveedores mantiene una óptima planeación en los almacenes de la empresa, esto a su vez permite la atención oportuna a los clientes, siendo este un valor que le diferencia de la competencia. Asimismo también tiene coherencia con los resultados de las investigaciones siguientes:

Cardona, Mera, Torres & Viera (2017). Diagnóstico de los modelos de gestión de inventarios de alimentos en empresas hoteleras. Revista Científica Ecociencia. Universidad Tecnológica Ecotec, Ecuador. Concluye que hay necesidad de la implementación de modelos para tener un correcto proceso en la realización de inventarios, de tal manera se podrá complementar y optimizar los servicios ofrecidos.

Camacho & Montenegro (2017). Mejora de la gestión de abastecimiento de la tienda mayorista Proveedores de Abarrotes Santa Ana SRL. En la Ciudad de Chiclayo. Se llega a la conclusión que la empresa tiene un gran potencial para crecer debido a la cartera de productos que posee y a la confianza que genera en sus clientes; sin embargo, debe seguir mejorando continuamente con el fin de mejorar sus operaciones.

Yagchirema (2015). La Logística y la Satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A en la ciudad de Ambato. Tesis para optar el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios industrial en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. La conclusión llegada de define como al supuesto de un arduo estudio cual objetivo fundamental es poder atender y estar atentos a toda circunstancia que permiten el acabado eficaz de un proceso, tal procedimiento en la investigación debe ser de observar la sucesión de circunstancias o eventos que nos permita llegar hasta el final satisfactoriamente.

4.2 Objetivo específico 1, ha sido determinar la relación de la gestión del stock con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019; de acuerdo a los resultados obtenidos (coeficiente de relación de Spearman = 0,485) se ha determinado que existe relación positiva media de la gestión del stock con la atención oportuna a los clientes.

Dichos resultados tienen coherencia con la definición dada por Cañedo. La gestión del stock es información real y cotejada con el sistema de sistema para que en el momento que se quiere realizar una venta solo vean el sistema se confirme el stock del producto para no generar retrasos en la atención ni la incomodidad del cliente. Asimismo también tiene coherencia con los resultados de las investigaciones siguientes:

García & Torres (2017). *Administración de inventarios, un desafío para las Pymes*. Inventio, la génesis de la cultura universitaria en Morelos. Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México. El artículo tuvo como objetivo describir el problema para la elaboración de un sistema para el control de inventarios en una pequeña empresa manufacturera del estado de Morelos. Como conclusión se obtiene que los sistemas de control de inventarios no son muy utilizados para la PYMES. En el trabajo de investigación se ejemplifica los problemas que se obtuvieron para poder implementar el tipo de sistemas en la PYME manufacturera del estado de Morelos.

Aliaga (2017). *Gestión de Calidad bajo en enfoque de Atención al Cliente de las mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay, 2017*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ucayali-Perú. Se llegó a la siguiente conclusión que los colaboradores sepan de mejor manera las particularidades de la población que se atienden diariamente en las boticas para que se pueda ofrecer de acuerdo a la cultura de la región nuevos servicios que se quiere llegar a implementar.

Morales (2016). *Sistema de control interno y gestión de inventario en el almacén de Pinturas PintuImport en la ciudad de Santo Domingo*. Tesis de grado para obtener el título de Ingeniera en contabilidad superior, auditoría y finanzas en la Universidad Regional Autónoma de Los Andes de Santo Domingo-Ecuador. La investigación mencionada determinó como objetivo la relación existente entre el control interno y la correcta gestión de inventario en el almacén. Se pudo concluir que si existe relación entre el control interno y la correcta gestión de inventario; además ha permitido implementar políticas, procesos y ética que ayudan al colaborador realizarse y mejorar en sus funciones.

4.3 Objetivo específico 2, ha sido determinar la relación de la recepción de la mercadería con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019; de acuerdo a los resultados obtenidos (coeficiente de relación de Spearman = 0,115) se ha determinado que no existe relación y de forma positiva media de la gestión del stock con la atención oportuna a los clientes.

Dichos resultados tienen coherencia con la definición dada por Salazar quien dice la gestión de almacenes es definido por un proceso en función logística que abarca la recepción, almacenamiento y los movimientos que se dan en un mismo almacén hasta el punto final del consumo del producto. Lo cual esto permite una óptima y oportuna atención a los clientes. Asimismo también tiene coherencia con los resultados de las investigaciones siguientes:

Cabrera & Salazar (2016). *Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador*. Industrial Data, Revista de Investigación. Universidad Nacional de San Marcos, Lima-Perú. La intención del artículo científico es llegar a conocer la calidad que ofrecen los servicios de los procedimientos en las matrículas de la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador. La conclusión fue saber los contrastes entre el grado de apreciaciones y perspectivas que el usuario cree tener sobre el servicio que se ofrece, gran parte de los clientes entiende que el servicio debe ser de calidad según su perspectiva de acuerdo a las actitudes y perspectivas mostradas.

Quispe (2017). *Cadena de Suministros y la calidad de Servicio de la empresa Barret & BUR S.A.C Periodo 2015 al 2016 Nuevo Chimbote*. Tesis para obtener el título de licenciada en Administración en la Universidad César Vallejo, Chimbote-Perú. A la conclusión llegada es que el proceso de la cadena de suministros por la organización, pasa por ciertas etapas o procesos que son los costos que tienen, las adquisiciones por medio de compras con los proveedores y las salidas que se realiza por las ventas generadas.

