



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Gestión de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa
Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Cosme Marcelo, Kadria Tricy (ORCID: 0000-0001-8815-4669)

ASESOR:

Mg. Romero Pacora, Jesús (ORCID: 0000-0003-4188-2479)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2018

Dedicatoria

A mi madre Julia Marcelo Villena, quien es el motor y motivo para continuar con mis proyectos día a día, a mis hermanos, a mis sobrinos, a mis amigos y familiares.

Y a mi padre Eduardo Cosme y abuelos que desde el cielo me guían e iluminan mi camino.

Agradecimiento

Agradezco a Nuestro padre celestial y a nuestro hermano mayor Jesucristo por guíame e iluminarme

Agradezco a mi asesor Mg. Jesús Romero pacora, por orientarme en los conocimientos teóricos y estadísticos.

Agradezco a mi familia y amigos, por apoyarme incondicional.

Agradezco a un gran amigo y cómplice de risas, tristezas y aventuras, Linder Carranza.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización	19
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	22
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.5. Procedimientos	24
3.6. Método de análisis de datos	25
3.7. Aspectos éticos	25
IV. RESULTADOS	26
V. DISCUSIÓN	34
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS	41
ANEXOS	47

Índice de tablas

	pág.
Tabla 1: Operacionalización de la Variable Gestión de inventario	20
Tabla 2: Operacionalización de la Variable Satisfacción del cliente	21
Tabla 3: Cuadro de expertos de validación	23
Tabla 4: Fiabilidad de la variable Gestión de inventario	24
Tabla 5: Fiabilidad de la variable satisfacción del cliente	25
Tabla 6: Gestión de inventario y satisfacción del cliente	26
Tabla 7: Pronostico de inventario y satisfacción del cliente	28
Tabla 8: Costos de inventario y satisfacción del cliente	30
Tabla 9: Demanda y satisfacción del cliente	32

Índice de anexos

	pág.
Anexo 1: Instrumento de la variable gestión de inventario	42
Anexo 2: Instrumento de la variable satisfacción del cliente	48
Anexo 3: Validación de instrumento	49
Anexo 4: Matriz de consistencia	57
Anexo 5: Tabla de especificación de la Variable: Gestión de inventario	58
Anexo 6: Tabla de especificaciones de Variable Satisfacción del cliente	58
Anexo 7: Detalle de confiabilidad de la variable Gestión de inventario	59
Anexo 8: Detalle de confiabilidad de la variable Gestión de inventario	60
Anexo 9: Base de datos de la variable gestión de inventario	61
Anexo 10: Base de datos de la variable satisfacción del cliente	62
Anexo 11: Base de datos del SPSS	63
Anexo 12: Evidencias	64
Anexo 13: Carta de autorización de la empresa	69

Resumen

El presente trabajo de investigación, es referente a la gestión de inventario y la Satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho, realizado con el propósito de determinar la relación que existe entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa mencionada. La fundamentación teórica respecto la gestión de inventario y sus dimensiones, pronóstico de inventario, costos de inventario y demanda, se basó en administración de operaciones de Chase & Jacobs (2014), mientras que la satisfacción del cliente y sus dimensiones tales como expectativas, rendimiento percibido y los niveles de satisfacción, se basó en dirección de marketing la teoría de Kotler & Keller (2006), la presente investigación se desarrolló empleando el método científico, en el que se determinó que el estudio, fue de índole descriptivo correlacional del tipo no experimental, se aplicó un censo sobre un total de 30 clientes de la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario y la técnica empleada la encuesta, la validación fue realizada a través del juicio el alfa de Cronbach, mismo que arrojó un valor de 884 para la variable gestión de inventario y 865 para la satisfacción del cliente, el procedimiento estadístico que se realizó mediante el software Spss, cuyos resultados permitieron llegar a las discusiones, conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación.

Palabras claves: gestión de inventario, satisfacción del cliente, pronóstico de inventario, costos de inventarios, demanda.

Abstract

This research work is related to Inventory Management and Customer Satisfaction in Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho, carried out with the purpose of determining the relationship that exists between inventory management and customer satisfaction in the mentioned company. The theoretical foundation regarding inventory management and its dimensions, inventory forecasting, inventory and demand costs, was based on operations management of Chase & Jacobs (2014), while customer satisfaction and dimensions such as expectations, perceived performance and levels of satisfaction, was based on marketing direction the theory of Kotler & Keller (2006), the present research was developed using the scientific method, in which was determined that the study was of a descriptive correlational nature of the non-experimental type, a census was applied on a total of 30 clients of the Pet Shop Galpón dorado company, San Juan de Lurigancho, the instrument that was used was the questionnaire and the technique used. survey, the validation was carried out through the trial of 2 experts; one methodological and the other practical, to measure reliability, the Cronbach alpha was used, which gave a value of, 884 for the inventory management variable and, 865 for customer satisfaction, the statistical procedure performed by the software Spss, whose results allowed to reach the discussions, conclusions and recommendations of this research work.

Keywords: Inventory management, customer satisfaction, inventory forecasting, inventory, demand costs.

I. INTRODUCCIÓN

A continuación las entidades cuentan diversas áreas, cada establecimiento tienen diferentes funciones y procedimientos, lo cual uno de ellos es la gestión de inventarios, este es un punto fundamental debido que determina el manejo estratégico de la empresa esto refleja las existencias y salidas de las mercaderías. Por lo general la gestión de inventarios son indagaciones tocadas de manera básica para una tienda o empresa, eso no es solo por la demanda de los consumidores, sino que también es importante para el buen funcionamiento del negocio. Algunos obvian esto lo cual consideran que es un aspecto que se puede volver tedioso y complicado si no contamos con la gestión adecuada. La escasez del stock es sinónimo de pérdida de venta en muchos casos.

A continuación, la revista Scielo por Martínez, Gómez & Acevedo (2012) dirigir los registros de los balances de cadena de suministro y obteniendo una estabilidad adecuada de operación, además de direccionar a una sola visión de propósitos mutuos. (p.4) Además, Lopes & Gómez (2013) es el sistema de operación que garantiza la disposición de actividades por medio administrativo de los inventarios, analizando las condiciones establecidas por la organización, asegurando la afirmación por las decisiones estrategias planteadas para mejores resultados. (p. 3) También, Pérez, Cifuentes & Ocampo (2013) es la dedicación de disminuir los costos e incrementar la productividad económica, mantener la estabilidad de los procedimientos alternos serviciales que se maneja mediante los consumidores, teniendo una estabilidad correcta en la demanda del mercado. (p. 2) En cuanto, Cardona, Orejuela & Rojas (2018) el propósito es mantener una estabilidad adecuada en las inversiones propuestas de costos, relacionado mediante los procesos de almacenaje y el inventario, buscando la eficiencia por medio de la preparación de los pedidos adquiridos. (p. 3)

Para empezar, en la revista Scielo por González (2020) es un procedimiento que surge por la cadena de valores, que fomenta una correspondencia de manejo estable por motivos de la inversión propuesta y proyecta nuevas estrategias que cumple las expectativas del usuario. (p. 2) Así pues, Navarrete & Gutiérrez (2020) son mecanismo de control de inventario que resuelvan situaciones deficientes, sobre el mal manejo que se desarrolla en algunos casos operativos, por lo general se proyecta mediante una aplicación de

análisis económico para tomar decisiones que busca contribuir a gestión de inventario. (p. 2) Luego, Kanet (2017) se denomina por los tiempos determinados que se desenvuelven para poder afrontar los pedidos que derivan las entidades, manteniendo un enfoque propuesto por los resultados obtenidos de funcionamiento, para así poder proporcionar el plazo que se estableció en la entrega de servicio. (p. 5) Al mismo tiempo, Chakrabarty & Wang (2017) nos proporciona deducir un seguimiento de los elementos almacenados de la organización, además propone dar alternativas de generar cambios de manejo productivo para obtener mayor visión comercial en posicionarse de manera correcta en la demanda del mercado. (p. 3)

En el ámbito internacional la responsabilidad del manejo de gestión de inventarios cada vez es más continua, por la razón de mantener y atraer más clientes, pero en el proceso del desarrollo y el desconocimiento del manejo, hacen que existan variedades de refutaciones, se identifican la ineficiencia que obtiene en las ventas propuestas. En la revista, El financiero, manifiesta que, en la ciudad de México unos 70 de cada 100 pequeñas empresas no permanecen más en el mercado, después de 2 años de operatividad estas terminan su ciclo de vida, las empresas tienen diversas deficiencias y dificultades, una de ellas es no tener una gestión de inventario, lo cual se vio reflejado al servicio o productos brindados a los clientes generando insatisfacción, lo cual se vieron obligados a buscar otras alternativas.

Según Aguilar (2012), afirma que “se manifiesta por las inducciones que generan el incremento monetario por motivos del manejo propuesto de los dirigentes que fomenta la aplicación de una planificación eficiente” (p. 152). Es así que el fundamento de la gestión del inventario, es decir, se menciona la importancia para las empresas, por lo que se busca la disminución de costos en toda la cadena de valor.

En el ámbito nacional muchas de las empresas se vieron afectados la ineficiencia de manipulación en los inventarios, ya que acumulan mermas, como mercaderías caducadas para que posteriormente puedan ser vendidas al precio actual que demandaban, lo cual estaría generando desconfianza a los clientes. Según Laverino (2010) manifiesta que: las organizaciones particulares dieron posibilidades de nuevas propuestas de adaptación en diferentes ámbitos que se

identifica en el mercado, teniendo en cuenta en las leyes o estándares que rige el gobierno para poder tener licencia de autorización para poder aplicar estrategias que cumplan con lo requerido en determinar la adaptación de las nuevas tendencias tecnológicas que se ha generado por motivos de las actualizaciones persistentes de los sistemas operativos del ámbito comercial. (2010, p. 1). Lo sustentado del escritor indica que, Perú es un país con gente que tiene ganas de superación, lo cual son creativos a la hora de iniciar un negocio, gracias a la globalización la tecnología se expandió a nivel internacional, facilitando las funciones tediosas en las empresas que deciden aplicarlas. Pero existen dificultades en cuanto al uso de los sistemas propuestos, ya que muchas de estas empresas se generaron de la idea del negocio familiar, creándose un paradigma en la dirección de las funciones a seguir.

