



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

“Gestión de inventarios y su relación con el servicio al cliente en una
empresa cerámica, Lima, 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTOR:

Molina Romero, Andy Willians (ORCID: 0000-0001-6041-6348)

ASESOR:

Dr. Barrutia Barreto, Israel (ORCID: 0000-0002-5728-0651)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

CALLAO – PERÚ

2019

Dedicatoria

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellas personas que me aportaron con sus conocimientos

Agradecimiento

Gracias a mis padres, Edison Molina y Janet Romero, por ser los principales promotores de mis sueños, por los consejos y valores que me han inculcado.

Índice

| | |
|--|-----|
| Caratula..... | i |
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice..... | iv |
| Resumen | v |
| Abstract..... | vi |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II. MÉTODO | 8 |
| 2.1 Tipo y diseño de investigación | 22 |
| 2.2 Variables y operacionalización | 22 |
| 2.3 Población, muestra y muestreo | 23 |
| 2.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos | 24 |
| 2.5 Método de análisis de datos | 26 |
| 2.6 Aspectos éticos | 26 |
| III. RESULTADOS | 19 |
| IV. DISCUSIÓN..... | 29 |
| V. CONCLUSIONES..... | 32 |
| VI. RECOMENDACIONES | 33 |
| REFERENCIAS | 34 |
| ANEXOS | 37 |

Resumen

El objetivo fundamental de este trabajo de investigación es determinar la gestión de inventario y su relación con el servicio al cliente en una empresa Cerámica, Lima 2019. En cuanto a la metodología se consideró que fue hipotético deductivo, con un nivel correlacional descriptivo, un diseño transversal no experimental y también fue de tipo aplicada. La población objetiva del estudio fueron los trabajadores de una empresa cerámica, la muestra estuvo compuesta por 44 trabajadores. Luego, al procesarse los datos e interpretarlos, se encontró la correlación entre la gestión de inventario y su relación con el servicio al cliente, es alta o fuerte significativa, como lo indica la estimación de 0.898 de la misma manera, el nivel de significancia de 0,000 que es menor a la planteada en el estudio de 0.05, lo que indica que se acepta la hipótesis alterna, y de esta manera la gestión de inventario tiene asociación con el servicio al cliente de una empresa cerámica; lo que quiere decir que a mayor sea la gestión de inventario mayor será el buen servicio al cliente en una empresa Cerámica, Lima, 2019

Palabras claves: Gestión, Inventario, Servicio al cliente.

Abstract

The main objective of this research work is to determine the inventory management and its relationship with customer service in a company Ceramics, Lima 2019. Regarding the methodology it was considered that it was hypothetical deductive, with a descriptive correlational level, a design non-experimental and was also applied type. The objective population of the study were the workers of a ceramic company, the sample was composed of 44 workers; Then, when the data was processed and interpreted, the correlation between inventory management and its relationship with customer service was found, it is high or strong significant, as indicated by the estimate of 0.898 in the same way, the level of significance of 0.000 which is less than that proposed in the 0.05 study, which indicates that the alternative hypothesis is accepted, and in this way the inventory management is associated with the customer service of a ceramic company; which means that the greater the inventory management, the greater the good customer service in a company Ceramics, Lima 2019.

Keywords: Management, Inventory, Customer Service.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

En los últimos años la gestión de inventario se ha convertido en una herramienta que facilita a que las empresas logren cumplir la satisfacción de los clientes.

La mayor parte de las organizaciones para poder ser competitivas ante el cliente están forzadas a tener una gestión de inventarios eficiente, uno de los objetivos generales es la disponibilidad de los componentes que se necesiten (insumos, productos terminados, etc.), que estén condiciones óptimas y en el sitio correcto.

Según Negocios Globales (NG),2015 A nivel mundial se han registrado casos de organizaciones que han logrado mejorar su gestión de inventarios ejemplo de ello es la empresa Libesa de Chile que en el año 2014 decidió adquirir Warehouse Management System, esto le permitió manejar sus recursos y tener un mejor servicio a un costo razonable.

Asimismo, según América Economía 2017 afirma que en México no llevar una apropiada gestión de inventarios genera que no se tomen buenas decisiones debido a la poca claridad de información afectando así a la organización, adicional a esto se debe sumar que el 70% de las pymes no subsisten más de 5 años debido a las pérdidas en ventas e inventario”.

A nivel nacional conforme a Gestión 2019 en el Perú las empresas han aumentado en un 25% sus ventas al automatizar su gestión de inventarios, el 50% de empresas en el sector industrial emplea la tecnología para la gestión de inventarios, esto les ha permitido reducir en un 40 % los tiempos y procesos. Tener una incorrecta gestión de inventario afecta la rentabilidad, esto comúnmente sucede con las organizaciones que utilizan herramientas básicas como hojas de cálculos no permitiéndole así un historial de compras, ventas y no posibilita que las labores sean integradas con la pretensión de brindar un deseable servicio a los clientes.

De la misma manera, Return on Behavior 2014 afirma que en España las empresas que desean marcar la diferencia y ganar un espacio en el mundo empresarial, se enfocan en brindar un buen servicio al cliente para ser diferentes a la competencia. La estadística menciona que si se reduce el 5% se puede aumentar en un 80% en las ganancias y que el 70% recurre a la competencia por no recibir un buen servicio en los productos que desean adquirir.

Las organizaciones que se dedican a la fabricación de cerámicos en el Perú son grandes y con altos valores en su inventario, muchas de ellas no poseen una correcta función en la gestión de inventarios la cual afecta a que no se desarrolle una correcta clasificación y reposición de sus productos, incumplimiento de tiempo de despacho hacia los clientes, errores de despacho originando inconformidad y malestar con el cliente.

En síntesis, de acuerdo a la actual investigación se busca descubrir la relación entre la gestión de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019 y de acuerdo a los resultados, generar recomendaciones para la mejoría de la gestión de inventarios de tal forma que se pueda ofrecer un mejor servicio al cliente.

1.2 Trabajos Previos

Antecedentes internacionales

Atnafu y Balda (2018), en su artículo *The impact of inventory management practice on firms' competitiveness and organizational performance: Empirical evidence from micro and small enterprises in Ethiopia* realizado en la Universidad de Arzi , en la investigación se examina cual es el impacto que tiene la gestión de inventario sobre el desempeño organizacional ,los datos fueron obtenidos en base de 188 MYPES las cuales dieron como resultado que las empresas que tienen una buena práctica de gestión de inventario tiene un impacto directo y efectivo en el desempeño organizacional por tal motivo se recomendó que toda empresa debe proporcionar capacitación y recursos para promover esta práctica en la organización y lograr una mayor contribución al desarrollo económico del país .

Bofill, Sablón y Florido (2017) en su artículo “Procedimiento para la gestión de inventario en el almacén central de una cadena comercial cubana” realizado por la Universidad Metropolitana República del Ecuador, en la investigación que realizaron nos muestra un análisis cualitativo donde se pretende sugerir un proceso para la gestión de inventarios con el propósito de disminuir costos del inventario y optimizar el servicio al cliente. Se concluyó con un procedimiento con etapas, herramientas y técnicas para poder mejorar la gestión de inventario.

Viera, Cardona, Torres y Mera (2017) en su artículo “Diagnóstico de los modelos de gestión de inventarios de alimentos en empresas hoteleras” realizado en Ecuador, en la investigación realizada mediante un análisis cualitativo, descriptivo no experimental de corte transversal se desea encontrar qué tipo de gestión de inventario es la que manejan en la

organización hotelera y proponer un modelo ABC. Como resultado de las entrevistas se comprobó que se debe de implementar el modelo ABC el cual mejorará el nivel de efectividad de los procesos en la empresa.

Alzate y Boada (2017) en su artículo Ruta de soluciones para la gestión de inventarios en pymes del sector retail que comercialicen productos de alto volumen, con miras a respaldar su crecimiento en ventas, en la investigación que realizaron nos muestra la necesidad de mejorar la gestión de inventario de las pymes a medida de su crecimiento en ventas, ya que debido a esta actividad han tenido que tener altos niveles de inventario en sus almacenes generándose así un colapso. Como recomendación se sugirió realizar una clasificación ABC y un sistema de control Push y Pull con la finalidad de sanear y optimizar el control del inventario.

Antecedentes Nacionales

Fernández, M. (2016) con su tesis titulada: Análisis y diseño de un sistema de gestión de Inventarios para una empresa de servicios Logísticos, desarrollada en la P.U.C.P para obtener el título de Ingeniero Industrial. El propósito general que presenta el autor: Desarrollar un modelo de inventario para una organización que realice servicios de logística de tal manera que mejore sus procesos y la satisfacción del cliente. Como propuesta se indicó el almacenamiento aplicando la herramienta de Pareto y la implementación de un sistema ERP, estas propuestas generarían un impacto económico positivo obteniendo un VAN \$16,004 Y TIR 40% y una disminución en roturas.