Barragán & Bejarano (2013). *Diseño del sistema de almacenamiento y manejo de producto terminado en la fábrica de Calzado Rómulo*. Tesis para optar el título de Ingeniero industrial. Se concluyó que elaborar un programa preventivo del equipo de almacén para evitar inconvenientes como los que acontece en la empresa, obliga a detener las actividades de carga y descarga; no colocar la mercadería en zona de tránsito o línea peatonal ya que estas son necesarias para el buen flujo y correcto de materiales para evitar riesgos en los colaboradores.

4.4 Objetivo específico 3, ha sido determinar la relación del flujo de entradas y salidas con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019; de acuerdo a los resultados obtenidos (coeficiente de relación de Spearman = 0,431) se ha determinado que existe relación positiva media de la gestión del stock con la atención oportuna a los clientes.

Dichos resultados tienen coherencia con la teoría científica de las Fuerzas Competitivas de Michael Porter, una correcta administración de los movimientos de los productos del almacén e inventarios concisos ayudará a gestionar correctamente el flujo de entradas y salidas; lo cual le interesa a los grupos de interés de la empresa, quien viene siendo los clientes externos e internos, los accionistas, comunidad que rodea y la competencia. Asimismo también tiene coherencia con los resultados de las investigaciones siguientes:

Gómez, Huguet & Pineda (2016). *Mejora del sistema de gestión del almacén de suministros de una empresa productora de gases de uso medicinal e industrial*. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias. Universidad de Carabobo, Venezuela. El objetivo del artículo ha sido determinar la manera de mejorar la gestión del almacén de una empresa que produce gases para darle un uso de tipo medicinal y beneficio en las industrias. Cuya conclusión fue que se logró realizar un arduo y crítico estudio con el uso del flujograma causa-efecto, que permitió conocer y analizar las causas principales del problema, por ende se plantea propuestas de mejora.

Lara (2017). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial*, Lima 2017. Tesis para optar el título ingeniera industrial en la Universidad Privada Norbert Wiener, Lima-Perú. La tesis mencionada tiene objetivo poder determinar un plan para la gestión logística y así optimizar el nivel de satisfacción por parte de los consumidores de una empresa industrial en Lima. En conclusión la existencia de periodos que se pierden sin hacer algo, por la falta de tener una definición clara en los procesos y controles, dan como consecuencia que se genere el retraso en las entregas de las solicitudes o pedidos requeridos por el cliente y su insatisfacción para con la empresa.

Vedar (2016). *Modelo de gestión logística para la optimización del proceso de bodega de producto terminado en la Empresa Industria Ecuatoriana de Cables Incable S.A de la Ciudad de Guayaquil*, 2016. Tesis para obtener el grado de Magíster en Administración de Empresas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. En conclusión la mercadería debe ser almacenados por familia, siempre midiendo el grado de rotación que tienen los productos, es decir, lo de mayor rotación cerca de la zona de carga y lo menor rotación poco más lejos para distribuir correctamente los espacios.

4.5 Hipótesis General de la investigación ha sido La gestión de almacenes tiene relación con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. De acuerdo a la prueba de hipótesis, el resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,397 como se observa en la tabla N° 14; a su vez se muestra que el

nivel de significancia bilateral ($\text{sig}=0.000$) es menor que el p valor (0.05). De acuerdo a la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En consecuencia y de acuerdo a la tabla N° 14 de correlación se concluye que La gestión de almacenes tiene relación positiva media con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

4.6 Hipótesis específica 1, La gestión del stock tiene relación con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. De acuerdo a la prueba de hipótesis, el resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,485 como se observa en la tabla N° 15; a su vez se muestra que el nivel de significancia bilateral ($\text{sig}=0.000$) es menor que el p valor (0.05). De acuerdo a la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En consecuencia y de acuerdo a la tabla N° 16 de correlación se concluye que La gestión del stock tiene relación positiva media con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

4.7 Hipótesis específica 2, La recepción de la mercadería tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. De acuerdo a la prueba de hipótesis, el resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,115 como se observa en la tabla N° 16; a su vez se muestra que el nivel de significancia bilateral ($\text{sig}=0.022$) es mayor que el p valor (0.05). De acuerdo a la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En consecuencia y de acuerdo a la tabla N° 16 de correlación se concluye que La recepción de la mercadería tiene relación y de forma positiva media con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation.

4.8 Hipótesis específica 3, El flujo de entradas y salidas tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. De acuerdo a la prueba de hipótesis, el resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,431 como se observa en la tabla N° 17; a su vez se muestra que el nivel de significancia bilateral ($\text{sig}=0.000$) es menor que el p valor (0.05). De acuerdo a la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). En consecuencia y de acuerdo a la tabla N° 16 de correlación se concluye que el Flujo de entradas y salidas tiene relación positiva media con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.

V. CONCLUSIONES

5.1 Se ha determinado que existe relación de la gestión de almacenes con la atención oportuna a los clientes.

5.2 Se ha determinado que existe relación de la gestión del stock con la atención oportuna a los clientes.

5.3 Se ha determinado que existe relación de la recepción de la mercadería con la atención oportuna a los clientes.

5.4 Se ha determinado que existe relación del flujo de entradas y salidas con la atención oportuna a los clientes.

VI. RECOMENDACIONES

6.1 Mejorar y mantener actualizado el sistema kardex (control de ingresos y salidas del producto) de la empresa, almacenar en el lugar adecuado y de acuerdo a las características de las mercaderías para el despacho de los productos almacenados. Tener en cuenta que la mercadería que primero entra al almacén debe ser la primera en salir. Realizar la clasificación de los productos de acuerdo a su rotación, para la atención inmediata de las mercancías solicitadas por el cliente.