En el establecimiento distrital, es considerado cuna de emprendedores por lo que ha permitido el nacimiento de grande empresas. La gran mayoría de los negocios se encuentran en lugares que tienen mayor concurrencia. En el Plan de Desarrollo Concertado de Municipalidad, “la prioridad de la manipulación establecida en la actividad sistemático de inventarios se constituye por desarrollar factores tecnológicos que busquen implementar un funcionamiento eficiente y productivo” (2015, p. 83).

Conforme, la revista Scielo por Silva, Macías & Delgado (2020) se manifiesta por motivos de comportamiento repetitivo de compra, buscando la lealtad y permanencia a través de un vínculo fuerte, cumpliendo las expectativas de satisfacción en los servicios brindados. (p. 3) Así mismo, la revista Academy of Management por Paraskevi (2017) las entidades empresariales influyen posibilidades de incrementar las prestación servicial para retener mayor audiencias de consumidores del publico comercial, generando resultados. (p. 5) Además, Hernández, Medina & Pérez (2014) definieron las circunstancias de operación de servicio, en restablecer el manejo de relaciones interpersonales empática y agradable, mostrando as funciones sistemática de manera fluida y rápida. (p. 2) En definitiva, Modesto, Ulbricht & Neves (2016) la importancia de revisar los procedimientos de ejecución en la operación servicial con el fin de controlar y optimizar la fidelidad de los usuarios con la organización. (p. 3)

Posteriormente, la revista Cubana de Investigación Biomédicas por Chicaiza, Bastidas & Llano (2018) definieron las condiciones de fortalecer las relaciones con los consumidores, de tal modo obtener estabilidad en el mercado comercial, garantizando las exigencias de las necesidades operativas. (p. 3) Vasić, Kilibarda & Kaurin (2019) se derivan por los resultados obtenidos por motivos de los cumplimientos sistemáticos de los comensales, incrementando la confianza y fortaleza de las entregas de manera rápida, de esa forma de cumplir las expectativas trazadas. (p. 2) De nuevo, Cavalcante, Santos & Oliveira (2019) se manifiestan por la impresión o desilusión esperada, sobre los esfuerzos y dedicación que manejan en los servicios brindados, con las propuestas de valor que ofrece la organización. (p. 4) Igualmente, la revista Nova Scientia por González & Garza (2014) deducen de forma emocional sobre la reacción que manifiesta por motivos de las experiencias esperadas de los productos obtenidos, por tal razón se busca cumplir las evaluaciones de consumo de los usuarios de manera satisfactoria. (p. 3)

En el ámbito local, en la empresa Pet shop Galpón Dorado, en el establecimiento establecido, inició sus actividades desde hace 8 años siendo su objetivo principal mantener las costumbres de las personas que vienen de provincia en cuanto a la crianza de animales y generar conciencia de la protección animal. Su primer punto de venta se ubicó en Canto grande donde obtuvo una rápida aceptación, debido a un estudio previo de mercado en donde se encuentran los clientes que conservan ese tipo de costumbres en la crianza. En la actualidad cuenta con 5 puntos de venta: la Urbanización Las Flores de primavera, Montenegro, Urbanización Santa María y la Urbanización Ayacucho, se obtiene una visión exitosa en la entidad, buscando la prioridad hacia los usuarios viéndose en la obligación de adquirir un mecanismo de inventario y poder abastecer las tiendas.

Por ello, la entidad Pet Shop Galpón Dorado, se observó que tienen deficiencia con el control de inventario debido que por un mal manejo de la misma se genera excesivas mermas y carencia de productos primordiales que cuentan con gran demanda, ya que este negocio es una Mype, los dueños consideran que es un proceso engorroso y que les generaría costos adicionales. Por ello

determinan que la satisfacción del cliente es lo fundamental para continuar en el mercado, debido a que aumenta cada vez más la competencia.

La empresa cuenta con un sistema de inventarios, lo cual no lo gestiona adecuadamente, generando excesos de mercaderías o en algunos casos no cubre la demanda presentada.

Asimismo, este proyecto de investigación se enfocara por la disposición implicada mediante la importancia de una buena gestión de inventarios para mantener a los clientes satisfechos y continuar generando ingresos en la empresa.

II. MARCO TEÓRICO

Para empezar, la investigación tenemos a nivel internacional Calucho (2013), con el título "*El manejo de inventario y su impacto en las satisfacción del cliente de la empresa SOGAPLAST*", para obtener el grado en ingeniero de empresa de la Universidad Técnica de Ambato. El objetivo general diagnosticar la influencia del manejo de inventarios impacta e la satisfacción del cliente de la empresa SOGAPLASTA. Las teorías aplicadas en esta investigación fueron de Eugenio (2010) y Velaco (2011). El tipo de investigación fue descriptiva correlacional. La población estuvo conformada por los clientes internos (17) y externos (30) y con la muestra del 100% de la misma que son en total 47. En la presente investigación llegaron a la conclusión que determinaron que existe una correlación con ambas variables ($RHO= 0.61$, $SIG= 0.00$) entre el inventario y la satisfacción del cliente de la empresa SOGAPLASTA. En efecto se obtuvo una ponderación bueno en un 51.1%, de los consumidores encuestados y 72.6% de los usuarios manifiestan que es muy bueno. En definitiva, sintetizando la valoración de correspondencia que existe influencia del inventario para una buena satisfacción del cliente.

El aporte que brindará la investigación en cuanto a las variables que se van a estudiar, por el cual se apoyará en la influencia entre ambas interrogantes complementarias, ya que nos mencionan la gran influencia que se tienen entre sí, así mismo servirá de apoyo para analizar en diferentes ámbitos con es que se relacionan entre sí.

Sin embargo, Mila & García (2015) en su investigación titulada "*Desarrollo de gestión de inventarios para la satisfacción de los clientes del laboratorio Blaskov Ltda*". Tesis presentada para obtener título profesional en ingeniería industrial, en la universidad Libre, Bogotá. La investigación cuenta con el objetivo general el desarrollar del sistema de gestión de inventarios para la satisfacción de los clientes del Laboratorios Blaskov Ltda., de manera tal se minimicen los costos generales e incremente la productividad encontrando formas, técnicas y herramientas que permitan simplificar la gestión, lograr mayores niveles de eficiencia, reducir los inventarios y evitar el conteo físico. Sus teorías de apoyo fueron Fogarty (1995) y Ritman & Larry (2000). Su población estuvo conformada

por los 208 clientes y su muestra de 135, integrando en la encuesta. La indagación metodológica y correspondiente, buscando especificar las eventualidades establecidas en las compañías de procesos productivas, administrativas y comerciales. Los autores llegaron a la conclusión que la empresa no cuenta con un utilización adecuada de los requerimientos informativos, reflejando una aplicación ineficiente sobre la manipulación sistemática Factory, para la clasificación y administración de los inventarios y lo cual no se percibe en la satisfacción positiva de los clientes, la relación Rho de Spearman fue 0.532 a la vez el investigador recalco que en la empresa desconoce la importancia de la satisfacción del cliente lo cual afecta entre un 40% a 70% de la satisfacción deseada.

El aporte de esta tesis servirá como una guía para llevar a cabo correctamente el análisis de la gestión de inventario y la satisfacción del cliente. De igual forma se útil para otras empresas de manera que tendremos presente el recurso de la información por parte de los inventarios y pronosticar futuras demandas.

Por otra parte, Rodríguez (2014), con el título. *“El control de inventarios y su incidencia en el servicio al cliente de Megaferretero Ching en la ciudad de Ambato”*, para obtener el grado de ingeniero de empresas de la Universidad Técnica de Ambato. El objetivo general de la investigación fue determina de qué manera repercute el control de inventario, con el servicio al cliente, en la empresa Megaferretero Ching. La teoría aplicada en esta investigación fue Luna (2013) y García (2010). El tipo de investigación descriptiva correlacional, además la eventualidad es transversal y su diseño fue no experimental los métodos aplicativos fue analítico. La agrupación fueron los empleados en el área de bodega y logística de Megaferretero Ching, con un total de 30 trabajadores y 3000 clientes, lo cual cuenta con una muestra de 323 a encuestar. La investigación determinó que existe correspondencia significativa entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente con un valor de sig. (Bilateral) = ,003< 0.05 por lo que se rechazó la hipótesis nula y aceptó la hipótesis alterna, además que el estudio cuenta con una fiabilidad de 0.7, según el Alpha de Cronbach. Un Rho de Spearman de 0.533. La investigación finalizó derivando la importancia de

buen control de inventario lo cual se vio reflejado en el servicio brindado hacia los clientes.

Esta investigación contribuye en mi tesis datos de estudio como son los objetivos, simplificación de la disposición problemática, metodología manejada en el desenvolvimiento operativo, muestra, población, categorías, ponderaciones y determinaciones. Lo cual brindará un mayor alcance el tema a investigar.

A continuación, tenemos a nivel nacional el autor Guía (2017), titulada: "*Gestión de inventario y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Archí distrito Ate, año 2017*", para obtener el título profesional de licenciada en administración en la universidad cesar vallejo. El autor de la investigación formulo su objetivo general de determinar la relación entre la gestión de inventario con la satisfacción del cliente de la empresa Archí distrito de Ate, año 2017. Sus teorías de apoyo fueron Bastidas (2010) y Gonzales (2012). En esta investigación se utilizó el tipo de indagación descriptiva correlacional, "no experimental" y de corte transversal. Con una agrupación estratificada y de la población la conformó los clientes de la empresa Archí del distrito de Ate la cual está conformada por 66 clientes, se aplicó los instrumentos a través de cuestionarios. La tesis llevo a la siguiente conclusión, mediante la Prueba de Rho de Spearman, que muestro a las variables en estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.001 < 0.05$ ", por ende se rechazó la hipótesis nula. Además que, ambos variables poseen una correlación de 0.719, lo cual indica que es una correlación positiva considerable de la gestión de inventario con la satisfacción del cliente de la empresa Archí en el distrito de Ate, año 2017.