Cervantes, R. (2017) en su tesis titulada: Implementación de gestión de inventarios para mejorar el nivel del servicio al cliente en la empresa Lumen Ingeniería S.A.C, Los Olivos 2017 desarrollada en la Universidad Cesar Vallejo para lograr el título de Ingeniero Industrial. Realizada mediante un diseño de tipo experimental y de enfoque cuantitativo donde la finalidad es proponer un modelo de gestión de inventarios para lograr una mejor calidad de servicio de tal manera que permita a la organización mejorar los tiempos de despacho logrando de esta manera la satisfacción de los clientes

León y Torre (2016) en su investigación Análisis, diagnóstico y propuesta de mejora para la gestión de almacenes e inventarios para una empresa de coberturas plásticas, desarrollada en la P.U.C.P. para alcanzar el título de Ingeniero Industrial. La finalidad de este estudio es que se pueda mejorar la administración de los espacios, controlar las

existencias dentro de la organización. Como recomendación se indicó que se debe modificar el layout de la organización y adecuarlo a una distribución ABC para que exista un mayor flujo de materiales.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Gestión de inventarios

Según Zapata. (2014) Señala que la gestión de inventario es el proceso que asume el control de inventario apropiado en la empresa, de tal modo se obtenga una eficiente gestión del stock para permitir el trabajo continuo en la comercialización de materiales a los clientes, [...] para esto el uso herramientas con indicadores de inventario determinará el comportamiento de los materiales en el proceso almacenamiento y distribución, para finalmente cumplir el compromiso con el cliente (p.11)

Control de Inventarios

De acuerdo a Zapata (2014), el propósito del control de inventario es que las existencias estén disponible dentro del almacén en el momento adecuado que requiera la empresa y los clientes, esto compromete una coordinación entre las áreas de Manufactura, compras y distribución. El autor indica que existe distintos tipos de productos que son principales para el funcionamiento de una empresa las cuales se clasifican en:

Materias Primas: Son los productos no modificados que cumplen la función de insumo para la fabricación de un nuevo producto.

Provisiones: Son productos obtenidos a través de proveedores que la organización necesita consumir.

Componentes: Son los elementos que forman parte de un instrumento que es elemental para la buena operatividad de la organización.

Trabajo en proceso: Se le conoce así a los productos semielaborados.

Productos terminados: Son los elementos que han sido fabricados totalmente, y su objetivo es cumplir las necesidades del cliente. (p.12)

Gestión de stock

Según Zapata (2014), la gestión de stock es fundamental para el funcionamiento de una empresa tanto para la función de producción y abastecimiento del cliente, para ello se debe planificar y organizar el stock que debe mantenerse y cuanto es el stock que se debe de comprar a los proveedores. Es importante también no tener stock en exceso, debido a que puede ocasionar poca visibilidad de materiales, errores de conteo y como consecuencia final un desabastecimiento dentro del almacén (p.27)

Indicadores de Inventario

Según Zapata (2014), para un correcto manejo del stock, es importante utilizar herramientas que ayuden a medir el desempeño de varias variables, de tal manera que permita tomar decisiones y el control de los inventarios. Para ello el uso de indicadores permite medir el desempeño y el comportamiento de materiales a almacenar, estos indicadores se clasifican en indicadores operativos y servicio al cliente. (p.55)

Servicio al cliente

Veldhuizen (2017), en la actualidad los clientes buscan que las empresas brinden un correcto servicio [...] el servicio al cliente es la capacidad de respuesta que emplea una organización para confirmar un bien [...] en pocas palabras busca la satisfacción del consumidor, cuando no se cumple con los plazos puede crear insatisfacción en el cliente, impulsándolo a investigar a la competencia. (p.6)

Satisfacción al cliente

Valencia y Castillejo (2011), para reconocer la satisfacción del cliente se necesita saber la diferencia entre calidad percibida y la experiencia del servicio o compra de un artículo, si la calidad observada por el cliente es mayor o igual este se sentirá satisfecho y tendrá una imagen fiable de la empresa, por el contrario, si la calidad observada es menor a la deseada el cliente quedará insatisfecho generando posteriormente un reclamo. (p.54)

Capacidad de Respuesta

Según Duque (2015) se conoce como capacidad de respuesta a la postura que se toma para beneficiar a los clientes y para entregar un servicio rápido, este punto también refiere al cumplimiento de los tiempos de espera de las obligaciones contraídas, como también que

accesible resulte la empresa para el cliente en pocas palabras la facilidad de establecer contacto con ella. (p.6)

1.4 Formulación del problema

Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de inventarios y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?

Específicos

¿Cuál es la relación que existe entre el control de Inventarios y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?

¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de stocks y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?

¿Cuál es la relación que existe entre los indicadores de inventarios y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?

1.5 Justificación del estudio

Este estudio es valioso para el investigador debido a que concede obtener un mayor conocimiento sobre las organizaciones que se investigará

Esta investigación refleja un impacto económico y social, mediante el conocimiento permitirá a las organizaciones cerámicas y sus colaboradores conocer la importancia de la gestión de inventario para poder así realizar un mejor desarrollo de sus funciones diarias, sin tener trabas por las malas condiciones de almacenamiento y poder obtener beneficios económicos junto a la organización lo cual favorecerá a sus familias.

De la misma manera, tiene como importancia social permitir conocer el nivel de gestión de inventario en la organización, proponiendo de esta manera mejora en los procesos.

De igual modo la presente investigación contiene valor teórico puesto que aporta mediante conceptos de diferentes autores, las respuestas para el correcto manejo de la gestión de inventarios y su relación con el servicio al cliente.

Así mismo en esta investigación se aplicó la justificación práctica, a causa de que se logre un buen proceso de gestión de inventario, de tal modo que permita una correcta

planificación del stock y su almacenamiento, con la finalidad que se logre un óptimo servicio al cliente.

Finalmente, su utilidad metodológica, permite esclarecer nuevos conceptos, mediante la utilización de la encuesta y el análisis proporciona una investigación interesante que junto a la información reunida se aprovechará como un instrumento para la acumulación de datos.

1.6 Hipótesis

Hipótesis General

Existe relación entre la gestión de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019

Hipótesis Específicas

Existe relación entre el control de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019

Existe relación entre la gestión de stock y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019

Existe relación entre los indicadores de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019

1.7 Objetivo

Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la gestión de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019

Objetivos Específicos

Determinar la relación que existe entre el control de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019

Determinar la relación que existe entre la gestión de stock y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019

Determinar la relación que existe entre los indicadores de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019

II. MÉTODO

2.1 Enfoque, método, tipo, nivel y diseño de investigación

La presente de investigación tiene un enfoque cuantitativo, Según Hernandez, Fernandez, & Baptista (2014) el enfoque cuantitativo es cuando se emplea la recolección de datos, se realiza mediciones numéricas y se analiza datos estadísticos con la finalidad de probar la hipótesis y demostrar las teorías. (85)

El método de esta investigación es hipotético deductivo, debido a que se empieza por la observación del problema a analizar y a partir de ello se expresan las hipótesis que posteriormente serán confirmadas a través de los datos que se recolecten. Es decir inicia de lo general a lo particular, Según Ñaupas y Mejia (2013): “El método hipotético deductivo se basa en ir de la hipótesis a la deducción para determinar la verdad o falsedad de los hechos, mediante la observación de las variables a estudiar (p.136).Es de tipo aplicada en vista que se desea emplear el conocimiento adquirido en el desarrollo del problema en una empresa cerámica de Lima 2019

Es de nivel descriptiva – correlacional: Descriptiva por que describe y analiza las dimensiones de las variables y es correlacional porque tiene el propósito de analizar el nivel de relación que existe entre 2 a más variables. Así mismo, Hernandez, Fernandez,& Baptista (2014) confirma que este nivel permite conocer el comportamiento de las variables y sus dimensiones y que grado de relación es el que existe entre las dimensiones de cada una de las variables. (p.122)

El diseño es un estudio no experimental – transversal, según Cortéz e Iglesias (2010), la investigación no experimental se emplea cuando solo se observa y posterior a esto se realice un análisis, no se puede manipular ninguna de las variables que se piensa investigar y transversal es cuando se recolecta los datos de un tiempo único.(p.27).

2.2 Variables, Operacionalización

Variable 1: Gestión de Inventario:

Dimensión Control de inventario

Según Rodríguez (2015), se relaciona como control de inventarios a todos los métodos que cooperan a la distribución y almacenamiento de mercadería en alguna empresa para reducir los tiempos y costos vinculados con el uso del mismo. (p.170)

Indicadores

Existencias

De acuerdo a Tamayo y López (2012), las existencias son los bienes que las organizaciones tienen en su posesión el cual será transformado e incorporado al proceso de producción o venta. (p.12)

Almacén

Según Barry (2007), el almacén es un espacio particularmente organizado y estructurado para resguardar proteger y vigilar los bienes de la empresa, antes de ser solicitados para la administración, la fabricación, el despacho de productos o mercancías. (p.8)

Dimensión Gestión de stock

Según Pérez (2013), se sustenta en gestionar un control de todas las existencias de un establecido producto que tiene un valor monetario en el almacén de una empresa. (p.230)

Indicadores

Planificar

Según Fang (2014), la planificación se basa en el desarrollo de un objetivo desde una evaluación detallada de la situación de la compañía y de su entorno, mediante el cual se constituirá los propósitos y organización para lograr la meta. (p.395)

Organizar

De acuerdo a Garrido y Cejas (2017), organizar es planear la elaboración de algo, dividiendo apropiadamente los recursos para alcanzar los objetivos trazados en una empresa. (p.120)