6.2 Mantener el stock disponible de los productos para evitar faltantes de mercaderías cuando el cliente solicite y así evitaremos su insatisfacción. Revisar detenidamente los reportes de inventarios para saber el flujo de los productos, esto ayudara a establecer indicadores de stock disponible y se proyectará a los bienes mínimos necesarios de almacenamiento.

6.3 Realizar el ingreso de los productos terminados en forma oportuna y mantener actualizado el sistema integrado de almacenamiento y stock de la empresa, para que el departamento comercial pueda observar el stock disponible para la venta.

6.4 Realizar un correcto análisis de los movimientos de la mercadería (flujos de entradas y salidas). Se recomienda realizar inventarios periódicos y sorpresivos de productos para saber el stock real de las mercaderías.

REFERENCIAS

- Anaya, J. (2008). *Almacenes: Análisis, diseño y organización*. Madrid, España. Esic Editorial.
- Anaya, J. (2014). *El diagnóstico logístico*. Madrid, España. Esic Editorial.
- Areniz, Y., Meina, Y. & Rico, D. (2016). *Modelo estratégico para la gestión tecnológica en la organización: Plan táctico de la calidad (Itil & Iso 20000)*. Colombia. Fondo editorial ITM.
- Baptista, P., Fernández, C. & Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación*. México. (5ta. Ed.). McGraw-Hill.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3ra ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Brenes, P. (2015). *Técnicas de almacén*. España. (3ra. Ed.). Editex.
- Cañedo, M. (2015). *MF0664_3: Programación de la producción en industrias de proceso*. España. (5ta. Ed.). Editorial Elearning S.L
- Dittmann, J., Mentzer, J. & Slone, R. (2012). *Transformando la cadena de suministro: Innovando para la creación de valor en todos los procesos críticos*. España. Profit Editorial.
- Escudero, M. (2014). *Logística de almacenamiento*. Madrid, España. Ediciones Paraninfo.
- Escudero, M. (2017). *Comunicación y atención al cliente*. España. 2da. Ed. Paraninfo.
- García, A. (Septiembre/diciembre 2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Revista Telos*. 18. (3). Pp. 381-398. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>

- Iglesias, A. (2013). *Distribución y logística*. Madrid, España. Esic Editorial.
- López, J. (2014). *UF0476: Gestión de inventarios*. España. (5ta. Ed.). Editorial Elearning S.L.
- López, M. (Julio/septiembre, 2013). Importancia de la calidad de servicio al cliente: un pilar en la gestión empresarial. *Revista El buzón de pacioli*. (82). Recuperado de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Marín, R. (2014). *Almacén de clase mundial: El camino a la rentabilidad en el manejo de almacenes y centros de distribución*. Medellín, Colombia. Centro Editorial Esumer.
- Salazar, B. (2016). *Gestión de almacenes*. Colombia: Ingeniería Industrial Online. Recuperado de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingenieroindustrial/gesti%C3%B3n-de-almacenes/>
- Sánchez, P. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. España. Editex.
- Porter, M. (2012). *Ser Competitivo. Edición Actualizada y aumentada*. España. 5ta. Ed. Ediciones Deusto.
- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Perú: Editorial San Marcos.
- Blanco, A. & Rivero, V. (julio-diciembre 2009). Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente de una empresa telefónica. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*. 1(3), 31-42.
Recuperada de: file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_215016887004.pdf
- Cabrera, M. & Salazar, W. (Julio/diciembre 2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador. *Industrial Data*. 19(2), 13-20.

Recuperada de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81649428003>

Cardona, D., Mera, B., Torres, R. & Viera, E. (03 de junio de 2017). Diagnóstico de los modelos de gestión de inventarios de alimentos en empresas hoteleras. *Revista Científica ECOCIENCIA*. 04(3), 28-51.

Recuperada de <http://ecociencia.ecotec.edu.ec/articulo.php?ida=98>

Cano, J., Correa, A. & Gómez, R. (octubre-diciembre 2010). Gestión de almacenes y tecnologías de la información y comunicación (TIC). *Revista Estudios Gerenciales*. 26(117), 145-171.

Recuperada de: <http://www.redalyc.org/pdf/212/21218551008.pdf>

Icaza, D., Valero, M. & Villegas, F. (febrero 2015). Sistema de gestión de calidad en el área de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Milagro. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.

Recuperada de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/electricidad.html>

García, P. & Torres, M. (2017). Administración de inventarios, un desafío para las Pymes. *Revista Inventio*. 13(29).

Recuperada de <http://inventio.uaem.mx/index.php/inventio/article/view/262/815>

Gómez, E., Huguet, J. & Pineda, Z. (2016). Mejora del sistema de gestión del almacén de suministros de una empresa productora de gases de uso medicinal e industrial. *Ingeniería Industria. Actualidad y Nuevas Tendencias*. 05(17), 89-108.

Recuperada de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215049679007>

Reyes, B., Sánchez, M., Vargas, M. & Vidal, O. (enero-junio 2011). Sistema de Información para el Control de Inventarios del Almacén del ITS. *Revista Conciencia Tecnológica*. 1(41), 41-46.

Recupera de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94419100007>

Aliaga, J. (2017). *Gestión de Calidad bajo en enfoque de Atención al Cliente de las mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay, 2017* (Tesis de licenciatura).