Brindará conocimientos en el marco teórico, lo cual está respaldado por escritores que determinan la proyección establecida de las interrogantes conceptuales, así mismo me apoyare en la metodología ya que guarda relación con mi investigación.

En cambio, Canchumanya & Quilca (2015), con el título "*Control estratégico en los inventarios de existencias para la satisfacción del cliente en la empresa Novocentro Universal SAC*", para obtener el grado de contador público de la

Universidad Nacional del Centro – Huancayo. El objetivo general fue conocer la influencia del control estratégico en los inventarios de existencias y la satisfacción del cliente en la empresa Novocentro Universal SAC. La suposición estudiada en esta indagación tiene como escritor a Manene, 2012 en su libro gestión de existencias e inventarios. El tipo de investigación de este trabajo fue descriptiva correlacional, de corte transversal. La población estuvo conformada por la empresa Novocentro Universal SAC, la misma que está constituida por la muestra de 30 trabajadores. La investigación concluyo con la correlación de Spearman $Rho = 0.758$, Sig. (Bilateral) = 0.000; ($p < 0.05$), que demuestra que existe relación entre ambas variables pudo identificar que en la empresa Novocentro Universal SAC, existe un inadecuado control de inventarios lo cual se vio reflejado en los resultados de la satisfacción del cliente.

La presente investigación nos brinda el análisis de ambas variables para entender los procesos de cómo realizar la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente. El autor proporciona herramientas fundamentales que aporta para las mejoras posibles. La teoría utilizada nos servirá ya que son confiables y de tal manera que coincide con el objetivo general.

Por último, Huamanguilla (2016), con el título “*La gestión de inventario y el control de stock existente como herramientas de la administración para mejorar la satisfacción de los usuarios de la concesionaria Solexport SAC, en las unidades mineras Arasi, Tukari, Apumayo y Anama periodos 2014 - 2015*”, para obtener el grado de contador público de la universidad nacional de San Agustín de Arequipa – Arequipa. El objetivo general fue determinar si la gestión de inventarios y el control del stock existente son una herramienta de la administración para mejorar la satisfacción de los usuarios de la concesionaria Solexport SAC, en las unidades mineras Arasi, Tukari, Apumayo y Anama periodos 2014 – 2015”. La teoría aplicada fue Arias (2015) y Flores (2010). El tipo de investigación de este trabajo fue descriptivo correlacional analítico. La población estuvo compuesta por los usuarios de la concesionaria en las unidades mineras Arasi, Tukari, Apumayo y Anama, con una muestra de 50 usuarios. La indagación finalizó si existe correspondencia entre ambas interrogantes para la obtención nivelada correlacional de Spearman de 0.585, asimismo adquirió regulación significativa

de 0.000, es menor al 0.05 (nivel de probabilidad) en la organización de los suministros se manifestaron a necesidad de supervisar el control de inventarios de los productos existentes, ya que no cubren las necesidades de los usuarios, en las unidades mineras Arasi, Tukari, Apumayo y Anama.

La investigación brindara un análisis de las dos variables que se desarrollan en una concesionaria minera, el estudio realizado ayudara a mi investigación de manera descriptiva ya que se podrá analizar en escenarios diferente, por otro lado, se apoyará en la metodología ya que guarda coincidencias con mi investigación.

Por consiguiente, si bien es cierto que la gestión de inventarios es una de los campos de contabilidad de costos y lo cual lo denominan registro de ingresos (compras) y salidas (ventas) de los procesos de una entidad. Alineando correctamente las mercaderías e manera apropiadas en afrontar al aumento de una demanda futura, así mismo disponen las pautas determinantes en constituir equipamientos de productos para el mejoramiento de la comercialización.

En cambio, Gutiérrez & Vida (2008), manifiesta que: El control de inventario se enfoca por procedimientos programados que están incluidos en el desarrollo logístico, además de sintetizar una mejor simulación de manejo proactivo, sumándose cuestiones favorables de cumplir la eficiencia administrativa del proyecto. (p. 27)

Lo mencionado es importante porque las empresas temen invertir en la gestión de inventarios, pensando que son costos inapropiados, lo cual están en un gran error ya que desarrollar el incremento de optimización los requerimientos que se estima mediante un control apropiado, debido que ayudara a reducir pérdidas grandes, controlar las fechas de caducidad, compras inapropiadas, entre otros.

Sin embargo, Viara, Cardona & Torres (2017), indican que: La gestión de inventario, brinda la información de los inventarios dentro de los términos admitidos, permiten controlar y brindar seguridad del mismo inventario que cuenta

la empresa. Los cuales se aplican de manera sistemática, los cuales necesitan ciertos pasos como la planificación, control y la organización. (p. 34)

La buena gestión en una empresa ayuda a desarrollar con mayor facilidad los procesos administrativos, que esto ayudara a lograr los objetivos planteados. Para Serna & Jara (2010). Manifiesta que:

Un mal manejo de los procesamientos establecidos se puede generar desventajas inapropiadas de la perdida de costos, además de obtener acumulación innecesaria de mercadería, lo cual genera gastos en la compañía, en definitiva se puede producir situaciones favorables dependiendo el manejo apropiado en distribuir los niveles de riesgos que sometan para proyectan una mejor visión comercial. (p. 55)

Es muy importante tener en cuenta las existencias en los almacenes para que posterior no genera pérdidas económicas, así mismo considerar las pre ventas, para poder cumplir con ellas. Para la presente variable se reforzara con las teorías brindadas por los siguientes autores:

Sin embargo, Chase & Jacobs (2014) señaló que: Es un procedimiento sistemático que establece mecanismos de controles de vigilancia para obtener una nivelación de los inventarios propuestos, manteniendo la modalidad productiva que genera el funcionamiento operativo. (p. 558)

De lo expuesto, consiste en el manejo administrativo, debido que es la encargada del manejo de todas las existencias en el almacén y por medio de este manejo se podrá lanzar nuevas compras, y controlar las existencias para no generar pérdidas.

Propone como dimensiones: Propósitos del inventario: registrando las entidades establecidas de mantenimiento sistemático diferenciando las cuestiones, buscando las mejores propuestas de mejoramiento operacional, para sintetizar las funciones concretas de permitir generar una programación productiva de los mandatos requeridos por la entidad. (p. 559) Además, Costos

del inventario: para definir las alternativas propuestas mediante las decisiones programadas por motivos de fortalecer el funcionamiento de los inventarios, centrándose en los aspectos económicos de los mantenimientos concretos de operación. (p. 559). Igualmente, Demanda: Se beneficia sobre el procesamiento manejada las concesiones que implican distintos tipos de logística en control comercial planteados. (p. 560)

En cambio, Krajewski, Ritzman & Malhotra (2008) afirman que: Son diferenciados por conducir las gestiones operacionales de incorporar mecanismo de funcionamiento competitivo, adjuntando desafíos demandantes y manteniendo la nivelación adecuada por una programación estructurada eficiente. (p. 462)

Lo sostenido por el autor; indica que cumplir con la gestión de inventarios ya que por este medio se definen los motivos trazados de la entidad, así mismo indica que una buena gestión ayudara a estar alerta a las demandas de los consumidores sin generar gastos inapropiados, propone las siguientes dimensiones: Análisis ABC de los inventarios, Lote económico y Reposición de stocks con sistema de control.

Ahora bien, Gutiérrez & Vidal (2008) Son actividades programadas mediante el funcionamiento de suministros planteados en los diferentes semblantes dirigidos por el procesamiento establecido por las entidades financieras. (p. 136)

Lo mencionado por el escritor, es fundamental para toda organización ya sea industrial o comercial, ya que es indispensable el control, ya que informara de las existencias en el almacén, control de las mermas y las próximas compras a realizar. Propone como dimensiones: Abastecimiento, distribución interna y externa.

Por una parte, en la revista científica por Narver, Slater & Maclachlan (2014), manifiesta, las percepciones de los consumidores mediante la operación servicial que se maneja por motivos comerciales en adquirir los beneficios de la compañía. (p. 11)

Si bien es cierto que un cliente satisfecho ayuda a competir en el mercado que cada día va en crecimiento, y se podrá evidenciar los beneficios establecidos en la compañía favorablemente.

Por ello, reforzaremos la presente variable con las teorías de los siguientes autores: Según Kotler & Keller (2006)

Define los comportamientos que representa al momento de la obtención de bienes serviciales, obteniendo respuestas adquiridas de sensaciones favorables, mostrando actitudes de compensación derivando a reconocer la dedicación tomada de los operarios del establecimiento, asimismo ganando la popularidad de acogida de los comensales. (p.150)

Los autores mencionan que depende de las ofertas ofrecidas por la empresa se lograra obtener una buena satisfacción del cliente, esperando superar las expectativas hacia lo requerido. Lo cual se percibirá después de la adquisición o compra de un producto.

Proponen como dimensiones: Las expectativas: Se define por la confianza obtenida por el compromiso realizado mediante las operaciones serviciales que se brinda a los comensales, además de adquirir la seguridad suficiente en los establecimientos funcionales y compartir una experiencia sensacional. (p. 151) Así mismo, Rendimiento percibido: En determinar la preferencia obtenida de los consumidores por motivos de las acciones transmitidas de la entidad, buscando derivar las sugerencias y cumplir las expectativas programadas. (p. 151) Luego, Los niveles de satisfacción: se define por motivos de adquirir la compra establecida en el establecimiento, buscando obtener una respuesta aprobatoria sobre el servicio brindado en cumplir las perspectivas propuestas del consumo. (p. 152)

En definitiva, definimos esta teoría planteada por los autores Hoffman & Beterson (2011), menciona que:

“[...] la comparación que se establece mediante el comportamiento adquiridos por los usuarios que optaron los la modalidad, se manifieste la

comodidad satisfactoria, de tal manera identificar las posibilidades de mejoramiento que se puede implementar y obtener la permanencia de los consumidores con la compañía” (p. 289).

El autor menciona, es fundamental llegar o superar las expectativas del cliente así se lograra la satisfacción. Proponen como dimensiones: Servicio pronosticado, Servicio deseado y Servicio esperado.