Dimensión Indicadores de inventario

Según Ramírez y Manotas (2014), los indicadores sirven para contrastar las prácticas presentes que se desean para una cierta compañía, dependiendo su tamaño y los productos. (p.255)

Indicadores

Indicadores operativos

Según Díaz y Pérez (2012), son aquellos indicadores cuya labor es aceptar examinar el nivel de realización de las actuaciones señaladas en cada proyecto operacional. (p.127)

Indicadores de servicio al cliente

De acuerdo a Fernández y Gómez (2014), los indicadores de servicio al cliente son los que acceden conocer la particularidad del producto o servicios que se ofrece a los clientes para determinar la calidad del servicio que se brinda por parte de los empleados. (p.100)

Variable 2: Servicio al cliente

Indicadores

Satisfacción al cliente

Según Bobes y Valdés (2014), un indicador de satisfacción al cliente mide el grado de esfuerzo de una persona que como consecuencia de diferenciar el rendimiento que ha notado en un bien o servicio con sus aspiraciones. (p.188)

Reclamos:

Según Hernández y Medina (2014), aviso de un cliente o persona, manifestando su disgusto directamente con el producto o servicio adquirido. (p.29)

Experiencia de compra:

De acuerdo a Mejías y Manrique (2011), manera en que un consumidor observa o interactúa con una empresa a lo largo del desarrollo de compra de un bien o servicio. (p.45)

La experiencia del cliente

De acuerdo a Johnston (2009), son las vivencias de los consumidores, conscientes de su comunicación con la marca como consecuencia de todas las relaciones durante el tiempo de esta. (p.85)

Dimensión Capacidad de Respuesta

Para Keiser (2014), la capacidad de respuesta es la posibilidad media de elaborar, frente a una solicitud, una contestación de calidad apta, dentro de un límite de periodo razonable y a un valor aceptable. (p.48)

Indicadores

Velocidad en el servicio

De acuerdo a Guzmán y Cárcamo (2014), una de las esenciales claves en la asistencia al cliente es la veloz atención. Para dar un pronto servicio al cliente, no basta con asistirlo con cordialidad, sino que también es fundamental atenderlo con prontitud. (p.17).

Tiempo de espera

Según Howat y Hammond (2009), es el periodo transcurrido desde que el encargo es solicitado hasta que el cliente recibe el material por parte del distribuidor. (p.25).

Matriz de operacionalización de variables.

| Variable | Definición Conceptual | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala |
|------------------------------|---|----------------------------------|---------------------|-------|---------|
| Gestión de Inventario | Según Zapata (2014), se conoce como Gestión de inventario al proceso que se encarga del control de inventario apropiado en la empresa., de tal modo se obtenga una eficiente gestión del stock para permitir el trabajo continuo en la comercialización de materiales a los clientes, [...] para esto el uso herramientas con indicadores de inventario determinará el comportamiento de los materiales en el proceso almacenamiento y distribución, para finalmente cumplir el compromiso con el cliente | Control de Inventarios | Existencias | 1 | Ordinal |
| | | | Almacén | 2 | |
| | | | | 3 | |
| | | Gestión de Stocks | Planificar | 4 | |
| | | | Organizar | 5 | |
| | | Indicadores de Inventario | Operativos | 6 | |
| | | | Servicio al cliente | 7 | |

Fuente: Elaboración propia.

| Variable | Definición Conceptual | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Niveles |
|----------------------------|--|---------------------------------|--------------------------|-------|---------|
| Servicio al Cliente | Veldhuizen (2017), en la actualidad los clientes buscan que las empresas brinden un correcto servicio [...] el servicio al cliente es la capacidad de respuesta que emplea una organización para confirmar un bien [...] en pocas palabras busca la satisfacción del cliente y/o consumidor con una capacidad de respuesta efectiva, sin embargo, cuando no se cumple con los plazos puede crear insatisfacción en el cliente, impulsándolo a investigar a la competencia .(p.6) | Satisfacción del cliente | Reclamos | 8 | Ordinal |
| | | | Fiabilidad | 9 | |
| | | | Experiencia de Compra | 10 | |
| | | Capacidad de respuesta | Cliente | 11 | |
| | | | Velocidad en el servicio | 12 | |
| | | | Tiempo de espera | 13 | |

Fuente: Elaboración propia

2.3 Población y muestra

Población

La población a investigar es conformada por 50 trabajadores de una empresa cerámica de Lima 2019

Borda (2013) es un grupo de elementos de cualquier condición, con respecto a los que se ofrecerá decisión al problema de la investigación (p.169)

Unidad de muestreo

La unidad de muestreo de esta investigación está constituido por los trabajadores de las empresas cerámicas de lima

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) por lo común es idéntica a la unidad de análisis, pero en oportunidades puede ser diferente (p.172)

Muestra

Según Bernal, R. (2010), la muestra es una fracción de la población que ayuda a la obtención de datos que nos servirá para poder representar a una población (p.52).

Para lograr la muestra se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{k^2 P * Q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 50}{(0.05^2 * (50 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

El actual estudio permitió obtener una muestra de 44 colaboradores en una empresa cerámica.

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

Técnica

Se empleará la técnica de encuesta, para poder comprender la información en el progreso de la investigación, puesto que posibilita la recopilación de los datos gracias a las respuestas brindadas por el personal de la empresa cerámica.

Según Rodríguez (2010), la encuesta es importante para alcanzar una mejor recopilación de datos informativos debido a que se fundamenta en el diseño y aplicación de algunas interrogantes dirigidas a conseguir determinados datos (p.17).

Instrumentos

El cuestionario será utilizado como instrumento para poder captar la información, el cual está dirigido a los trabajadores de una empresa cerámica y se estableció por 13 preguntas, 7 orientadas para la variable 1 (gestión de inventario) y 6 orientadas para la variable 2 (servicio al cliente).

Alfaro, Alarcón, García & Hernández (2010), indican que el cuestionario es un proceso que posee una estructura el cual permite que se recolecte datos a través de la realización de una cierta cantidad de preguntas (p.233)

Validez

Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican que la validez sirve para definir el grado del instrumento que permitirá evaluar la variable que se intenta investigar. (p.200).

El instrumento utilizado en la presente investigación recurrió a la opinión de expertos de la facultad de ciencias empresariales, de la escuela de administración de la universidad César Vallejo- sede Callao.

| Docente UCV | Grado | Especialidad |
|-------------------------|--------------|---------------------|
| Israel Barrutia Barreto | Dr. | |
| Rafael López Landauro | Mg. | Administración |
| Nora Gamarra Orellana | Mg. | |

Confiabilidad

Niño (2011) asegura que confiabilidad es una severidad principal ya que sostiene lo apropiado y verdadero de los datos. Se confirma esto cuando el instrumento ha sido utilizado en diferentes momentos, proyectando resultados iguales (p.87)

Al término de la recolección de datos, se realizó la tabulación y digitación para la aplicación del método Alfa de Cronbach para lo cual se usaron los programas Excel y SPSS 25, en el cual se ejecutó el muestreo de 44 trabajadores de la empresa Cerámica Lima, con un total de 13 preguntas.

| Coefficientes De Alfa De Cronbach | |
|--|------------------------|
| Coefficiente alfa >.9 | Es excelente |
| Coefficiente alfa >.8 | Es bueno |
| Coefficiente alfa >.7 | Es aceptable |
| Coefficiente alfa >.6 | Es cuestionable |
| Coefficiente alfa >.5 | Es nula |

Fiabilidades del Instrumento

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

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|--|-----------------------------|-----------|--------------|
| | | N | % |
| Casos | Válido | 44 | 100.0 |
| | Excluido^a | 0 | .0 |
| | Total | 44 | 100.0 |

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

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

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| 0.925 | 7 |

En las tablas 4 y 5 se puede visualizar el nivel de fiabilidad es alto, debido a que el estadístico para la variable gestión de inventario es 0.925.

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

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|--|-----------------------------|-----------|--------------|
| | | N | % |
| | Válido | 44 | 100.0 |
| Casos | Excluido^a | 0 | .0 |
| | Total | 44 | 100.0 |

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

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

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| 0.913 | 6 |

En nuestra tabla 6 y 7 se puede visualizar el nivel de fiabilidad es alto, debido a que el estadístico para la variable productividad es 0.913.

Tabla 8 .Cuadro estadístico de fiabilidad de las variables

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|--|-----------------------------|-----------|--------------|
| | | N | % |
| | Válido | 44 | 100.0 |
| Casos | Excluido^a | 0 | .0 |
| | Total | 44 | 100.0 |

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

Tabla 9 .Estadísticas de fiabilidad de las variables

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| 0.957 | 13 |

En nuestra tabla 8 y 9 se puede visualizar el nivel de fiabilidad es alto, debido a que el estadístico para las variables gestión de inventarios y productividad es 0.957.

Método de análisis de datos

En este estudio se empleó el software SPSS 25 la cual sirvió para realizar el análisis estadístico y el Alfa de Cronbach que sirvió para determinar el grado de confiabilidad del cuestionario.

2.5 Aspectos éticos

Utilización de la información: El cuestionario se elaboró de forma anónima.

Valor social: Los colaboradores de la encuesta de este trabajo de investigación, no fueron obligados, dado que ellos se ofrecieron con disposición voluntaria para contestar las preguntas del cuestionario.