Recuperada de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4947>

Barragan, J. & Bejarano, J. (2013). *Diseño del sistema de almacenamiento y manejo de producto terminado en la fábrica de Calzado Rómulo* (Tesis de licenciatura).

Recuperada de: <https://bibliotecadigital.usb.edu.co/handle/10819/2203>

Bedor, D. (2016). *Modelo de gestión logística para la optimización del proceso de bodega de producto terminado en la Empresa Industria Ecuatoriana de Cables Incable S.A de la Ciudad de Guayaquil, 2016* (Tesis de maestría).

Recuperada de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/4549>

Camacho, O. (2017). *Mejora de la gestión de abastecimiento de la tienda mayorista Proveedores de Abarrotes Santa Ana SRL. En la Ciudad de Chiclayo* (Tesis de licenciatura).

Recuperada de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RULI_44ce2cb1a2cde7c74253be2175d2eee4

Chang, J. (2014). *Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán San Marcos* (Tesis de licenciatura).

Recuperada de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>

De la Cruz, C. & Lora, L. (2014). *Propuestas de mejora en la gestión de almacenes e inventarios en la empresa Molinera Tropical* (Tesis de maestría).

Recuperada de <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/984>

Lara, C. (2017). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017* (Tesis de licenciatura).

Recuperada de
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1238/TITULO%20-%20Lara%20Delgado%2C%20Carolina%20Romina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Morales, J. (2016). *Sistema de control interno y gestión de inventario en el almacén de Pinturas PintuImport en la ciudad de Santo Domingo* (Tesis de licenciatura).

Recuperada de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/3770>

Quispe, Y. (2017). *Cadena de Suministros y la calidad de Servicio de la empresa Barret & BUR S.A.C Periodo 2015 al 2016 Nuevo Chimbote* (Tesis de licenciatura).

Recuperada de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/10212>

Yagchirema, A. (2015). *La Logística y la Satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A en la ciudad de Ambato* (Tesis de Licenciatura).

Recuperada de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9420/1/250%20MKT.pdf>

ANEXOS

➤ Instrumento

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAR AL PERSONAL DE LA EMPRESA ANYPSA CORPORATION SA

Estimado colaborador reciba usted mis saludos cordiales, el presente cuestionario servirá para elaborar una tesis acerca de “LA GESTIÓN DE ALMACENES Y LA ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES EN LA EMPRESA ANYPSA CORPORATION SA, CARABAYLLO 2019”.

Quisiera pedirle en forma muy especial su colaboración para que conteste las preguntas, que no le llevarán mucho tiempo; cabe precisar que sus respuestas serán confidenciales. Las opiniones de todos los encuestados serán el sustento de la tesis para optar el Título de Licenciado en administración, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Le pido que conteste con la mayor claridad posible respecto al tema, cabe precisar que no hay respuesta correcta ni incorrecta. Muchas gracias por su colaboración.

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
TD	D	I	A	TA
1	2	3	4	5

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		TD	D	I	A	TA
1	¿Considera usted que la cantidad de bienes que hay en el almacén refleja el stock que hay en el sistema?					
2	¿El almacén debe estar en su capacidad máxima de almacenamiento?					
3	¿La disponibilidad de los productos en almacén está de acuerdo a la demanda de los clientes?					
4	¿Se respeta el stock mínimo y máximo en el almacén?					
5	¿Es necesario que los productos terminados lleguen por debajo del stock mínimo para iniciar su producción?					
6	¿La verificación de la mercadería ayuda a determinar la cantidad exacta que entra al almacén?					
7	¿La verificación al recepcionar la mercadería permite detectar el estado de los productos?					
8	¿La ubicación de los productos en almacén deben ser debidamente clasificados por clases?					
9	¿La venta de los productos deben salir de acuerdo al orden que ingresaron los lotes?					
10	¿Los inventarios parciales son más accesibles para informar el stock de productos?					
11	¿El cliente se encuentra satisfecho con la entrega de los productos requeridos?					
12	¿La empresa cumple con los plazos pactados en la entrega de los pedidos?					
13	¿El trato que recibe el cliente es el adecuado?					
14	¿El personal de ventas le brinda la información adecuada al cliente?					
15	¿Se cumplen con los compromisos pactados con el cliente desde que hace el requerimiento?					
16	¿La empresa cumple con la cantidad de productos requeridos por el cliente?					
17	¿La empresa dispone con todos los productos en el momento que el cliente lo requiere?					
18	¿Los productos que llegan al cliente se encuentran en buen estado?					
19	¿Se le demuestra interés al cliente cuando se le está atendiendo?					
20	¿Los trabajadores demuestran sus habilidades para la atención al cliente?					

Gracias por su colaboración.