No obstante, Denove & Power (2006) indicaron: establecer modalidades que fomenten mayores proyecciones de impulso en incluir nuevas propuestas planteadas al momento exacto de brindar los procedimientos serviciales, de esta manera sintetizar las ineficiencia que resaltan y llegar a una visión productiva en proporcionar la fidelidad los usuarios. (p. 159)

Los autores mencionan que algunas empresas no tienen muy claro la importancia de los clientes, lo cual no logran optimizar las estrategias de satisfacción deseada. Por lo general en esta sociedad muy cámbiate es un poco compleja crear nuevas expectativas, debido que están en constantes cambios. Propone como dimensiones: Ubicación, selección de producto, precios y la experiencia de la compra.

Para empezar, se planteó el Problema General: ¿Qué relación existe entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho? Problemas Específicos: Primero, ¿Qué relación existe entre el pronóstico de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho? Segundo, ¿Qué relación existe entre los costos de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón dorado, San Juan de Lurigancho? Tercero, ¿Qué relación existe entre la demanda y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón dorado, San Juan de Lurigancho?

Posteriormente, justificación teórica las refutaciones dirigidas cuenta con una recopilación de teorías con citas textuales y el autor respectivo. Las presentes teorías fundamentalmente se basan en las interrogantes aplicadas en la

indagación, cuenta con el principal hallar el grado de correspondencia en la gestión de inventarios de que aseguren la eficiencia de operaciones en la entidad que puede influir positivamente en los objetivos trazados. Por ello esta investigación cuenta con los siguientes autores; para la variable de gestión de inventario krajewski, Ritzman & Malhotra (2008), Chase & Jacobs (2014) y Gutiérrez & Vidal (2018) y las interrogantes satisfacción del cliente Kotler & Keller (2006), Mollman & Beterson. (2011) y Denove & Power (2006).

En cambio, la Justificación Social, se denomina el fracaso de muchas empresa es el mal manejo o el desconocimiento del control de existencias de stock y que no consideran la satisfacción del cliente, es por ello la indagación busca analizar la importancia necesaria en examinar las modalidades metrológicas en gestión de inventario, esto permitirá mostrar la correspondencia de las interrogantes aplicadas en la compañía Pet shop Galpón Dorado.

Ahora bien, justificación práctico, la secuencia que aplica Mora (2012), enfocándose en procesamientos de indagaciones operativas dirigidos a los comprobantes detallados debe de estar de la mejor manera exacta y que permita el desarrollo de las funciones necesarias en las empresas. (p. 53)

La presente investigación permitirá resolver posibles problemas de la interrogantes estudiadas en la entidad Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho, obteniendo los alternativas de mejoramiento que permitirá y ofrecerá un seguimiento de nivelación proyectadas en la complacencia de los consumidores.

No obstante, justificación metodológica, se mostrara que el uso de métodos de agrupación de refutaciones mediante las interrogantes aplicadas, además ayudara en percibir los resultados obtenidas, logrando sintetizar el desarrollo de la correspondencia entre las variables conceptuales en la compañía Pet Shop Galpón Dorado.

Por otro lado, la Hipótesis General: Existe relación entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente de la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho. Además, Hipótesis Específico: Existe relación entre el pronóstico del inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón dorado, san Juan de Lurigancho. Existe relación entre los costos del inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho. Existe relación entre la demanda y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho.

Por último, el Objetivo General: Determinar la relación que existe entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado San Juan de Lurigancho. Asimismo, los Objetivos Específicos: Identificar la relación que existe entre el pronóstico del inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho. Identificar la relación que existe entre los costos de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho. Identificar la relación entre la demanda y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, san Juan de Lurigancho.

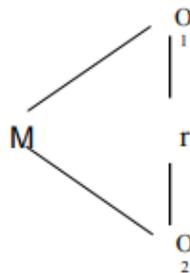
III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Para empezar, Según Hernández, Fernández & Baptista (2010), indican que: Se define por la aplicación manejada de manera sin aludir las interrogantes, porque no se desarrolla directamente sino darle enfoque mediante la percepción constituyendo el comportamiento que fomenta en la circunstancia operacional de dar funcionamiento practico a las variaciones aplicadas. (p. 151)

Lo expuesto por el autor sostiene que el diseño no experimental solo se puede analizar, más no genera cambios ni modificaciones algunas, solo se describirá los escenarios propuestos.

Ahora bien, Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) manifiestan identificar por la determinación de agrupación establecida por medio las indagaciones adquiridas en una circunstancia única, además con la misión de sostener seguimiento analítico con los procesos sistemáticos. (p. 151)



Dónde:

M: Muestra

O1: Variable 1

O2: Variable 2

r: relación de las variables de estudio

En cambio, Zorrilla (1998) manifiesta que: se deriva por motivos de correspondencia operacional de dar a conocer los beneficios adquiridos por la aplicación realizada manejando las propiedades estructuradas para sintetizar las alternativas de solución propuesta. (p. 43)

Lo mencionado por el escritor, señala el tipo de investigación aplicada ayuda a realizar aportaciones de mejora, a intervenir y generar modificaciones en la investigación de las interrogantes aplicadas en la compañía Pet shop Galpón dorado.

La investigación detallará las características de cada una de las variables las cuales son determinantes en la aplicación generada sobre las refutaciones establecidas.

Asimismo, Hernández, Fernández & Baptista (2014) mencionan: establecer una resolución apropiada de particularidad descriptiva, realizando una función aplicativa de indagar los aspectos que muestran de manera visual, generando aportaciones diferenciadas en interactuar refutaciones adecuadas dando a conocer las interrogantes estudiadas en la operación. (p. 92)

Lo sustentado por el autor es que el nivel de investigación descriptiva, ayuda a la recopilación de información, datos o detalles en grupos específicos, individuales o comunidades, ya que solo permite detallar individualmente.

La presente investigación será una investigación nivel correlacional porque se medirá las correlaciones de las interrogantes conceptuales que serán procesados en la operación.

Después, Bernal (2006) manifestando las modalidades que se genera en diferentes aspectos de indagación propuestas en la correlación, dirigiendo establecer un monitoreo de funcionamiento de las variedades obtenidas. (p. 113)

El objetivo de este nivel de investigación que es correlacional es mostrar la relación que se presentara en las dos variables de la presente investigación que demuestran a correspondencia obtenida en el funcionamiento operacional.

3.2. Variables y operacionalización

A continuación, Pérez (2014) manifiesta que: Son variaciones conceptuales que se denomina en las refutaciones metodológicas de implementar alguna investigación determinada en algún caso planteado. (p. 104)

Lo mencionado indica que, al realizar los estudios de las variables estas se adaptan a diferentes categorías, esto se da depende al estudio a realizar.

Sin embargo, la definición conceptual por Chase & Jacobs (2014) "se denomina funcionamientos de operación retribuyendo las opciones de implementación de inventarios, sugiriendo un mecanismo de monitoreo interno para desarrollar ventajas proactivas en la acciones programadas" (p. 558).

La variable gestión de inventarios se evaluara a través de tres (03) dimensiones: pronóstico de inventarios, costos de inventarios y demanda que se medirán por las cuestiones definidas por medio de referencias apropiadas para adquirir mayor alcance productivo.

En cambio, tenemos denominado por Kotler & Keller (2006) "[...]. Son sanciones obtenidas mediante el intercambio de servicio brindada por los establecimientos comerciales buscando obtener la preferencia de los consumidores representándose con la compañía" (p. 150).

Estas indagaciones se dirigen a través de tres (03) dimensiones; las expectativas, rendimiento percibido y niveles de satisfacción que se medirán mediante un cuestionario, mediante referencias apropiadas para el tipo Likert con (05) sucesiones proyectadas.

En definitiva, Córdova (2009), menciona que, La operacionalización es el método que consiste en pasar las variables teóricas a las intermediarias y de estas a las variables empíricas de donde se desprenden los reactivos que formaran parte de la agrupación obtenida. (p. 211)

Tabla 1

Operacionalización de la Variable Gestión de inventario

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
GESTIÓN DE INVENTARIO	Chase, R. y Jacobs, R. (2014), señalo que: Es un procedimiento sistemático que establece mecanismo de controles de vigilancia para obtener una nivelación de los inventarios propuestos, manteniendo la modalidad productiva que genera e funcionamiento operativo.. (p. 558).	La teoría estudiada permitió aplicar y utilizar los indicadores en el instrumento de medición, que se deriva en la entidad, dichos conocimientos obtenidos mediante fuentes primarias, lo cual permitirá a que la investigación sea fiable y precisa.	Pronostico de inventario Costos de inventario Demanda	Planeación Revisión de kardex Financieros Administrativos Mermas Cultura Tendencias costumbres	1, 2,3,4, 5,6, 7 8, 9, 10 11, 12, 13, 14 15, 16, 17, 18 19, 20, 21, 22, 23 24, 25, 26 27,28, 29, 30	Ordinal Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5

Tabla 2

Operacionalización de la Variable Satisfacción del cliente

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Según Kotler, & Keller (2006) "[...]. Se demuestra las impresiones de los usuarios que adquieren los acontecimientos servicios que rigen la demanda" (p.150)	La teoría estudiada permitió aplicar y utilizar los indicadores en el instrumento de medición,	Las expectativas	Disponibilidad Flexibilidad Accesibilidad	1, 2, 3,4,5, 6, 7, 8	Ordinal Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
		direccionando la relevancia comercial, dichos conocimientos obtenidos mediante fuentes primarias, lo cual permitirá a que la investigación sea fiable y precisa.	Rendimiento percibido	Confianza Cortesía Atención individual	9, 10, 11 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19	
			Nivel de satisfacción	Satisfecho Insatisfecho complaciente	20, 21, 22, 23, 24 25, 26, 27 28, 29, 30	

3.3. Población y Censo

Para empezar, Hernández, Fernández & Batista (2010) manifiestan la obtención generada por una agrupación poblada mediante progresión adquirida en el funcionamiento realizado. (p. 174)

Para la presente investigación, se considerara a los 55 clientes que ingresan por día a la tienda que está ubicada en la urbanización Santa María en el Distrito de San Juan de Lurigancho

Asimismo, Urbano & Yuni (2014) se denominan por incluirse una sucesión censada en un respectivo establecimiento amplio, además de simplificar las derivaciones obtenidas para ser aplicadas en una prueba sistemática estadística. (p. 64)

En esta investigación se aplicara la técnica del censo, porque se trabaja con toda la población la cual esa conformada por 30 clientes de la tienda ubicada en la urbanización Santa María en el establecimiento distrital. Asimismo fue adquirido los acontecimientos derivados 4 meses consecutivos realizados en Marzo, Abril, Mayo y Junio. Se integró la indagación mediante herramientas encuestas las refutaciones definidas.