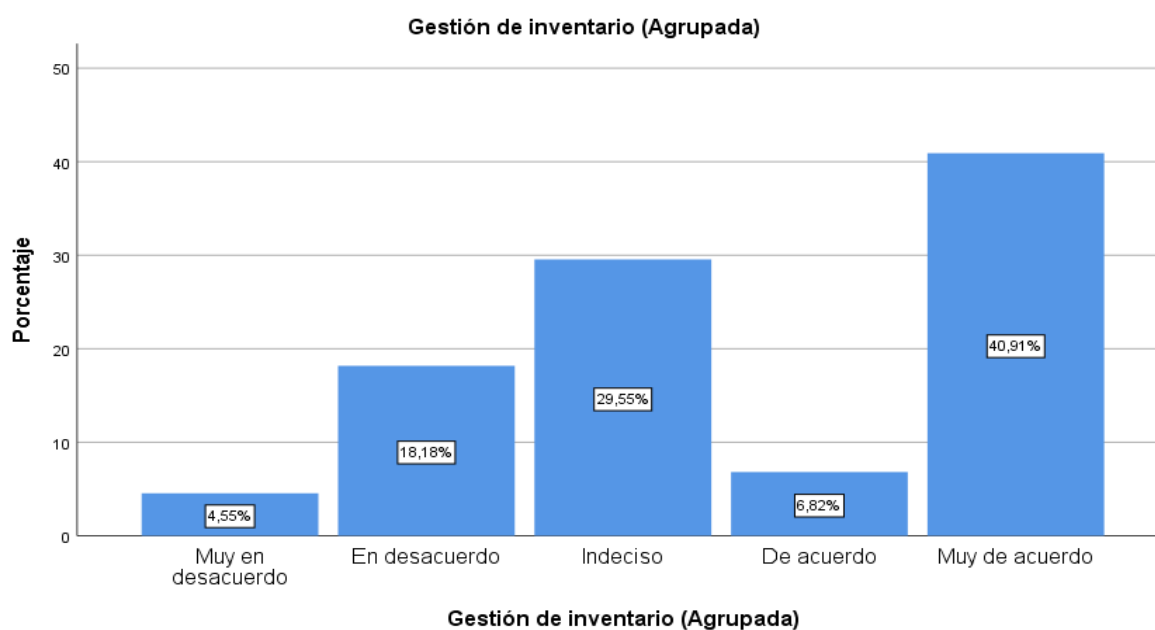
Validez científica: Los datos que se obtuvo por los diferentes autores, se encuentra correctamente citadas con las fuentes correspondientes a ellos.

III. RESULTADOS

3.5 Análisis Descriptivo

Tabla 10. Cuadro de análisis de la variable Gestión de inventario (Agrupada)

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy en desacuerdo | 2 | 4,5 | 4,5 |
| | En desacuerdo | 8 | 18,2 | 22,7 |
| | Indeciso | 13 | 29,5 | 52,3 |
| | De acuerdo | 3 | 6,8 | 59,1 |
| | Muy de acuerdo | 18 | 40,9 | 100,0 |
| | Total | 44 | 100,0 | 100,0 |

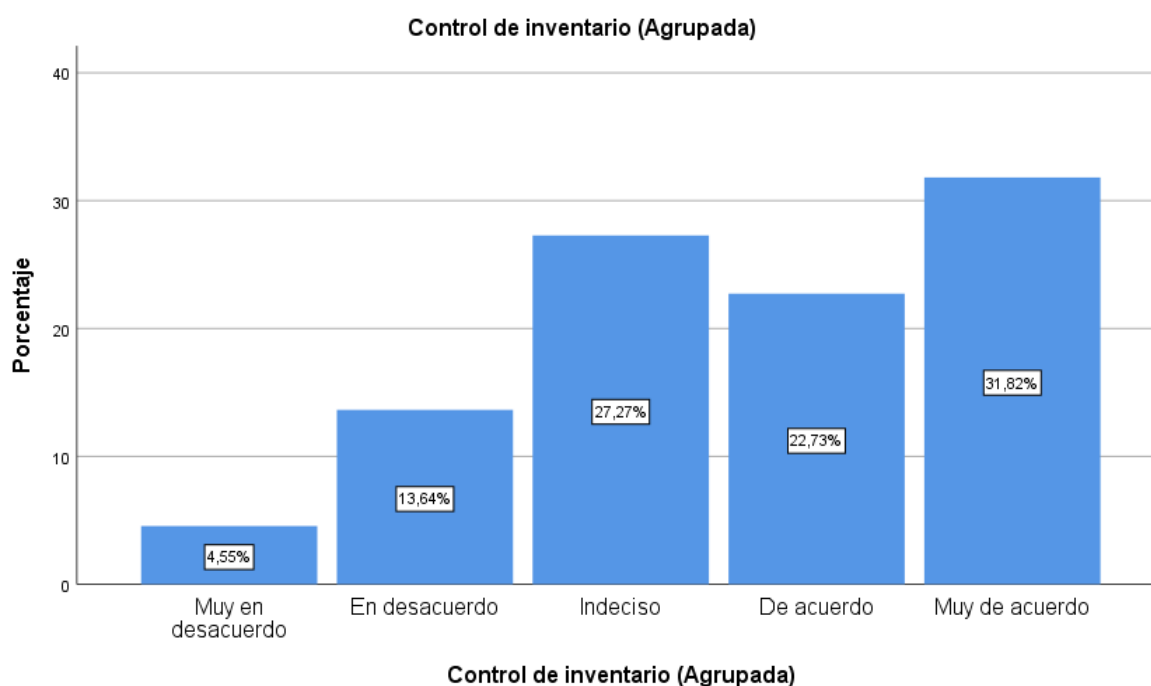


Interpretación:

El cuadro anterior nos muestra que de las 44 personas que fueron encuestas el 48% menciona que se realiza una correcta gestión de inventario en las empresas cerámicas donde laboran. A esto, existe un alto margen de personas que desconoce si donde laboran se practica una correcta gestión de inventario.

Tabla 11. Cuadro de análisis de la dimensión Control de inventario (Agrupada)

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy en desacuerdo | 2 | 4,5 | 4,5 |
| | En desacuerdo | 6 | 13,6 | 18,2 |
| | Indeciso | 12 | 27,3 | 45,5 |
| | De acuerdo | 10 | 22,7 | 68,2 |
| | Muy de acuerdo | 14 | 31,8 | 100,0 |
| | Total | 44 | 100,0 | 100,0 |

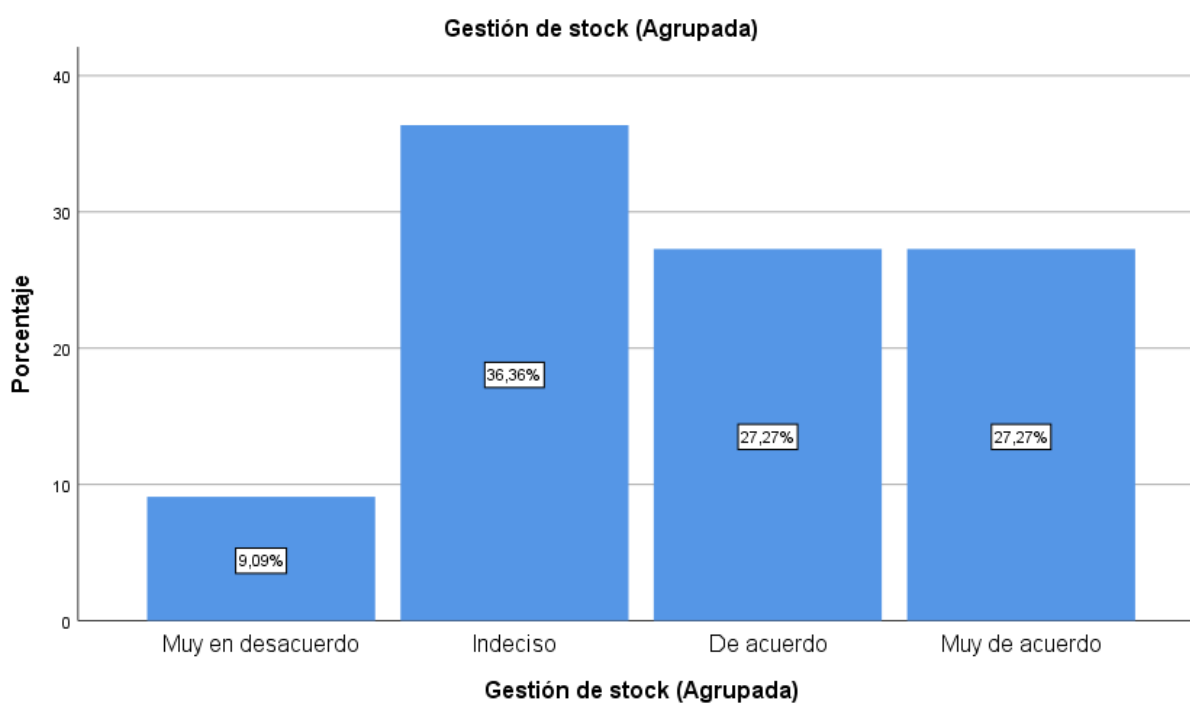


Interpretación:

En la dimensión de control de inventarios se puede apreciar un porcentaje alto de 54% de encuestados que consideran que en la empresa donde laboran se lleva un correcto control de inventarios. En cambio también existe un 46% entre indecisos y en desacuerdo, esto tiene que ver con la apreciación que tiene los trabajadores sobre el manejo del stock dentro del almacén

Tabla 12. Cuadro de análisis de la dimensión Gestión de stock (Agrupada)

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Muy en desacuerdo | 4 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| Indeciso | 16 | 36,4 | 36,4 | 45,5 |
| Válido De acuerdo | 12 | 27,3 | 27,3 | 72,7 |
| Muy de acuerdo | 12 | 27,3 | 27,3 | 100,0 |
| Total | 44 | 100,0 | 100,0 | |

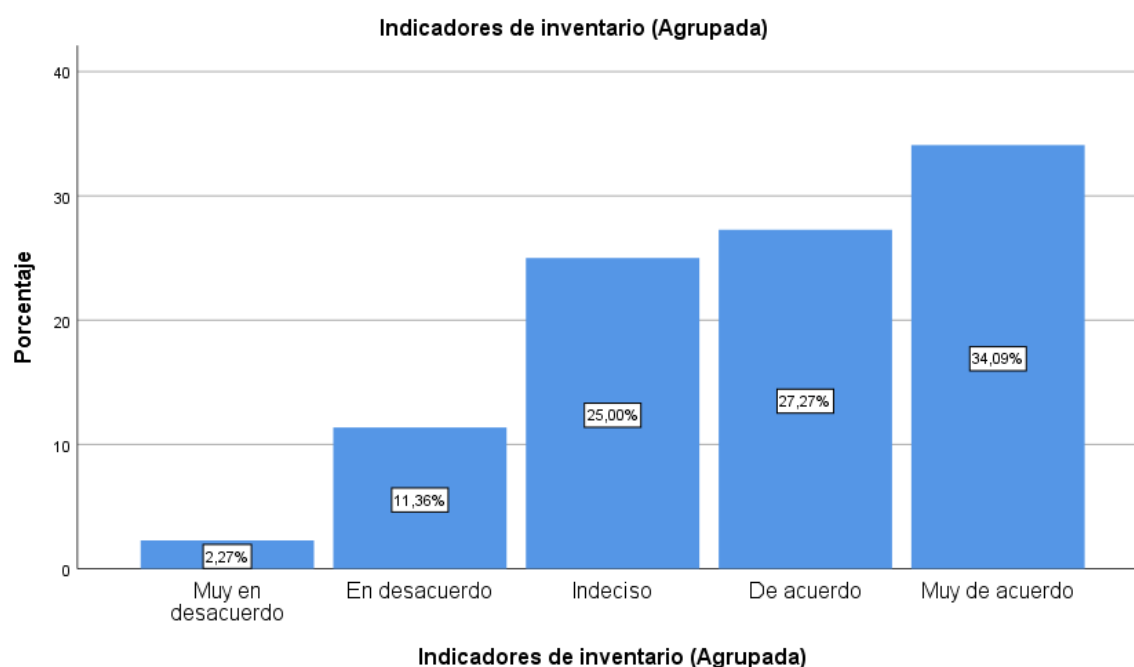


Interpretación:

La encuesta sobre la gestión de stock da soporte a nuestra primera dimensión de la variable gestión de inventario ya que más del 54% considera que se lleva una correcta planificación del stock antes la demanda de los clientes, existe también un 46 % que se muestra indeciso y en desacuerdo, esto podría deberse a que no tienen la misma apreciación sobre los procesos que se realiza en la empresa donde laboran.

Tabla 13. Cuadro de análisis de la dimensión Indicadores de inventario (Agrupada)

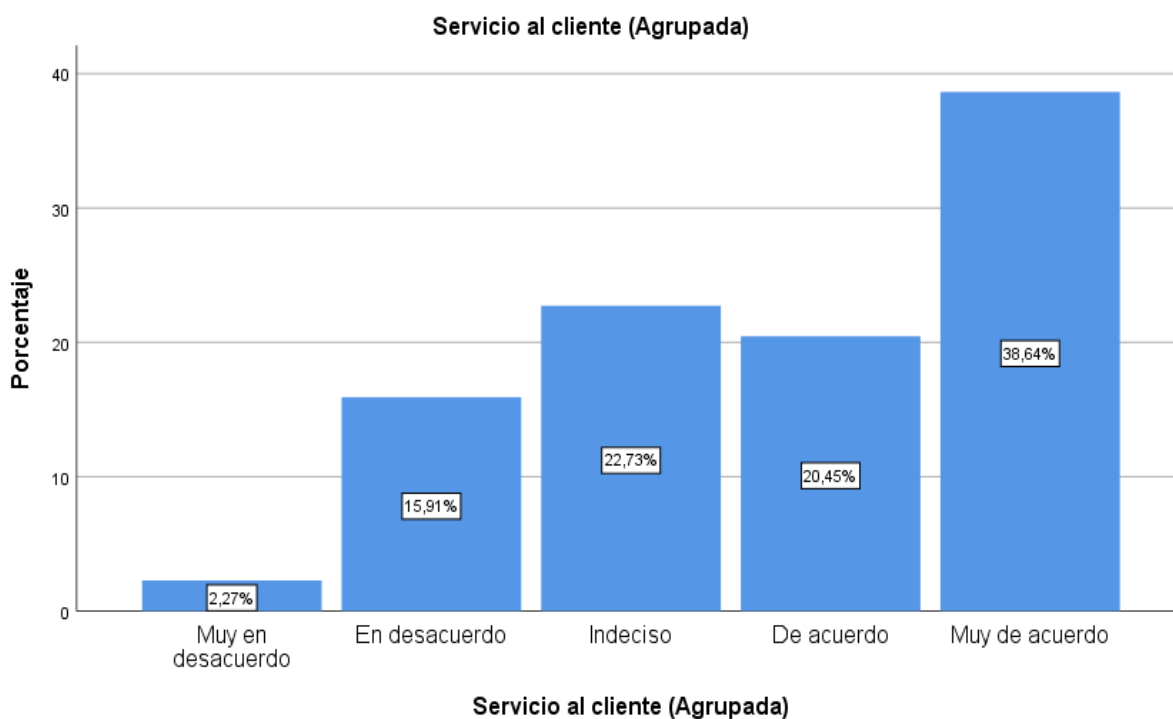
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy en desacuerdo | 1 | 2,3 | 2,3 |
| | En desacuerdo | 5 | 11,4 | 13,6 |
| | Indeciso | 11 | 25,0 | 38,6 |
| | De acuerdo | 12 | 27,3 | 65,9 |
| | Muy de acuerdo | 15 | 34,1 | 100,0 |
| | Total | 44 | 100,0 | 100,0 |

**Interpretación:**

En la dimensión indicadores de inventario la cual pertenece a nuestra primera variable está enfocada a las herramientas que miden el cumplimiento de los requerimientos de los clientes como también la exactitud del inventario dentro del almacén. En este cuadro se tiene a 27 personas que expresan tener un eficiente uso de indicadores, esta dimensión es la que ha tenido mayor igualdad en opinión.

Tabla 14. Cuadro de análisis de la variable Servicio al cliente (Agrupada)

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy en desacuerdo | 1 | 2,3 | 2,3 |
| | En desacuerdo | 7 | 15,9 | 18,2 |
| | Indeciso | 10 | 22,7 | 40,9 |
| | De acuerdo | 9 | 20,5 | 61,4 |
| | Muy de acuerdo | 17 | 38,6 | 100,0 |
| | Total | 44 | 100,0 | 100,0 |



Interpretación:

De la variable Servicio al cliente el 59 % considera que la empresa donde labora está comprometida con el servicio que se otorga a los clientes tanto en la satisfacción como en su capacidad de respuesta.

3.2 Análisis de prueba de normalidad

- **Declaración de hipótesis.**

H0: las valoraciones de los datos tienen distribución normal.

H1: las valoraciones de los datos difieren de la distribución normal.

- **Establecimiento del nivel de significancia.**

El nivel de significancia determinada será del 5%

Tabla 15. Prueba de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | Gl | Sig. | Estadístico | Gl | Sig. |
| Gestión de Inventarios | ,175 | 44 | ,002 | ,908 | 44 | ,002 |
| Servicio al cliente | ,174 | 44 | ,002 | ,925 | 44 | ,007 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 15 se comprueba que el número de muestra es > 50 , por consiguiente, se utilizará Kolmogorov - Smirnov, aplicando valores de 0.175 y 0.174 para las variables primera y segunda, de manera correspondiente .

Comparación del valor P

Valor $p = 0.000 < \alpha = 0.05$

Decisión

Se refuta el H_0 y se corrobora la H_1 , adecuado a la significancia menor a 0.05, por lo que se prueba que las valoraciones difieren de la distribución normal y se da lugar a la utilización de la prueba rho de Spearman.

Tabla 16. Interpretación del coeficiente de correlación de spearman

| Coeficiente | Tipo de correlación |
|--------------------|----------------------------|
| [0 - 0.2] | Muy baja o muy débil |
| <0.2 - 0.4] | Baja o débil |
| <0.4 - 0.6] | Moderada |
| <0.6 - 0.8] | Alta o Fuerte |
| <0.8 a 1] | Muy alta o muy fuerte |

3.3 Análisis de prueba de correlación

Hipótesis General

Ho: No existe relación entre la gestión de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.