➤ Validación del instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA GESTIÓN DE ALMACENES Y LA ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES EN LA EMPRESA ANPSA CORPORATION SA, CARABAYLLO 2019".
 Apellidos y nombres del Investigador: Tello Portilla, Roberto
 Apellidos y nombres del experto: *Don Heriberto González Flaco Bobbio*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO		
			ITEM (PREGUNTA)	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE / SUGERENCIAS	
GESTIÓN DE ALMACENES	GESTIÓN DEL STOCK	EXISTENCIAS REALES	Considera usted que la cantidad de bienes que hay en el almacén refleja el stock que hay en el sistema.			✓	
		DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS	El almacén debe estar en su capacidad máxima de almacenamiento. La disponibilidad de los productos en almacén está de acuerdo a la demanda de los clientes.			✓	
		PARÁMETROS DE STOCK	Se respeta el stock mínimo y máximo en el almacén. Es necesario que los productos terminados lleguen por debajo del stock mínimo para iniciar su producción.			✓	
		VERIFICACIÓN DE MERCADERÍA	La verificación de la mercadería ayuda a determinar la cantidad exacta que entra al almacén. La verificación al recibir la mercadería permite detectar el estado de los productos.			✓	
ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	CALIDAD DEL SERVICIO	CLASIFICACIÓN	La ubicación de los productos en almacén deben ser debidamente clasificados por clases.			✓	
		FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	ROTACIÓN INVENTARIOS PARCIALES La venta de los productos debe salir de acuerdo al orden que ingresaron los lotes. Los inventarios parciales son más accesibles para informar el stock de productos.			✓	
		ESTADO DEL PRODUCTO	NIVEL DEL CUMPLIMIENTO ATENCIÓN El cliente se encuentra satisfecho con la entrega de los productos requeridos. La empresa cumple con los plazos pactados en la entrega de los pedidos. El staff que recibe el cliente es el adecuado. El personal de ventas le brinda la información adecuada al cliente. Se cumplen con los compromisos pactados con el cliente desde que hace el requerimiento.			✓	
		INTERÉS HABILIDADES	TIEMPO DE ESPERA STOCK DEL PRODUCTO La empresa dispone con todos los productos en el momento que el cliente lo requiere. Los productos que llegan al cliente se encuentran en buen estado. Se le demuestra interés al cliente cuando se le está atendiendo. Los trabajadores demuestran sus habilidades para la atención al cliente.			✓	
Firma del experto:		<i>[Firma]</i>		Fecha: <u>31/11/2019</u>			

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA GESTIÓN DE ALMACENES Y LA ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES EN LA EMPRESA ANTPSA CORPORATION SA, CARABAYLLO 2019".

Apellidos y nombres del investigador: Tello Porcilla, Roberto

Apellidos y nombres del experto: DR. DAVIDA ABRONZO VICIOE

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE / SUGERENCIAS
GESTIÓN DE ALMACENES	GESTIÓN DEL STOCK	EXISTENCIAS REALES	Considere usted que la cantidad de bienes que hay en el almacén refleja el stock que hay en el sistema.		✓	
		DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS	El almacén debe estar en su capacidad máxima de almacenamiento. La disponibilidad de los productos en almacén está de acuerdo a la demanda de los clientes.		✓	
		PARÁMETROS DE STOCK	Se respeta el stock mínimo y máximo en el almacén. Es necesario que los productos terminados lleguen por debajo del stock mínimo para iniciar su producción.		✓	
		VERIFICACIÓN DE MERCADERÍA	La verificación de la mercadería ayuda a determinar la cantidad exacta que entra al almacén. La verificación al recepcionar la mercadería permite detectar el estado de los productos.		✓	
ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	CALIDAD DEL SERVICIO	CLASIFICACIÓN	La ubicación de los productos en almacén deben ser debidamente clasificados por clases.	TD = Total de acuerdo D = Desacuerdo = Indiferente A = Acuerdo TA = Total de acuerdo	✓	
		ROTACIÓN	La venta de los productos debe salir de acuerdo al orden que ingresaron los lotes.		✓	
		INVENTARIOS PARCIALES	Los inventarios parciales son más accesibles para informar el stock de productos. El cliente se encuentra satisfecho con la entrega de los productos requeridos.		✓	
		NIVEL DEL CUMPLIMIENTO	La empresa cumple con los plazos pactados en la entrega de los pedidos. El trato que recibe el cliente es el adecuado.		✓	
EMPATÍA	ESTADO DEL PRODUCTO	ATENCIÓN	El personal de ventas le brinda la información adecuada al cliente. Se cumplen con los compromisos pactados con el cliente desde que hace el requerimiento.		✓	
		TIEMPO DE ESPERA	La empresa cumple con la cantidad de productos requeridos por el cliente. Los productos que llegan al cliente se encuentran en buen estado.		✓	
		STOCK DEL PRODUCTO	La empresa dispone con todos los productos en el momento que el cliente lo requiere. Se le demuestra interés al cliente cuando se le está atendiendo.		✓	
		INTERES	Los trabajadores demuestran sus habilidades para la atención al cliente. Fecha: 14/11/2018		✓	

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA GESTIÓN DE ALMACENES Y LA ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES EN LA EMPRESA ANYPSA CORPORATION SA, CARABAYLLO 2019".