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

No obstante, Carraco (2015) se constituye por las deducciones analizadas mediante un estudio programado, además de desarrollar simulaciones presenciales en adquirir respuestas obtenidas mediante las interrogaciones realizadas en la aplicación científica. (p. 314)

Se integró la encuesta buscando las reacciones apropiadas en mostrar las actitudes desarrolla de los consumidores, este instrumento recabara información para calcular la interrogante mediante la escala de Likert, en un cuestionario de 60 interrogantes.

Según Hernández, Fernández y Baptista et. al (2010) indican: establecer un mecanismo de evaluación que registre la medición apropiada, direccionando

cumplir aspectos adquiridas mediante los escritores que dieron aportación a la indagación planteada. (p. 200)

La cual está compuesta por 30 interrogantes de Gestión de inventario y 30 preguntas de Satisfacción del cliente derivando valoraciones determinantes:

1 = Nunca

2 = Casi nunca

3 = A veces

4 = Casi siempre

5 = Siempre

Asimismo, Hernández (2010) sostienen significancia establecida por las terminaciones registradas teniendo en cuenta la medición realizada por el dispositivo instrumental de las interrogantes estudiadas. (p. 201)

Por un lado, fueron efectuadas por criterios minuciosos de un (01) profesor temático y un (01) profesor metodólogo quienes fueron los llamados a evaluación el instrumento aplicado a cada una de las variables, mismo que facilitaron sus argumentos y opiniones al respecto, corregido y asesorando el desarrollo del mismo.

Tabla 3

Cuadro de expertos de validación

EXPERTOS	
Temático	Mgtr. Jesús Romero Pacora
Metodólogo	Mgtr. Lupe Graus Cortez

Sin embargo, Valderrama (2014) menciona: se denomina por efectividad adquirida por estas funciones operativas en deducir las ponderaciones obtenidas mediante la ejecución proyectada. (p. 215)

Nos define la evaluación establecida de veracidad que se registra en los procedimientos realizados sobre las variedades de pautas que se da funcionamiento estadístico. El instrumento fue medido Se asignó la prueba estadística Alpha de Cronbach, lo cual nos permitió conocer, identificar y analizar

los resultados y las respuestas de cada uno de los entrevistados, con el propósito de adquirir indagaciones de las interrogantes desarrolladas.

Teniendo presente que: Coeficiente alfa $>.9$ es excelente, -coeficiente alfa $> .8$ es bueno, Coeficiente alfa $> .7$ es aceptable, Coeficiente alfa $> .6$ es cuestionable, Coeficiente alfa $> .5$ es pobre.

Ahora bien, Landeau (2007) “La veracidad obtenida por la nivelación de graduación de los fundamentos de prueba establecida mediante las variaciones que se registró en la indagación proyectada” (p. 81).

La observación constituida mediante el Alfa de Cronbach, demostrando la ponderación de correspondencia del cuestionario para la interrogante obtenida 0.884.

Tabla 4

Fiabilidad de la variable Gestión de inventario

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,884	30

Así mismo, la percepción de fiabilidad a través del alfa de Cronbach, para el cuestionario cuya interrogante fue la satisfacción del cliente, sientó 0.865
Confiabilidad de la segunda variable: Satisfacción del cliente

3.5. Procedimiento

A continuación, se sujetó un mecanismo de medición en un momento acordado mutuamente en la compañía Pet Shop Galpón Dorado, ubicado en San Juan de Lurigancho. Asimismo, se elaboró el documento de autorización para dar la formulación de encuestas a los comensales, además, se obtuvo una afirmación favorable de dar el permiso correspondiente, para poder dar función a la investigación sobre los instrumentos requeridos, buscando da las formulaciones de preguntas y después poder dar el manejo del programa estadístico SPSS.

Tabla 5

Fiabilidad de la variable satisfacción del cliente

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,865	30

3.6. Métodos de análisis de datos

Asimismo, Pardo & Ruiz (2002), sugieren que “utilizar una herramienta estadística como el programa SPSS, es conocido su uso en las ciencias exactas, puesto que posee la capacidad y la tecnología para poder trabajar con amplias bases de información” (p. 138).

A continuación, se aplicará una modalidad encuestada derivando ponderaciones consecutivas, recopilando de las indagaciones se realizará por medio del sistema SPSS, lo cual posibilita extraer nuevas refutaciones adquiridas mediante las circunstancias pronosticadas en la valoración operativa que desarrolla la compañía, generando aspectos de ponderaciones y indagaciones, sosteniéndose en el coeficiente de correlación de Spearman ρ (rho), además registrando una medición particular en la correspondencias que deriva las interrogantes.

3.7. Aspectos Éticos

La presentación realizada en la evaluación dirigida mediante un mecanismo de identificación de similitud acreditando algún detalle semejante en la proyección prolongada. Los resultados obtenidos demostraran veracidad y originalidad en su elaboración.

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivos de las variables Gestión de inventario y satisfacción del cliente

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
GESTIÓN * SATISFACIÓN	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%

Tabla 6

Gestión de inventario y satisfacción del cliente

Tabla cruzada GESTIÓN DE INVENTARIO*SATISFACIÓN DEL CLIENTE

			SATISFACIÓN			Total
			MALO	REGULAR	BUENO	
GESTIÓN	MALO	Recuento	13	0	0	13
		% del total	43,3%	0,0%	0,0%	43,3%
	REGULAR	Recuento	0	7	0	7
		% del total	0,0%	23,3%	0,0%	23,3%
	BUENO	Recuento	0	2	8	10
		% del total	0,0%	6,7%	26,7%	33,3%
Total		Recuento	13	9	8	30
		% del total	43,3%	30,0%	26,7%	100,0%

Correlaciones

		V1	VARI2
Rho de Spearman V1	Coeficiente de correlación	1,000	,827**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	30	30
VARI2	Coeficiente de correlación	,827**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	30	30

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

Hi: Existe relación entre gestión de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho.

Ho: No existe relación entre gestión de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho.

Se analizó en la tabla cruzada las variables materia del estudio, gestión de inventarios y satisfacción del cliente, en la cual se observó que la Gestión de inventario manifiesta que es malo en un 43.3%, regular en un 23.3% y bueno en un 33.3%; mientras que la satisfacción del cliente manifiesta que es malo en un 43.3%, regular en un 30.0% y bueno 26.7%.

Cabe resaltar que el objetivo general de la investigación fue determinar la relación existencial entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho, analizando los resultados podemos indicar que cuando la gestión de inventario es buena en un 33.3%, la satisfacción del cliente es bueno en un 26.7%, a la vez cuando la gestión de inventario en regular en un 23.3%, la satisfacción del cliente se dispersa de forma buena en un 00.0%, regular 23.3% y malo 00.0%.

Por otro lado, concerniente a los resultados alcanzados en el análisis estadístico, mediante la prueba Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho = 0.827^{**}$ y una sig. Bilateral = 0.000, y considerando la variación del coeficiente de correlación positivo, 0 a 1 es una escala de cuatro categorías, escasa o nula (0.00 a 0.25), débil (0.26 a 0.50), moderada (0.51 a 0.75) y fuerte o perfecta (0.76 a 1.00); la calificación demuestra que existe una correlación perfecta entre ambas variables.

Asimismo, tenemos como hipótesis general que, existe relación significativa entre la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho, la cual es confirmada por la prueba estadística Rho de Spearman que nos muestra un coeficiente de correlación de 0.827^{**} con un nivel de significancia bilateral de 0.000; es decir, se confirma la hipótesis de que existe correlación entre estas dos variables. En valores porcentuales el índice de correlación nos permite que existe 82.7% de correlación

entre las dos variables, que podría ser calificado como un nivel de correlación perfecta.

Análisis descriptivo de la dimensión pronóstico de inventario y la variable satisfacción del cliente

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
PRONOSTICOS DE INVENTARIO * SATISFACION	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%

Tabla 7

Pronostico de inventario y satisfacción del cliente

Tabla cruzada PRONÓSTICOS DE INVENTARIO*SATISFACIÓN

		SATISFACIÓN			Total	
		MALO	REGULAR	BUENO		
PRONÓSTICOS DE INVENTARIO	MALO	Recuento	9	3	0	12
		% del total	30,0%	10,0%	0,0%	40,0%
	REGULAR	Recuento	4	3	1	8
		% del total	13,3%	10,0%	3,3%	26,7%
	BUENO	Recuento	0	3	7	10
		% del total	0,0%	10,0%	23,3%	33,3%
Total	Recuento	13	9	8	30	
	% del total	43,3%	30,0%	26,7%	100,0%	

Fuente: elaboración propia

Correlations

			D1	V2
Rho Spearman's	D1	Correlation Coefficient	1,000	,903**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	30	30
	V2	Correlation Coefficient	,903**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hi: Existe relación entre pronóstico de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho.

Ho: No existe relación entre pronóstico de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho.

Teniendo en cuenta la relación entre la dimensión que es el pronóstico de inventario de la variable gestión de inventario y la variable satisfacción del cliente, podemos que los clientes que frecuentan a las instalaciones de la empresa señalan que le pronóstico de inventario es bueno en un 33.3% y regular en un 26.7%, en torno a la satisfacción del cliente.

El primer objetivo específico de la investigación es identificar la relación que existe entre el pronóstico de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho; en la tabla nos muestra cuando los clientes perciben que el pronóstico de inventario se asocian en un nivel regular de un 26.7% a la satisfacción, esta última se dispersa en malo en un 13.3%, regular en un n10.0% y bueno en un 3.3%.