H1: Existe relación entre la gestión de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.

Considerando lo siguiente:

- Sig. mayor a 0.05, se rechaza la H_0 .
- Sig. menor a 0.05, no se rechaza la H_0

Tabla 17. Correlación de variables de la hipótesis General

| | | | Gestión de inventario (Agrupada) | Servicio al cliente (Agrupada) |
|-----------------|----------------------------------|----------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| Rho de Spearman | Gestión de inventario (Agrupada) | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,898** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 44 | 44 |
| | Servicio al cliente (Agrupada) | Coeficiente de correlación | ,898** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 44 | 44 |

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

La tabla 17 refleja una correlación muy alta de 0.898 acorde a la estadística de Spearman, el grado de significancia es de 0.000 que es menor a la planteada en esta investigación, por ende se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se confirma la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, se ratifica que si existe relación entre la gestión de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima 2019.

Hipótesis específica 1

H_0 : No existe relación entre el control de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima 2019.

H_1 : Existe relación entre el control de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima 2019.

Considerando lo siguiente:

- Sig. mayor a 0.05, se rechaza la H_0 .
- Sig. menor a 0.05, no se rechaza la H_0

Tabla 18. Correlación de variables de la hipótesis específica 1

| | | Control de inventario (Agrupada) | Servicio al cliente (Agrupada) |
|-----------------|----------------------------------|--|--------------------------------|
| Rho de Spearman | Control de inventario (Agrupada) | Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N | 1,000 ,842** 44 |
| | Servicio al cliente (Agrupada) | Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N | ,842** ,000 44 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

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

La tabla 18 refleja una correlación muy alta de 0.842 acorde a la estadística de Spearman, el grado de significancia es de 0.000 que es menor a la planteada en esta investigación, por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, se ratifica que si existe relación entre el control de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima 2019.

Hipótesis específica 2

Ho: No existe relación entre la gestión de stock y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima 2019.

H1: Existe relación entre la gestión de stock y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima 2019.

Considerando lo siguiente:

- Sig. mayor a 0.05, se rechaza la H_0 .
- Sig. menor a 0.05, no se rechaza la H_0

Tabla 19. Correlación de variables de la hipótesis específica 2

| | | | Gestión de stock (Agrupada) | Servicio al cliente (Agrupada) |
|--------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| Rho de Spearman | Gestión de stock (Agrupada) | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,774** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 44 | 44 |
| | Servicio al cliente (Agrupada) | Coefficiente de correlación | ,774** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 44 | 44 |

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

Nuestra tabla 19 refleja una correlación alta de 0.774 acorde a la estadística de Spearman, el grado de significancia es de 0.000 que es inferior a la planteada en esta investigación, por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, se ratifica que si existe relación entre la gestión de stock y el servicio en una empresa cerámica, Lima 2019.

Hipótesis específica 3

Ho: No existe relación entre los indicadores de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima 2019.

H1: Existe relación entre los indicadores de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima 2019.

Considerando lo siguiente:

- Sig. mayor a 0.05, se rechaza la H_0 .
- Sig. menor a 0.05, no se rechaza la H_0

Tabla 20. Correlación de variables de la hipótesis específica 3

| | | | Indicadores de inventario (Agrupada) | Servicio al cliente (Agrupada) |
|-----------------|--------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|
| Rho de Spearman | Indicadores de inventario (Agrupada) | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,758** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | Servicio al cliente (Agrupada) | N | 44 | 44 |
| | | Coefficiente de correlación | ,758** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 44 | 44 |

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

La tabla 20 refleja una correlación alta de 0.758 acorde a la estadística de Spearman, el grado de significancia es de 0.000 que es inferior a la proyectada en esta investigación, por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se aprueba la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, se ratifica que si existe relación entre los indicadores de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.

IV. DISCUSIÓN

4.1 Discusión – Hipótesis general

En esta investigación se estableció como objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019. De esta manera mediante la evaluación de las personas que fueron encuestadas, finaliza que si se puede corroborar la existencia de una correlación elevada de 0.898 entre las variables de nuestra investigación. Por ende, la significancia de 0.000 es menor a la significancia de 0.05 asignada, lo que permite ratificar la H1; en otras palabras, la gestión de inventario se relaciona con el servicio al cliente.

De acuerdo al estudio de Coba (2017) en su tesis Gestión de inventarios y su relación eficiente con la gestión compras en la comercializadora Jhampier S.A.C Cercado de Lima año 2017 sostuvo que la gestión de inventario tiene una correlación alta y positiva con valor de 0.410 del Ro de Spearman con un grado de significancia de 0.000 .Con las informaciones que se analizaron se ratificó que estadísticamente existe relación entre la Gestión de inventario y la gestión de compras en la comercializadora Jhampier S.A.C.

Con respecto a la afirmación de Zapata (2014) el cual fue escogido para nuestra investigación menciona que la gestión de inventarios es el proceso que se encarga del control de inventario apropiado en la empresa., de tal modo se obtenga una eficiente gestión del stock para permitir el trabajo continuo en la comercialización de materiales a los clientes, y que para ello se debe de hacer uso de indicadores de inventario que determinen el comportamiento de los materiales en el proceso almacenamiento y distribución, para finalmente cumplir el compromiso con el cliente.

Entonces teniendo en cuenta el aporte de Coba y la teoría planteada por Zapata se puede observar que tienen correspondencia con nuestra investigación y se afirma la importancia que tiene la gestión de inventario y su relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima 2019.

Discusión – Hipótesis específica 1

Se estableció como objetivo específico determinar la relación que existe entre el control de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019. Así mismo, mediante de la validación de las personas encuestadas se finalizó que si se puede corroborar

la existencia de una correlación elevada de 0.842 entre las variables de nuestra investigación. Por ende gracias a la significancia hallada de 0.000 menor a 0.05 la cual fue asignada nos permite corroborar la hipótesis alterna H1; en otras palabras, el control de inventario se relaciona con el servicio al cliente.

De acuerdo al estudio de Mudarra y Zavaleta (2018) en su investigación titulada “el control de inventarios y su Relación con la rentabilidad de la empresa Minimarket san marcos s.a.c., periodo 2016” sostuvo que el control de inventario tienen una correlación alta y positiva con valor de 0.740 del Ro de Spearman con un grado de significancia de 0.000 ,con las informaciones que se analizaron se ratificó que estadísticamente existe relación entre el control de inventarios y la rentabilidad de la empresa Minimarket san marcos s.a.c.

Según Zapata (2014) cual fue seleccionada su teoría para nuestra investigación menciona que el propósito del control de inventario es que las existencias estén disponible dentro del almacén en el momento adecuado que requiera la empresa y los clientes, esto compromete una coordinación entre las áreas de Manufactura, compras y distribución.

Entonces teniendo en cuenta el aporte de Mudarra y Zavaleta y la teoría planteada por Zapata se puede observar que tienen correspondencia con nuestra investigación y se afirma la importancia que tiene el control de inventario y su relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.

Discusión – Hipótesis específica 2

Se estableció como objetivo específico determinar la relación que existe entre la gestión de stock y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019. Así mismo, mediante de la validación de las personas encuestadas se finalizó que si se puede corroborar la existencia de una correlación elevada de 0.774 entre las variables de nuestra investigación. Por ende gracias a la significancia hallada de 0.000 menor a 0.05 la cual fue asignada nos permite corroborar la hipótesis alterna H1; en otras palabras, la gestión de stock se relaciona con el servicio al cliente.

De acuerdo al estudio de Fernández (2014) en su investigación titulada “La gestión de stock y su relación con la productividad de los trabajadores en la empresa Yupari construcciones, sjm, año 2014”. Sostuvo que la gestión de stock tienen una correlación alta y positiva con valor de 0.840 del Ro de Spearman con un grado de significancia de 0.000,

con las informaciones que se analizaron se ratificó que estadísticamente se encuentra relación entre la gestión de stock y la productividad en la organización yupari

Con respecto a la afirmación de Zapata (2014) cual fue seleccionada su teoría para nuestra investigación menciona la gestión de stock es fundamental para el funcionamiento de una empresa tanto para la función de producción y abastecimiento del cliente, para ello se debe planificar y organizar el stock que debe mantenerse y cuanto es el stock que se debe de comprar a los proveedores. Es importante también no tener stock en exceso, debido a que puede ocasionar poca visibilidad de materiales, errores de conteo y como consecuencia final un desabastecimiento dentro del almacén.

Entonces teniendo en cuenta el aporte de Fernandez y la teoría planteada por Zapata se puede observar que tienen correspondencia con nuestra investigación y se afirma la importancia que tiene la gestión de stock y la relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.

4.4 Discusión – Hipótesis específica 3

Se estableció como objetivo específico resolver la relación que existe entre los indicadores de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019. Así mismo, mediante de la validación de las personas encuestadas se finalizó que si se puede corroborar la existencia de una correlación elevada de 0.860 entre las variables de nuestra investigación .Por ende gracias a la significancia hallada de 0.000 menor a 0.05 la cual fue asignada nos permite corroborar la hipótesis alterna H1; en otras palabras, los indicadores de inventario se relaciona con el servicio al cliente.