Apellidos y nombres del investigador: Tello Portilla, Roberto

Apellidos y nombres del experto: Dr. CAÑEVA SAAYEDA, Aída Hay

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES REALES	ITEM (PREGUNTA)	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE / SUGERENCIAS
GESTIÓN DE ALMACENES	GESTIÓN DEL STOCK	EXISTENCIAS REALES	Considera usted que la cantidad de bienes que hay en el almacén refleja el stock que hay en el sistema.		/	
		DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS	El almacén debe estar en su capacidad máxima de almacenamiento. La disponibilidad de los productos en almacén está de acuerdo a la demanda de los clientes.		/	
		PARÁMETROS DE STOCK	Se respeta el stock mínimo y máximo en el almacén. Es necesario que los productos terminados lleguen por debajo del stock mínimo para iniciar su producción.		/	
		VERIFICACIÓN DE MERCADERÍA	La verificación de la mercadería ayuda a determinar la cantidad exacta que entra al almacén. La verificación al re-seponer la mercadería permite detectar el estado de los productos. La ubicación de los productos en almacén deben ser debidamente clasificados por clases.		/	
ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	CALIDAD DEL SERVICIO	CLASIFICACIÓN	La venta de los productos debe salir de acuerdo al orden que ingresaron los lotes. Los inventarios parciales son más accesibles para informar el stock de producias.		/	
		FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	El cliente se encuentra satisfecho con la entrega de los productos requeridos. La empresa cumple con los plazos pactados en la entrega de los pedidos.		/	
		NIVEL DEL CUMPLIMIENTO	El trato que recibe el cliente es el adecuado. El personal de ventas le brinda la información adecuada al cliente.		/	
		ATENCIÓN	Se cumplen con los compromisos pactados con el cliente desde que hace el requerimiento. La empresa cumple con la cantidad de productos requeridos por el cliente. La empresa dispone con todos los productos en el momento que el cliente lo requiere.		/	
EMPATÍA	HABILIDADES	ESTADO DEL PRODUCTO	Los productos que llegan al cliente se encuentran en buen estado.		/	
		INTERÉS	Se le demuestra interés al cliente cuando se le está atendiendo. Los trabajadores demuestran sus habilidades para la atención al cliente.		/	
Firma del experto		Aída Hay		Fecha	2019/11/11	

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS
 Título de la investigación: "LA GESTIÓN DE ALMACENES Y LA ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES EN LA EMPRESA ANYPISA CORPORATION SA, CARABAYLLO 2019".
 Apellidos y nombres del investigador: Tello Portilla, Roberto
 Apellidos y nombres del experto: Dr. COSELA CASTILLO PEDRA

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO	
			ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE / SUGERENCIAS
GESTIÓN DE ALMACENES	GESTIÓN DEL STOCK	EXISTENCIAS REALES	Considera usted que la cantidad de bienes que hay en el almacén refleja el stock que hay en el sistema.		/	
		DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS	El almacén debe estar en su capacidad máxima de almacenamiento. La disponibilidad de los productos en almacén así de acuerdo a la demanda de los clientes.		/	
		PARÁMETROS DE STOCK	Se respeta el stock mínimo y máximo en el almacén. Es necesario que los productos terminados lleguen por debajo del stock mínimo para iniciar su producción.		/	
		VERIFICACIÓN DE MERCADERÍA	La verificación de la mercadería ayuda a determinar la cantidad exacta que entra al almacén. La verificación al recepcionar la mercadería permite detectar el estado de los productos.		/	
	RECEPCIÓN U OBTENCIÓN	CLASIFICACIÓN	La ubicación de los productos en almacén deben ser debidamente clasificados por clases.		/	
		ROTACIÓN INVENTARIOS PARCIALES	La venta de los productos debe salir de acuerdo al orden que ingresaron los lotes. Los inventarios parciales son más accesibles para informar el stock de productos.	TD = Total de acuerdo D = Desacuerdo = Indiferente A = Acuerdo TA = Total acuerdo	/	
		CALIDAD DEL SERVICIO	El cliente se encuentra satisfecho con la entrega de los productos requeridos. La empresa cumple con los plazos pactados en la entrega de los pedidos. El trato que recibe el cliente es el adecuado. El personal de ventas le brinda la información adecuada al cliente. Se cumplen con los compromisos pactados con el cliente desde que hace el requerimiento.		/	
		ATENCIÓN	La empresa dispone con todos los productos en el momento que el cliente lo requiere.		/	
		TIEMPO DE ESPERA	Los productos que llegan al cliente se encuentran en buen estado.		/	
		ESTADO DEL PRODUCTO	Se le demuestra interés al cliente cuando se le está atendiendo. Los trabajadores demuestran sus habilidades para la atención al cliente.		/	
ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO			/		
Firma del experto	EMPATÍA			/		
	HABILIDADES			/		
			Fecha <u>09/11/18</u>			