Los resultados alcanzados en el análisis estadístico, mediante la prueba Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho = 0.903^{**}$ y una sig. Bilateral = 0.000, y considerando la variación del coeficiente de correlación positivo, de 0 a 1 en una escala de cuatro categorías, escasa o nula (0.00 a 0.25), débil (0.26 a 0.50), moderada (0.51 a 0.75) y fuerte o perfecta (0.76 a 1.00); la calificación demuestra que existe una correlación fuerte entre el pronóstico de inventario y la satisfacción del cliente.

Analisis descriptivo de la dimensión costos de inventario y la variable satisfacción del cliente

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
COSTOS DE INVENTARIO * SATISFACION	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%

Tabla 8

Costos de inventario y satisfacción del cliente

Tabla cruzada COSTOS DE INVENTARIO*SATISFACION						
			SATISFACION			
			MALO	REGULAR	BUENO	Total
COSTOS DE INVENTARIO	MALO	Recuento	9	1	1	11
		% del total	30,0%	3,3%	3,3%	36,7%
	REGULAR	Recuento	1	8	4	13
		% del total	3,3%	26,7%	13,3%	43,3%
	BUENO	Recuento	3	0	3	6
		% del total	10,0%	0,0%	10,0%	20,0%
Total		Recuento	13	9	8	30
		% del total	43,3%	30,0%	26,7%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Correlations

			D2	V2
Spearman's rho	D2	Correlation Coefficient	1,000	,862**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	30	30
	V2	Correlation Coefficient	,862**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hi: Existe relación entre costos de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho.

Ho: No existe relación entre costos de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho.

De los resultados obtenidos podemos afirmar que los costos de inventario es bueno con un 20.0% y que la satisfacción del cliente es bueno con un 26.7%

En cambio, el propósito específico de la indagación era identificar la correspondencia entre costos de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho; derivando ponderaciones que especifica cuando los costos de inventarios sea malo con un 36.7%, la satisfacción de los clientes también será malo con un 43.3%. Además, cuando los costos de inventario es regular con un 43.3%, de tal manera la satisfacción del cliente es regular con un 30.0%. En definitiva los costos de inventario es bueno con un 20.0% y satisfacción del cliente es bueno con un 26.7%.

Asimismo, sostienen las derivaciones de la prueba estadística Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho = 0.862$ y una sig. Bilateral = 0.000, misma que puede ser apreciada en tabla sintetizando una correspondencia significativa entre los fenómenos externos y la productividad, destacar que dado los resultados en la prueba estadística en esta correlación, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula toda vez que el resultado de sig. Bilateral obtenido es < 0.05 . Además que fundamentando la variación del coeficiente de correspondencia positivo, de 0 a 1 en una escala o rango relacional de cuatro categorías; escasa o nula (0.00 a 0.25), débil (0.26 a 0.50), entre moderada (0.62 a 0.75) y entre fuerte y perfecta (0.76 a 1.00); la denominación de la ponderación obtenida corresponde a una fuerte correlación.

Análisis descriptivo de la dimensión Demanda y la variable satisfacción del cliente

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
DEMANDA * SATISFACION	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%

Tabla 9

Demanda y satisfacción del cliente

Tabla cruzada DEMANDA*SATISFACIÓN

			SATISFACIÓN			Total
			MALO	REGULAR	BUENO	
DEMANDA	MALO	Recuento	4	0	0	4
		% del total	13,3%	0,0%	0,0%	13,3%
	REGULAR	Recuento	9	5	0	14
		% del total	30,0%	16,7%	0,0%	46,7%
	BUENO	Recuento	0	4	8	12
		% del total	0,0%	13,3%	26,7%	40,0%
Total		Recuento	13	9	8	30
		% del total	43,3%	30,0%	26,7%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Correlations

			D3	V2
Spearman's rho	D3	Correlation Coefficient	1,000	,902**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	30	30
	V2	Correlation Coefficient	,902**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hi: Existe relación entre *demanda y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho.*

Ho: No existe relación entre *demanda y la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho.*

Se puede afirmar que la demanda es bueno en un 40.0% y que la satisfacción del cliente es bueno en un 26.7%.

No obstante, el objetivo específico de la investigación era identificar la relación entre la demanda y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho; mediante resultados se puede indicar

que cuando la demanda es buena, la satisfacción del cliente es bueno en un 26.7%. Asimismo la demanda es regular con un 46.7%, la satisfacción del cliente es regular con un 30.05. Finalmente, cuando la demanda es malo con un 40.0%, la satisfacción del cliente es malo con un 43.3%.

Por otra parte, dada la tercera hipótesis específica que existe relación entre la demanda y la satisfacción de cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho, se tiene los resultados de la prueba estadística Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho = 0.902^{**}$ y una sig. Bilateral = 0.000; misma que puede ser apreciada en la tabla, este resultado nos expresa que existe correlación significativa entre la dimensión demanda y la variable satisfacción del cliente, concluimos que se acepta la H_1 alterna.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho, buscando establecer si existe relación entre las variables principales, así mismo se buscó determinar a través de los objetivos específicos la relación existente entre cada una de las dimensiones de la variable gestión de inventario que son: pronóstico de inventario, costos de inventario y demanda con la variable satisfacción del cliente.

El instrumento utilizado fue preparado para las características de la empresa Pet Shop Galpón Dorado y luego se validó por dos expertos de la Universidad Cesar Vallejo luego de una prueba piloto se calcula la confiabilidad con el alfa de Cronbach de 0.884% para la gestión de inventario y 0.865% para la satisfacción del cliente

Las ponderaciones encuestadas nos deriva la gestión de inventarios es buena con un 33.3%, lo cual es resultado es claramente muy bajos, lo cual la situación debe direccionar a los organizadores del establecimiento operativa, para poder tener control de las existencias del almacén. De la misma manera los clientes también se encuentran satisfechos con un 26.7%, lo cual es demasiado bajo, no se mantiene satisfecho a los clientes generando que no recrecen a poder adquirir uno de los productos ofrecidos.

En cuanto a limitaciones que se presentó durante la investigación fue que solo pude considerar a los clientes que frecuentan solo los días domingo, debido que el resto de días no se logre tener acceso para recopilar información necesaria. También mencionan que la compañía se especializa en compra y venta de alimentos balanceados, accesorios nacionales e importados, lo cual son distribuidos el Lima Este y ofrecidos en su punto de venta.

Otra limitación fue que al inicio se negaron en brindarnos información concerniente a la los inventarios que manejan, debido que los informes semanales son brindados a gerencia, ellos consideran que es información netamente confidencial, posteriormente aceptaron y colaboraron en asignarme el

día que puede ir a observar la frecuencia de los clientes y la aplicación de la encuesta, que solo los días domingos tenía permiso para ello.

Las derivaciones adquiridos, manifiestan que los consumidores de la entidad Pet shop Galpón Dorado, perciben que la gestión de inventario es bueno y regular en un 33.3% y 23.3% respectivamente, las circunstancias desarrolladas deben ser monitoreados por encargados operacionales, y tener presente que un conjunto de clientes consideran que es malo en un 43.3%, lo cual es síntomas de estar atentos en estrategias para lidiar con esto.

Si analizamos la correspondencia entre ambas interrogantes se percibe superioridad porcentaje de los datos se ubican en la diagonal de resultados de la tabla cruzada, resalta el hecho de los clientes consideran que la gestión de inventario es regular en un 23.3% y la satisfacción del cliente es regular en un 30.0%, estas lecturas nos permiten afirmar lo anterior expresado que existe relación lineal directa entre las dos variables, resultado que es corroborado por la prueba de correlación de Spearman $Rho = 0.827$, Sig (bilateral) = 0.00; ($p \leq 0.05$), lo que nos posibilita afirmar que existe relación directa entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente.

Estos porcentajes propuestos son superiores a los que se tiene en los estudios previos a nivel internacional de Calucho (2013) con un $Rho = 0.61$, Sig. (Bilateral) = 0.00 ($p \leq 0.05$), que nos permite afirmar que existe una relación entre el manejo de inventario y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa SOGAPLAST; los resultados obtenidos por Mila & Garcia (2015) con un resultado menor de un $Rho = 0.532$, Sig. (Bilateral) = 0.00 ($p \leq 0.05$) demuestra que existe relación entre el desarrollo de gestión de inventario para la satisfacción de los clientes del laboratorio Blaskov Lida y por ultimo a nivel internacional Rodríguez (2014) con un $Rho = 0.700$, Sig. (Bilateral) = 0.03 ($p \leq 0.005$), resultado que demuestra existe relación ya que es importante el buen control de inventario lo cual se vio reflejado en el servicio brindado hacia los clientes en el Megaferretero Ching en la ciudad de Ambato. Los antecedentes a nivel nacional tal como; Guía (2017) con un $Rho = 0.719$, Sig. (Bilateral) = 0.01 ($p \leq 0.05$) demostrando que existe relación entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente de la empresa Archi distrito Ate, año 2017; Canchumanya & Quilca (2015), con un Rho

0 0.758. Sig. (Bilateral) = 0.00 ($p \leq 0.05$), se demuestra que existe relación entre ambas variables las cuales son el control estratégico en los inventarios de existencia para la satisfacción del cliente en la empresa Novocentro Universal S.A.C, y por último en el ámbito nacional por Huamanguilla (2016) obtuvo el resultado menor con un $Rho = 0.585$, Sig. (Bilateral) = 0.00 ($p \leq 0.05$), dicho resultado resuelve que existe relación entre la gestión de inventario y el control de stock existente como herramienta de la administración para mejorar la satisfacción de los usuarios de la concesionaria Solexport S.A.C., en las unidades mineras Arasi, Tukari, Apumayo y Anama periodo 2014 – 2015. En líneas generales, estos estudios demostraron que existen relación entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente en los distintos escenarios empresariales considerados para estos resultados, sin embargo resalta el hecho que salta a la vista es que en los estudios previos nacionales la correlación es entre moderada y fuerte mientras que para los estudios internacionales se encuentran entre débil y moderada.

Después de sintetizar las tablas cruzadas, los ponderaciones de las dimensiones de gestión de inventario independientemente, se sabe que es igual el resultado dando con un 26.7% respectivamente, que los clientes consideran que el pronóstico de inventario y la demanda influyen con la satisfacción de los clientes, de la misma manera consideran que es regular el pronóstico de inventario con un 30% y la demanda con un 30%.