De acuerdo al estudio de Droguett (2018) en su investigación titulada Indicadores de inventario y su relación con la satisfacción del cliente en la ferretería Jaime Lima – 2019 ”sostuvo que el control de inventario tienen una correlación alta y positiva con valor de 0.850 del Ro de Spearman con un grado de significancia de 0.000 ,con las informaciones que se analizaron se ratificó que estadísticamente existe relación entre los indicadores de inventario y la satisfacción del cliente en la ferretería Jaime Lima -2019

Según Zapata (2014) cual fue seleccionada su teoría para nuestra investigación menciona que para un correcto manejo del stock, es importante utilizar herramientas que ayuden a medir el desempeño de varias variables, de tal manera que permita tomar decisiones y el control de los inventarios .Para ello el uso de indicadores permite medir el desempeño

y el comportamiento de materiales a almacenar, estos indicadores se clasifican en indicadores operativos y servicio al cliente.

Entonces teniendo en cuenta el aporte de Droguett y la teoría planteada por Zapata se puede observar que tienen correspondencia con nuestra investigación y se afirma la importancia que tiene los indicadores de inventario y la relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.

V. CONCLUSIONES

- 5.1 Conforme a los resultados estadísticos se precisó que la correlación entre la primera variable y la segunda variable es muy elevado gracias al valor de 0.898, la significancia observada es de 0.000 menor a la cual fue propuesta en la investigación, lo que con lleva a que se pueda aceptar la hipótesis alterna (H1) y se demuestre que existe relación entre las variables gestión de inventarios y servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.
- 5.2 Conforme a los resultados estadísticos se precisó que la correlación entre la primera dimensión y el servicio al cliente es muy elevado gracias al valor de 0.842, la significancia observada es de 0.000 menor a la cual fue propuesta en la investigación, lo que conlleva a que se pueda aceptar la hipótesis alterna (H1) y se demuestre que existe relación entre el control de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.
- 5.3 Conforme a los resultados estadísticos se precisó que la correlación entre la segunda dimensión y el servicio al cliente es muy elevado gracias al valor de 0.774, la significancia observada es de 0.000 menor a la cual fue propuesta en la investigación, lo que conlleva a que se pueda aceptar la hipótesis alterna (H1) y se demuestre que existe relación entre la gestión de stock y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.
- 5.4 Conforme a los resultados estadísticos se precisó que la correlación entre la tercera dimensión y el servicio al cliente es muy elevado gracias al valor de 0.860, la significancia observada es de 0.000 menor a la cual fue propuesta en la investigación, lo que conlleva a que se pueda aceptar la hipótesis alterna (H1) y se demuestre que existe relación entre los indicadores de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019.

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1 Realizar el seguimiento continuo a los productos que se entregan a los clientes de tal manera que se pueda comprobar si los clientes están satisfechos con el servicio que se les brinda.
- 6.2 Controlar y clasificar el stock mediante la clasificación ABC, de este modo se podrá brindar una atención más ágil cuando el cliente lo requiera.
- 6.3 Mejorar la planificación de stock mediante un análisis histórico de ventas, el cual permita aumentar la producción de los productos con mayor venta, de tal manera que no exista sobre stock por productos sin movimientos.
- 6.4 Mediante el uso de indicadores observar el comportamiento del inventario y como cubre las necesidades de los clientes, esto permitirá a que la gerencia pueda tomar mejores decisiones.
- 6.5 Capacitar al personal operativo sobre el correcto uso de herramientas de inventario, y los beneficios que genera a sus operaciones diarias.

REFERENCIAS

- Americaeconomia. (2017).Mala gestión de inventarios, una de las principales causas de quiebre de las Pymes. Recuperado de: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/mala-gestion-de-inventarios-una-de-las-principales-causas-de-quiebre-de-las-pymes>
- Alfaro, E. Alarcón, L. García, A. & Hernández, L. (2010). Instrumentos, la investigación. España: Pearson.
- Barry C. The best of inventory.2007; 3 (1):1-45.
- Behar, D. (2008). Metodología de la investigación. Editorial Shalom
- Bernal, R. (2010). Metodología de la investigación. Editorial Grupo Universal
- Bobes A, Valdes F. Servicio logístico al cliente en empresas de servicios: procedimiento para su diseño.2014; 152 (2):184-192
- Borda, T. (2013). Población y muestra. México: Saint Patrick.
- Bofill A, Sablon N, Florido R. Procedimiento para la gestión de inventario en el almacén central de una cadena comercial cubana.2017; 9 (1): 41-51
- Cervantes, R. (2017). Implementación de gestión de inventarios para mejorar el nivel del servicio al cliente en la empresa Lumen Ingeniería S.A.C, Los Olivos 2017-Lima. (Tesis de licenciatura).Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/10078>
- Cortés, E. y Iglesias, M. (2008). Generalidades sobre la metodología de la investigación. 3º ed.).México: Universidad Autónoma del Carmen
- Atnafu D, Balda A. The impact of inventory management practice on firms' competitiveness and organizational performance: Empirical evidence from micro and small enterprises in Ethiopia.2018; 5 (1): 1-16
- Díaz J, Perez D. Optimización de los niveles de inventario en una cadena de suministro. (2012); 33 (2):126-132.
- Duque, E. (2015) Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Colombia. Cuarta edición

- Espinoza, O. (2011). La administración eficiente de los inventarios. (1° ed.).Madrid: Editorial la Enseñada.
- Fernández, M (2016).Análisis y diseño de un sistema de gestión de inventarios para una empresa de servicios logísticos. (Tesis de Ingeniería Industrial). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/7888>.
- Johnston R. Three outcomes of service recovery: Customer recovery, process recovery and employee recovery. *International Journal of Operations & Production Management*. (2009); 28 (1): 79-99.
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. (6° ed.).México: Mc Graw Hill.
- Howat A, Hammond M. Service insurance A project on customer waiting times when buying a product from a distributor. 2009; 8 (2): 78-173.
- Garrido I, Cejas M. Inventory management as a strategic factor in business administration. 2017; 13 (37): 109-129.
- Gestión (2019). Empresas elevan ventas en 25% al automatizar gestión de inventarios. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/empresas-elevan-ventas-25-automatizar-gestion-inventarios-272267-noticia/>
- Gómez R, Fernández S. Indicadores logísticos en la cadena de suministro como apoyo al modelo scor.2014; 8 (15): 90-110
- Gonzales, J. (2016). Procedimientos de operaciones y control de almacenes. (1° ed.).Perú: Transporte Rodrigo Carranza S.A.C.
- Gonzales R. (2015). Profesionaliza su logística con WMSTek de Binaria.
- Guzmán A, Cárcamo M. La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio “Restaurant Familiar Los Fresnos”.2014; 24 (3): 35-49.
- Keiser, T. Strategies for enhancing service quality. *Journal of Service Marketing*. 2014; 2(5): 45-70.
- Fang X.Decision support for lead time demand variability reduction.2013;41(2):390-396

- León, E. y Torre, A. (2017). Análisis y diseño de un sistema de gestión de inventarios para una empresa de servicios logísticos. (Tesis para magister de ingeniería). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/7717>
- Niño, V. (2011). Metodología de la investigación. Colombia: Ediciones de la U.
- Ñaupas, H. y Mejía ,E. (2013). Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis. Editorial Pacarina del Sur.
- Medina A, Hernández R. Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano.2014; 35(1):25-33
- Mejías a, Manrique S. Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores.2011; 32 (1):43-47
- Pérez Y. Un modelo de gestión de inventarios para una empresa de productos alimenticios.2013; 34 (2):227-236
- Ramírez G, Manotas D. Modelo de medición del impacto financiero del mantenimiento de inventario de suministros .2014; 19 (3):251-260
- Rodríguez, M. (2010).Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales. (1º ed.). México: Editorial Pandora.
- Rodríguez, E. Modelo de inventarios para control económico de pedidos en empresa comercializadora de alimentos.2015; 14(27):163-177
- Rodríguez, M. (2010). Métodos de investigación: Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales. (1º ed.). México: Editorial Pandora.
- Tamayo E, López R. Proceso integral de la actividad comercial. España 2012; 6(2):15-85.
- Viera E, Cardona D, Torres R, Mera B. Diagnóstico de los modelos de gestión de inventarios de alimentos en empresas hoteleras.2017; 4 (3): 28-51
- Veldhuizen, J. (2017)..Servicio al cliente.
- Zapata, J. (2014). Fundamentos de la Gestión de Inventarios. Medellín: Editorial Esumer

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

| PROBLEMAS | OBJETIVOS | HIPÓTESIS |
|---|--|--|
| <p>GENERAL: ¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de inventarios con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> | <p>GENERAL: Determinar la relación que existe entre la gestión de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> | <p>GENERAL: Existe relación entre la gestión de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> |
| <p>ESPECÍFICOS: ¿Cuál es la relación que existe entre el control de Inventarios y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> | <p>ESPECÍFICOS: Determinar la relación que existe entre el control de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> | <p>ESPECÍFICAS: Existe relación entre el control de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> |
| <p>ESPECÍFICOS: ¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de stocks con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> | <p>ESPECÍFICOS: Determinar la relación que existe entre la gestión de stock y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> | <p>ESPECÍFICAS: Existe relación entre la gestión de stock y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> |
| <p>ESPECÍFICOS: ¿Cuál es la relación que existe entre los indicadores de inventarios con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> | <p>ESPECÍFICOS: Determinar la relación que existe entre los indicadores de inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> | <p>ESPECÍFICAS: Existe relación entre los indicadores de Inventario y el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019?</p> |