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

➤ MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la investigación: "LA GESTIÓN DE ALMACENES Y LA ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES EN LA EMPRESA ANYP SA, CARABAYLLO 2019".									
Línea de investigación: Gestión de organizaciones									
Apellidos y nombres del investigador: Tello Portilla, Roberto									
MATRIZ RELACIONAL					MATRIZ OPERACIONAL				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	/PREGUNTA	ESCALA DE MEDICIÓN
GENERAL ¿Cuál es la relación de la gestión de almacenes con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	GENERAL Determinar la relación de la gestión de almacenes con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	GENERAL La gestión de almacenes tiene relación con la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	GESTION DE ALMACENES	Para Salazar, B. (2016, párr. 4). " La gestión de almacenes tiene como objetivo optimizar un área logística funcional que actúa en dos etapas de flujo como lo son el abastecimiento y la distribución física, constituyendo por ende la gestión de una de las actividades más importantes para el funcionamiento de una organización".	GESTIÓN DEL STOCK	EXISTENCIAS REALES	1	Considero usted que la cantidad de bienes que hay en el almacén refleja el stock que hay en el sistema.	ESCALA DE MEDICIÓN
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la gestión de stock con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la gestión de stock con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La gestión de stock tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS	2	El almacén debe estar en su capacidad máxima de almacenamiento.	
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación del flujo de entradas y salidas con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	PARÁMETROS DE STOCK	3	La disponibilidad de los productos en almacén está de acuerdo a la demanda de los clientes.	ORDINAL
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación del flujo de entradas y salidas con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación del flujo de entradas y salidas con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS El flujo de entradas y salidas tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				VERIFICACIÓN DE MERCADERÍA	4	Se respeta el stock mínimo y máximo en el almacén.	
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	RECEPCIÓN U OBTENCIÓN	ROTACIÓN	5	Es necesario que los productos terminados lleguen por debajo del stock mínimo para iniciar su producción.	ORDINAL
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				CLASIFICACIÓN	6	La verificación de la mercadería ayuda a determinar la cantidad exacta que entra al almacén.	
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	INVENTARIOS PARCIALES	7	La verificación al recepcionar la mercadería permite detectar el estado de los productos.	ORDINAL
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				RECEPCIÓN U OBTENCIÓN	8	La vibración de los productos en almacén deben ser debidamente clasificados por clases.	
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	ROTACIÓN	9	La venta de los productos debe salir de acuerdo al orden que ingresaron los lotes.	ORDINAL
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				CLASIFICACIÓN	10	Los inventarios parciales son más accesibles para informar el stock de productos.	
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	NIVEL DEL CUMPLIMIENTO	11	El cliente se encuentra satisfecho con la entrega de los productos requeridos.	ORDINAL
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				RECEPCIÓN U OBTENCIÓN	12	La empresa cumple con los plazos pactados en la entrega de los pedidos.	
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	ATENCIÓN	13	El personal de ventas le brinda la información adecuada al cliente.	ORDINAL
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				RECEPCIÓN U OBTENCIÓN	14	Se cumplen con los compromisos pactados con el cliente desde que hace el requerimiento.	
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	TIEMPO DE ESPERA	15	La empresa cumple con la cantidad de productos requeridos por el cliente.	ORDINAL
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				RECEPCIÓN U OBTENCIÓN	16	La empresa dispone con todos los productos en el momento que el cliente lo requiere.	
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	STOCK DEL PRODUCTO	17	Los productos que llegan al cliente se encuentran en buen estado.	ORDINAL
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				RECEPCIÓN U OBTENCIÓN	18	Se le demuestra interés al cliente cuando se le está atendiendo.	
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES	Según Iglesias (2013, p. 11). "En este proceso en colaboración con el departamento comercial de la empresa, se deben determinar las necesidades y deseos del cliente en relación al servicio logístico, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos acometer desde nuestra organización".	FLUJOS DE ENTRADAS Y SALIDAS	INTERÉS	19	Los trabajadores demuestran sus habilidades para la atención al cliente.	ORDINAL
ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019?	ESPECÍFICOS Determinar la relación de la recepción del producto con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.	ESPECÍFICOS La recepción del producto tiene relación con la atención oportuna a los clientes de la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.				HABILIDADES	20	Los trabajadores demuestran sus habilidades para la atención al cliente.	

➤ **Consentimiento informado**

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

LIMA, 07 de Junio de 2019

DE : Neiver Villalta Salazar
Jefe de Costos Industriales de la empresa Anypsa Corporation S.A.

Autorizo a : Tello Portilla Roberto
Alumno del X ciclo de la escuela profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Lima

ASUNTO : CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA EL DESARROLLO DE LA TESIS EN LA EMPRESA ANYPSA CORPORATION SAC

Por medio de la presente reciba mi más cordial saludo y al mismo tiempo hacerles saber que me encuentro informado y doy consentimiento sobre la elaboración de la tesis titulada "LA GESTIÓN DE ALMACENES Y LA ATENCIÓN OPORTUNA DE LOS CLIENTES EN LA EMPRESA ANYPSA CORPORATION SA, CARABAYLLO 2019", la misma que buscará contribuir a dar solución a la problemática encontrada.

Sin otro particular me despido.

Atentamente,


ANYPSA CORPORATION S.A.
E. NEIVER VILLALTA SALAZAR
JEFE DE COSTOS INDUSTRIALES
DNI: 40793034


ANYPSA CORPORATION S.A.
MOUALLAZA GODOY GIAN FRANCO
JEFE DE PRODUCCION
Fecha: 14 / 06 / 2019
DNI: 70048740

ANYPSA CORPORATION S.A. Car. Chillon Trapiche Mza. S/N Lote. 69 Urb. Los Huertos Telf.: (51-1) 613-9090 / Fax: (51-1) 613-9091
R.U.C. N° 20600346149 de Tungasuca Lima - Lima - Carabayllo venta@anypsa.com.pe / www.anypsa.com.pe