Vale mencionar que las derivaciones de la prueba estadística de correlación de Spearman entre la dimensión pronóstico de inventario y demanda, los resultados son altos, la Rho de Spearman mas lata correspondiente a pronóstico de inventario con un 0.903, demanda con un 0.902 y para ambas variables con un Sig. (Bilateral) =0.000. Lo cual ayuda a poder afirmar la existencia de evidencia suficiente para señalar que las dimensiones pronóstico de inventario y demanda, guarda una directa y significativa correlación con la variable satisfacción del cliente, debido que el resultado correlacional son muy altos.

Por otra parte, si comparamos los resultados obtenidos en las correlaciones del estudio con las correlaciones mencionadas en los estudios previos del aspectos internacionales, se sabe que Calucho (2013) con su tesis “El

manejo de inventario y su impacto en la satisfacción del cliente en la empresa SOGAPLAST”, el tesista llegó al resultado que existe correlación entre ambas variables con $Rho = 0.61$, Sig. (Bilateral) = 0.00, mostrando los resultados que existe una correlación moderada, la investigación se desarrolló en el país de Ecuador en la ciudad de Ambato. De la misma forma la presente investigación obtuvo resultados en correlación de las variables con un $Rho = 0.827$, Sig. (Bilateral) = 0.00, lo cual indica que existe una correlación fuerte entre ambas variables. Esto nos ayuda a poder observar en un ámbito internacional lo cual no existe mucha diferencia de ambas cuentan con resultados aceptables, que ayuda a poder analizar diferentes contextos, escenarios, costumbres, entre otras cosas que ayuda a llegar al resultado final.

Finalmente en el análisis del ámbito nacional, específicamente en la ciudad de Huancayo, los autores Canchumanya & Quilca (2015), con su tesis titulada “control estratégico en los inventarios de existencias para la satisfacción del cliente en la empresa Novocentro Universal SAC” obtuvieron con resultados de la correlación entre sus variables con un $Rho = 0.758$, Sig.(Bilateral) = 0.00, de igual forma, a nivel nacional la correlación que tiene la gestión de inventario es fuerte con la satisfacción del cliente, así lo podemos demostrar con dicho antecedente, y así mismo con la presente investigación.

VI. CONCLUSIONES

Determinando las refutaciones adquiridas mediante la aplicación de indagación estadístico de la empresa Pet shop Galpón Dorado, en su puesto de ventas ubicada en la urbanización Mariscal Cáceres 198 – Santa María en el periodo 2018, se derivaron nuevas conclusiones manejadas con una visión determinante:

1. El estudio determinó que existe una correlación de Spearman fuerte con un $Rho = 0.827$ y su nivel de significancia (Bilateral) = 0.000 entre las variables gestión de inventario y la satisfacción del cliente, el análisis fue basada en la gestión de inventario y percibida como buena con un 33.3% por parte de los clientes, así mismo consideraron a la satisfacción del cliente como buena en un 26.7%, el análisis resuelve que existe correlación significativa y se acepta la hipótesis general o alterna que señala que existe relación entre la gestión de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho y se rechaza la hipótesis nula.
2. Se obtuvo como resultado que existe una correlación fuerte con un $Rho = 0.903$ y su Sig. (Bilateral) = 0.00, entre la dimensión pronóstico de inventario y la variable satisfacción del cliente. Esto se basó en los resultados que tiene la empresa Pet Shop Galpón Dorado y fue considerado bueno en un 33.3% de pronóstico de inventario y 26.7% manifestó que la satisfacción del cliente es buena, esto significa que el pronóstico de inventario no es el adecuado lo cual se vio reflejado en los resultados estadísticos lo cual repercute en la satisfacción de los clientes obteniendo como resultado muy bajo por parte de los clientes.
3. Haciendo referencia a la hipótesis de la segunda dimensión, en la que se señala que existe relación entre los costos de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho, el resultado obtenido en la correlación de Spearman mostro un $Rho = 0.862$ y una Sig. (Bilateral) = 0.000, detalle que muestra una correlación fuerte, dicho resultado está basado en torno a los datos obtenidos en la tabla cruzada en la que se observa que los clientes indican que los costos de inventario es bueno con tan solo 20.0% y la satisfacción

del cliente indican que es bueno con un 26.7%, de igual modo otro grupo de clientes perciben que es regular los costos de inventario con un 30.0%.

4. En definitiva, la referencia ultima dimensión, en la que señala que existe relación entre la demanda y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho. Se obtuvo como resultado en la correlación de 0.902y su Sig. (Bilateral) = 0.00, lo cual nos muestra que la correlación fuerte, dicho resultado obtenido en la tabla cruzada en la que se observa que los clientes señalan que la demanda es bueno en un 40.0% y la satisfacción del cliente es bueno en un 26.7%, otro conjunto de clientes manifiesta que la demanda es regular en un 46.7% y la satisfacción del clientes regular con un 30.0%. los resultados son bajos lo cual indica que existe debilidades en la empresa lo cual no se logra la satisfacción del cliente.

Finalmente y tras el análisis de lo ya señalado, se aprecia que en la empresa Pet shop Galpón Dorado, existe debilidades, los cuales son observados en los resultados obtenidos a través de las tablas cruzadas, existe una baja gestión de inventarios lo cual se observó en los resultados obtenidos de la satisfacción del cliente.

VII. RECOMENDACIONES

Las variaciones obtenidas mediante la indagación establecida, teniendo una plataforma de agrupación derivada, es manifestada por clientes de la empresa Pet hop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho. Se plantea las recomendaciones para determinar una visión diferente que generan nuevas propuestas de mejoramiento para incrementar las exigencias determinadas:

1. Se recomienda a la empresa Pet Shop Galpón Dorado, mostrar mayor vigilancia y determinación en la gestión de inventario mostrando un análisis profundo, considerando que con un buen control sistemático se podrá generar mayor satisfacción del cliente, además se tiene en consideración la disminución que registra en la atención brindada, por tal motivo se busca direccionar un mayor manejo productivo, de tal manera la entidad deberá ejercer un mayor control, diagnosticar y formular nuevas propuestas innovadoras de obtener la satisfacción de los usuarios que desean, caso contrario puede provocar una serie de efectos indeseables.
2. Considerar el pronóstico de inventario, tomando en cuentas la planeación en compras de mercaderías, accesorias y demás recursos para obtener suficientes existencias almacenadas, y posteriormente con una constante revisión de kardex para así no generar excesos y escases, lo cual ayudara a mantener al cliente satisfecho.
3. Se recomienda prestar atención a los costos de inventario, debido que por medio de ello podrán calcular los costos que puedan ocasionar como los excesos de financiamiento, generando pérdida, intereses y mermas. En las empresa es muy importante los financiamientos, pero todo limitado, ya que ellos en excesos genera pérdidas y se desarrolla sobre valor como el incremento de intereses, lo cual afecta en las ganancias.
4. Finalmente es muy importante tener en cuenta la demanda que cada vez en cambiante procesos, los factores que influyen son la sociedad, las costumbres, la estación del año, entre otro; atender a sus sugerencias y necesidades de los clientes, contar con suficiente mercadería para poder satisfacer las necesidad que presenten.

REFERENCIAS

- Aguilar, P. A. (2012). *Un modelo de clasificación de inventarios para incrementar el nivel de servicio al cliente y la rentabilidad de la empresa*. Revista pensamiento y gestión de ciencias administrativas de la universidad del norte de Colombia. (Tesis de pregrado)
- Bernal, C. E. (2006). *Metodología de la investigación*. (2° ed). México: Person educación.
- Calucho, A. M. (2013). *El manejo de inventario y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa SOGAPLAST*. (Tesis de pregrado) Ambato – Ecuador. Recuperado: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6079/1/99%20o.e>.
- Canchumanya, D. A. & Quilca, S. R. (2015). *Control estratégico en los inventarios de existencias para la satisfacción del cliente en la empresa Novocentro Universal SAC*. (Tesis de pregrado) – Huancayo. Recuperado: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3284/Canchumanya%20HuamanchaquiQuila%20Coronaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cardona, J. L. Orejuela, J. P. & Rojas, C. A. (2018). Warehousing and Inventory Management for Raw Materials in the Concentrated Food Sector. Revista EIA, 15(30), julio-diciembre, pp. 195-208. <https://revistas.eia.edu.co/index.php/reveia/article/view/1066/1204>
- Cavalcante, M. M. Santos, V. S. & Oliveira, A. C. (2019). Low gastronomy: Analysis of the influence of the environment on the satisfaction of the clients of the Reteteu Restaurant (Recife - Brazil). Estudios y perspectivas en turismo, 28(3), 636-651. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322019000300009&lang=es
- Chakrabarty, S. A. & Wang, L. C. (2017). Inventory Management Strategy: When are Shareholders Sensitive about Inventory Leanness?. Academy of

Management Executive, vol. 16, n. 1, 2017.
<https://journals.aom.org/doi/10.5465/ambpp.2016.17154abstract>

Chase, R. M. & Jacobs, F. S.. (2014). *Administración de operaciones*. (13° ed.). México: Mc Graw Hill.

Chicaiza, O. L. Bastidas, M. C. & Llano, A. E. (2018). Personnel selection policies and customer satisfaction in ecuador public hospitals. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 37(1), 116-120.
<http://scielo.sld.cu/pdf/ibi/v37n1/ibi12118.pdf>

Córdova, A. M. (2005). *Estadística*. (3° ed.). México.

Fonseca, O. R. (2011). *Sistema de control interno para organizaciones*. (1° ed.). Lima: Instituto de Investigación en Accountability y control.