Anexo 2: Matriz de validación de instrumento

Validación del experto N°01



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: GESTIÓN DE INVENTARIOS

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| Control de Inventarios | | | | | | | | |
| <i>Existencias</i> | | | | | | | | |
| 1 | ¿Considera usted que la empresa Cerámica donde labora tiene un procedimiento para mantener el stock controlado? | X | | X | | X | | |
| <i>Almacén</i> | | | | | | | | |
| 2 | ¿Piensa usted que las ubicaciones que se le da a los productos en el almacén son las óptimas? | X | | X | | X | | |
| 3 | ¿Considera usted que es correcta la clasificación en el almacenamiento de los productos? | X | | X | | X | | |
| Gestión de stock | | | | | | | | |
| <i>Planificar</i> | | | | | | | | |
| 4 | ¿Piensa usted que es correcta la planificación del stock ante la demanda de los clientes? | X | | X | | X | | |
| <i>Organizar</i> | | | | | | | | |
| 5 | ¿Considera usted que su empresa emplea técnicas para organizar el stock? | X | | X | | X | | |
| Indicadores de Inventario | | | | | | | | |
| <i>Indicadores Operativos</i> | | | | | | | | |
| 6 | ¿Considera usted importante que el área donde labora utilice indicador de exactitud de registro de inventario que le permita conocer el comportamiento de las existencias? | X | | X | | X | | |
| <i>Indicadores de Servicio al Cliente</i> | | | | | | | | |
| 7 | ¿Cree usted que su empresa utilice indicadores que midan el cumplimiento de los requerimientos de sus clientes? | X | | X | | X | | |

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Baruti Barreto Israel

DNI N° 10614088

Especialidad del validador: Dr. Administración

FECHA: 16(11)19

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

[Firma]
 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: SERVICIO AL CLIENTE

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | Satisfacción al Cliente | | | | | | | |
| 8 | <u>Reclamos</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que en caso de existir un reclamo con la compra realizada por el cliente la empresa lo resuelve de manera satisfactoria? | X | | X | | X | | |
| 9 | <u>Fiabilidad</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que la empresa cumple sus compromisos con el cliente? | X | | X | | X | | |
| 10 | <u>Experiencia de Compra</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que los clientes tienen una buena experiencia con los productos que desean adquirir? | X | | X | | X | | |
| 11 | <u>Experiencia del cliente</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que la empresa está comprometida en que el cliente este satisfecho con su compra? | X | | X | | X | | |
| | Capacidad de Respuesta | | | | | | | |
| 12 | <u>Velocidad en el servicio</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que la empresa brinda información rápida de stock cuando sus clientes lo requieren? | X | | X | | X | | |
| 13 | <u>Tiempo de Espera</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Cree usted que la empresa cumple con los tiempos de despacho de mercadería? | X | | X | | X | | |

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

 Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Bantia Baneto Israel

 DNI N° 10614088

 Especialidad del validador: Dr. Administración

 FECHA: 16/11/19

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

.....

 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

Validación del experto N°02



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: GESTIÓN DE INVENTARIOS

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| Control de Inventarios | | | | | | | | |
| <i>Existencias</i> | | | | | | | | |
| 1 | ▪ ¿Considera usted que la empresa Cerámica donde labora tiene un procedimiento para mantener el stock controlado? | X | | X | | X | | |
| <i>Almacén</i> | | | | | | | | |
| 2 | ▪ ¿Piensa usted que las ubicaciones que se le da a los productos en el almacén son las óptimas? | X | | X | | X | | |
| 3 | ▪ ¿Considera usted que es correcta la clasificación en el almacenamiento de los productos? | X | | X | | X | | |
| Gestión de stock | | | | | | | | |
| <i>Planificar</i> | | | | | | | | |
| 4 | ▪ ¿Piensa usted que es correcta la planificación del stock ante la demanda de los clientes? | X | | X | | X | | |
| <i>Organizar</i> | | | | | | | | |
| 5 | ▪ ¿Considera usted que su empresa emplea técnicas para organizar el stock? | X | | X | | X | | |
| Indicadores de Inventario | | | | | | | | |
| <i>Indicadores Operativos</i> | | | | | | | | |
| 6 | ▪ ¿Considera usted importante que el área donde labora utilice indicador de exactitud de registro de inventario que le permita conocer el comportamiento de las existencias? | X | | X | | X | | |
| <i>Indicadores de Servicio al Cliente</i> | | | | | | | | |
| 7 | ▪ ¿Cree usted que su empresa utilice indicadores que midan el cumplimiento de los requerimientos de sus clientes? | X | | X | | X | | |

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador: Lopez Landaverde Rafael

DNI N° 05273200
 FECHA: 26/11/19

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: SERVICIO AL CLIENTE

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | Satisfacción al Cliente | | | | | | | |
| 8 | <u>Reclamos</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que en caso de existir un reclamo con la compra realizada por el cliente la empresa lo resuelve de manera satisfactoria? | X | | X | | X | | |
| 9 | <u>Fiabilidad</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que la empresa cumple sus compromisos con el cliente? | X | | X | | X | | |
| 10 | <u>Experiencia de Compra</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que los clientes tienen una buena experiencia con los productos que desean adquirir? | X | | X | | X | | |
| 11 | <u>Experiencia del cliente</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que la empresa está comprometida en que el cliente este satisfecho con su compra? | X | | X | | X | | |
| | Capacidad de Respuesta | | | | | | | |
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 12 | <u>Velocidad en el servicio</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que la empresa brinda información rápida de stock cuando sus clientes lo requieren? | X | | X | | X | | |
| 13 | <u>Tiempo de Espera</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Cree usted que la empresa cumple con los tiempos de despacho de mercadería? | X | | X | | X | | |

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador: Lopez Landauer, Rafael

DNI N°: 00273208

FECHA: 26/11/19

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Validación del experto N°03



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: GESTIÓN DE INVENTARIOS

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | Control de Inventarios | | | | | | | |
| | <i>Existencias</i> | | | | | | | |
| 1 | ▪ ¿Considera usted que la empresa Cerámica donde labora tiene un procedimiento para mantener el stock controlado? | X | | X | | X | | |
| | <i>Almacén</i> | | | | | | | |
| 2 | ▪ ¿Piensa usted que las ubicaciones que se le da a los productos en el almacén son las óptimas? | X | | X | | X | | |
| 3 | ▪ ¿Considera usted que es correcta la clasificación en el almacenamiento de los productos? | X | | X | | X | | |
| | Gestión de stock | | | | | | | |
| | <i>Planificar</i> | | | | | | | |
| 4 | ▪ ¿Piensa usted que es correcta la planificación del stock ante la demanda de los clientes? | X | | X | | X | | |
| | <i>Organizar</i> | | | | | | | |
| 5 | ▪ ¿Considera usted que su empresa emplea técnicas para organizar el stock? | X | | X | | X | | |
| | Indicadores de Inventario | | | | | | | |
| | <i>Indicadores Operativos</i> | | | | | | | |
| 6 | ▪ ¿Considera usted importante que el área donde labora utilice indicador de exactitud de registro de inventario que le permita conocer el comportamiento de las existencias? | X | | X | | X | | |
| | <i>Indicadores de Servicio al Cliente</i> | | | | | | | |
| 7 | ▪ ¿Cree usted que su empresa utilice indicadores que midan el cumplimiento de los requerimientos de sus clientes? | X | | X | | X | | |

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Ma. Nora Gamarra Quillane

Especialidad del validador: Quil. Pericó

DNI N° 08726557

FECHA: 26/11/2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ma. Nora Gamarra Quillane
 Firma del Experto Informante.
 Especialidad



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: SERVICIO AL CLIENTE

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--------------------------------|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| Satisfacción al Cliente | | | | | | | | |
| 8 | <u>Reclamos</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que en caso de existir un reclamo con la compra realizada por el cliente la empresa lo resuelve de manera satisfactoria? | X | | X | | X | | |
| 9 | <u>Fiabilidad</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que la empresa cumple sus compromisos con el cliente? | X | | X | | X | | |
| 10 | <u>Experiencia de Compra</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que los clientes tienen una buena experiencia con los productos que desean adquirir? | X | | X | | X | | |
| 11 | <u>Experiencia del cliente</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que la empresa está comprometida en que el cliente este satisfecho con su compra? | X | | X | | X | | |
| Capacidad de Respuesta | | | | | | | | |
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 12 | <u>Velocidad en el servicio</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Considera usted que la empresa brinda información rápida de stock cuando sus clientes lo requieren? | X | | X | | X | | |
| 13 | <u>Tiempo de Espera</u> | | | | | | | |
| | ▪ ¿Cree usted que la empresa cumple con los tiempos de despacho de mercadería? | X | | X | | X | | |

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Nora Aguirre Dullave

DNI N° 08726557

Especialidad del validador: Auditoría

FECHA: 26/11/2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Firma del Experto Informante.
 Especialidad