➤ Base de trabajadores Anypsa

EMPRESA: ANYPSA CORPORATION S.A.						
Nº	CODIGO	NOMBRES Y APELLIDOS	HORARIO	AREA	CLASE DE PERSONAL	CARGO
1	17262833	CALDAS SIFUENTES ALEJANDRINA	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	AUXILIAR CONTABLE DE FINANZAS
2	1128650150	CASTILLO CARRASCO CARLA JOSE	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	AUXILIAR CONTABLE DE FINANZAS
3	47166961	CONTRERAS TAVARA CHARLES ISMAEL	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	ASISTENTE DE COSTOS
4	48454429	CONTRERAS TORVISCO ALBERTA	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	SECRETARIA DE TESORERIA
5	45435405	ESCALANTE CHIRA KATHERINE SHIRLEY	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	ASISTENTE CONTABLE DE VENTAS
6	47012789	HUAMAN CORDERO FABIOLA LUCIA	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	AUXILIAR CONTABLE DE COMPRAS
7	10802500	HUAMAN OSCCO JHEFERZONN	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	CONTADOR GENERAL
8	32731122	MELGAREJO AYALA ALFREDO HUGO	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	AUDITOR INTERNO
9	33425931	VALLE GOMEZ MERY ESTHER	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	ASISTENTE CONTABLE DE FINANZA
10	06765389	VEGA URBIZAGASTEGUI MARIA ESCOLASTICA	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	ASISTENTE CONTABLE DE COMPRAS
11	40793034	VILLALTA SALAZAR ELIUD NEIVER	08:00 - 17:15	CONTABILIDAD	EMPLEADO	JEFE DE COSTOS
12	49092480	CACERES TORBISCO JOSE SANTOS	08:00 - 17:15	RECURSOS HUMANOS	EMPLEADO	JEFE DE PERSONAL
13	72844528	HERRERA CCRAGUA MARA LESLY	07:00 - 16:15	RECURSOS HUMANOS	EMPLEADO	AUXILIAR DE PLANILLAS
14	72002810	ROJAS ALBORNOZ JEANETH YESSENIA	08:00 - 17:15	RECURSOS HUMANOS	EMPLEADO	TRABAJADORA SOCIAL
15	73779075	TORRES NINATANTA DAYANNA SOUMIERS	08:00 - 17:15	RECURSOS HUMANOS	EMPLEADO	TRABAJADORA SOCIAL
16	76737055	PEREZ QUISEP CARLOS JESUS	08:00 - 17:15	SISTEMAS	EMPLEADO	ASISTENTE DE SISTEMAS
17	46281967	RIOS ENCISO CARLOS	08:00 - 17:15	SISTEMAS	EMPLEADO	RESPONSABLE DE SISTEMAS
18	47445642	AGUILAR SANDOVAL JUAN BRYAN	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	AYUDANTE DE REPARTO
19	09524786	ARONI PALOMINO ROSALIO	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	EMPLEADO	CHOFER DE REPARTO
20	46248893	BASILIO DAZA ISIDRO RICHER	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	EMPLEADO	CHOFER DE REPARTO
21	70972484	BAUTISTA VIVAS ANGHELO JANY	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	DESPACHO DE P.T.
22	46841026	BAZALAR REATEGUI FERNANDO AUGUSTO	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	DESPACHO DE P.T.
23	78377357	BLAS PECHERRES JOSE DAVID	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	AYUDANTE DE REPARTO
24	80607679	BONIFAZ DE LA CRUZ CLEVERTH RONALD	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	EMPLEADO	CHOFER DE REPARTO
25	71762340	CABOS DELGADILLO JONATHAN	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	AYUDANTE DE REPARTO
26	62066786	CARRASCO TERRONEZ JOSE JUAN	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	RESPONSABLE DE REPARTO
27	46542525	CASHIRO ANTONIO METUSAEI ISAIAS	07:00 - 16:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	RESPONSABLE DE REPARTO
28	76199119	CASTILLO MONTORO JOSE ALEJANDRO	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	RESPONSABLE DE REPARTO
29	45104440	CAVERO SANCHEZ JULIO CESAR	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	AYUDANTE DE REPARTO
30	44787742	CERCADO SANCHEZ SEGUNDO ALVARO	07:00 - 15:30	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	RESPONSABLE DE REPARTO
31	44787742	CEREZO RAMIREZ GABRIEL OMAR	08:00 - 17:15	DESPACHADOR DE PRODUCTO TERMINAD	OBROERO	DESPACHO DE P.T.

Yo, DR. VICTOR DÁVILA ARENAZA, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Lima sede Lima Norte, revisor de la tesis titulada “LA GESTIÓN DE ALMACENES Y LA ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES EN LA EMPRESA ANYPSA CORPORATION SA, CARABAYLLO 2019”, del (de la) estudiante ROBERTO TELLO PORTILLA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 30% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Los Olivos, 11 de julio del año 2019.



Firma

DR. VICTOR DÁVILA ARENAZA

DNI: 08467692

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

➤ Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
 https://e.turned.com/api/cataract/?lang=es&id=1147360705&e=du=1081581676&student_user=1

Roberto Tello Tesis Roberto Tello Portilla

feedback studio

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La gestión de alimentos y la atención oportuna a los clientes en la empresa Autopasa Corporation S.A. Carabayllo 2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR
 TELLO PORTILLA, ROBERTO (0000-0003-3548-7464)

ASESOR
 DR. DÁVILA ARENAZA, VÍCTOR DEMETRIO (0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
 Gestión de organizaciones

Lima - Perú
 2019

Turnitin Report High Resolution **Activo**

Página 1 de 36 Número de palabras: 13077

Resumen de coincidencias

30 %

Sección: vista fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universidad...	10 %
2	repositorio.uv.edu.pe	9 %
3	Entregado a Universidad...	1 %
4	Entregado a Universidad...	1 %
5	tesis.uv.edu.pe	1 %
6	Entregado a Universidad...	1 %
7	repositorio.uv.edu.pe	1 %
8	issuu.com	1 %
9	Entregado a Universidad...	<1 %
10	repositorio.uv.edu.pe	<1 %
11	Entregado a Universidad...	<1 %
12	gestiondeorganizaciones	<1 %
13	repositorio.uv.edu.pe	<1 %
14	repositorio.uv.edu.pe	<1 %

Yo TELLO PORTILLA ROBERTO, identificado con Documento de identidad N° 73800702 egresado de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad César Vallejo, autorizo (), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "LA GESTIÓN DE ALMACENES Y LA ATENCIÓN OPORTUNA A LOS CLIENTES EN LA EMPRESA ANYPSA CORPORATION SA, CARABAYLLO 2019.", 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:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



TELLO PORTILLA ROBERTO
73800702

FECHA: 24 de JUNIO de 2019