García, J. M. & Mila, A. R. (2015). Desarrollo de gestión de inventario para laboratorio Blaskov Ltda. Colombia. (Tesis de pregrado). Recuperado <http://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11341/DESARROLLO%20DE%20UN%20SISTEMA%20DE%20GESTION%20DE%20INVENTARIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González, A. D. (2020). An inventory management model based on competitive strategy. *Revista chilena de ingeniería*, 28(1), 133-142.
<https://www.scielo.cl/pdf/ingeniare/v28n1/0718-3305-ingeniare-28-01-133.pdf>

González, E. R. & Garza, J. B. (2015). Net Promoter Score and its relationship with customer satisfaction and loyalty. *Nova scientia*, 7(13), 411-437.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/ns/v7n13/v7n13a21.pdf>

Guía, B. R. (2017), *Gestión de inventario y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Archí distrito, año 2017*. (Tesis de pregrado) Recuperado:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12445/Guia_BGL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Gutiérrez, J. M. & Vidal, C. E. (2008). *Modelo de Gestión de Inventario en Cadena de Abastecimiento*. Recuperado: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/430/43004313>
- Hernández, M. S. Fernández, R. R. & Baptista, T. A. (2010). *Metodología de la investigación*. (5° ed.). México D.F. Editorial Mc Graw Hill Interamericana Editores S.A.
- Hernández, M. S. Fernández, R. R. & Baptista, T. A. (2014). *Metodología de la investigación*. (6° ed.). México D.F. Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández, R. M. Medina, A. A. & Pérez, G. E. (2014). Clients satisfaction in technology-based enterprises in the cuban hydraulic sector. *Ingeniería Industrial*, 35(1), 25-33. Recuperado en 12 de julio de 2021, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v35n1/rii04114.pdf>
- Huamanguilla, M. A. (2016). *La gestión de inventario y el control del stock existente como herramienta de la administración para mejorar la satisfacción de los usuarios de la concesionaria Solexport S.A.C. En las unidades mineras Arasi, Tukari, Apumayo y Anama periodos 2014_2015*. (Tesis de pregrado). Recuperado: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/2182/COhugulm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hoffman, K. A. & Bateson, J. M. (2011). *Marketing de servicio*. (4° ed.). México: Cogage.
- Kanet, J. J. (2017). Designing Lead Time for MRP Inventory Management Systems. *Academy of Management Executive*, vol. 18, n. 1, 2017. <https://journals.aom.org/doi/10.5465/ambpp.1981.4977057>
- Kotler, P. A. & Keller, K. M. (2006). *Dirección de Marketing*. (12° ed.). México: Person.
- Krajewski, L. A. Ritzman, L. R. & Malhotra, M. A. (2008). *Administración de operaciones*. (8° ed.). México: Person.

- Landeau, M. A. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación*. Caracas: Editorial Alfa.
- Lopes, I. M. & Gómez, M. I. (2013). The logistics auditory to assess the level of inventory management in companies. *Ingeniería Industrial*, 34(1), 108-118. Recuperado en 11 de julio de 2021, <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v34n1/rii11113.pdf>
- Martínez, I. L. Gómez, M. I. & Acevedo, J. A. (2012). Situation of Stock Management in Cuba. *Ingeniería Industrial*, 33(3), 317-330. Recuperado en 11 de julio de 2021, <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v33n3/rii11312.pdf>
- Meana, C. E. (2017). *Gestión de inventario*. Madrid: Cimapress. Recuperado <https://books.google.com.pe/books?id=MISIDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+inventarios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj4olbSo-DbAhWDDJAKHSatCzMQ6AEUzAA3v=onepage&q&f=false>
- Modesto, J. D. Ulbricht, L. A. & Neves, E. B. (2016). Customer Satisfaction in Supervised Physical Education Services in Curitiba, Brazil: Application of QSCSEF. *Motricidade*, 12(2), 48-58. <http://www.scielo.mec.pt/pdf/mot/v12n2/v12n2a07.pdf>
- More, L. M. (2012). *Gestión Logística en centros de distribución, bodegas y almacenes*. (2° ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.
- Municipalidad de San Juan de Lurigancho (2015). *Plan de desarrollo concertado*. Lima, Perú.
- Narver, A. T. Slater, M. E. & MacLachlan (2004). *Responve and proactive market orientation and new product success*. (Revista científica).
- Navarrete, C. V. & Gutiérrez, O. P. (2017). Methods to improve efficiency and decisions in inventory management. *Revista Ciencia UNEMI*, Vol.10 (1), 29-38. <https://core.ac.uk/download/pdf/276552234.pdf>
- Paraskevi, C. A. (2017). Group emotional labor and group emotional deviance, service climate, and customer satisfaction. *Academy of Management*

Executive, vol. 12, n. 1, 2017.
<https://journals.aom.org/doi/10.5465/AMBPP.2012.79>

Pardo, A. E. & Ruiz, M. M. (2002). *SPSS 11. Guía para el análisis de datos*. Madrid: McGraw-Hill.

Pérez, J. A. (2014). *Metodología y diseño de la investigación científica*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Científica del Sur.

Pérez, V. I. Cifuentes, A. M. & Ocampo, M. D. (2013). An inventory management model for a company of food products. *Ingeniería Industrial*, 34(2), 227-236. Recuperado en 11 de julio de 2021, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v34n2/rii11213.pdf>

Rodríguez, Z. A. (2014). *El control de inventarios y su incidencia en el servicio al cliente de Megaferretero Chimig en la ciudad de Ambato. (tesis de pregrado). Ambato – Ecuador*. Recuperados: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8062/1/188%20o.e..pdf>

Serna, A. M. & Jara, E. A. (2002). *Hacer y defender un presupuesto: herramientas, métodos y argumentos*. Ediciones Deusto.

Silva, J. G. Macías, B. A. & Delgado, J. G. (2021). The relationship between service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: A case study of a trading company in Mexico. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. Recuperado 14 de abril de 2021. <http://www.scielo.org.mx/pdf/cuat/v15n2/2007-7858-cuat-15-02-85.pdf>

Urbano, M. P. & Yuni, M. A. (2006). *Técnicas para la investigación*. (2° ed.). Buenos Aires: Brujas.

Valderrama, S. N. (2014). *Pasos para elaborar Proyectos de Investigación*. Lima: Editorial San Marco E.R.L

Vasić, N. E. Kilibarda, M. A. & Kaurin, T. N. (2019). The Influence of Online Shopping Determinants on Customer Satisfaction in the Serbian Market. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 14(2), 70-89. <https://www.scielo.cl/pdf/jtaer/v14n2/0718-1876-jtaer-14-02-00107.pdf>

Viara, A. E Cardona, C. R. & Torres, A. R. (2017). *Diagnosis of management model of inventories of food in hotel companies*. (Revista científica).

Zapata, J. E. (2014). *Fundamentos de la investigación*. Medellín: Centro Editorial Esumer, 2014.

Zorrilla, J. A. (1998). *Introducción a la Metodología de la investigación*. México: Cal y Arena.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de la variable gestión de inventario



TEST GESTIÓN DE INVENTARIO

Edad: _____ Sexo: _____ Grado: _____ Sección: _____ Fecha: _____

INSTRUCCIONES: A continuación encontrarás afirmaciones sobre maneras de pensar, sentir y actuar. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una **X** según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

S	=	Siempre
CS	=	Casi Siempre
AV	=	Algunas Veces
CN	=	Casi Nunca
N	=	Nunca

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.	¿La empresa planifica su gestión de inventario?	S	CS	AV	CN	N
2.	¿Percibe un buen control de inventarios en la empresa?	S	CS	AV	CN	N
3.	¿La empresa cuenta con proyectos constantes?	S	CS	AV	CN	N
4.	¿La empresa planifica sus compras para mantener el inventario óptimo?	S	CS	AV	CN	N
5.	¿El buen manejo del kardex mejora la gestión de inventario?	S	CS	AV	CN	N
6.	¿El control constante del kardex mejora el servicio en la empresa?	S	CS	AV	CN	N
7.	¿Las auditorías en la gestión del inventario mejora la gestión?	S	CS	AV	CN	N
8.	¿Considera que influyen los costos financieros en la gestión de inventario?	S	CS	AV	CN	N
9.	¿La gestión de inventario en la empresa genera tasas de interés?	S	CS	AV	CN	N
10.	¿Considera que es necesario un financiamiento para poder contar con gestión de inventarios?	S	CS	AV	CN	N
11.	¿Considera que la gestión de inventarios son costos elevados?	S	CS	AV	CN	N
12.	¿La gestión de inventario genera costos elevados tales como; luz, agua, gas, internet entre otros?	S	CS	AV	CN	N
13.	¿Los inventarios requieren de especialistas que lo manejen?	S	CS	AV	CN	N
14.	¿El encargado de la gestión de inventario tiene que estar en constante capacitación?	S	CS	AV	CN	N
15.	¿La gestión de inventarios incrementa las mermas en la empresa?	S	CS	AV	CN	N
16.	¿La gestión de inventario disminuye las pérdidas de las mercaderías en la empresa?	S	CS	AV	CN	N
17.	¿Los costos de mermas son generadas por el mal manejo de gestión de inventarios?	S	CS	AV	CN	N
18.	¿Las mermas es un indicador para poder abastecer con lo necesario el almacén?	S	CS	AV	CN	N
19.	¿La empresa brinda productos peruanos?	S	CS	AV	CN	N
20.	¿Es importante promover la cultura peruana?	S	CS	AV	CN	N
21.	¿La empresa fomenta la iniciativa de la protección de los animales?	S	CS	AV	CN	N
22.	¿La empresa respeta la ideología de género?	S	CS	AV	CN	N
23.	¿Conserva las costumbres peruanas en los productos?	S	CS	AV	CN	N
24.	¿La empresa cuenta con accesorios de acuerdo a las estaciones del año?	S	CS	AV	CN	N
25.	¿Las variedades de productos son de acuerdo a la moda presente?	S	CS	AV	CN	N
26.	¿Brinda accesorios de moda extranjera?	S	CS	AV	CN	N
27.	¿Considera que en San Juan de Lurigancho existan costumbres del cuidado de los animales?	S	CS	AV	CN	N
28.	¿Percibe usted el crecimiento de las prácticas del cuidado de los animales?	S	CS	AV	CN	N
29.	¿Es necesario conservar las costumbres del cuidado animal?	S	CS	AV	CN	N
30.	¿Las costumbres de tu familia influyen a poder adquirir productos para tus mascotas?	S	CS	AV	CN	N

Gracias por completar el cuestionario.

Anexo 2: Instrumento de la variable satisfacción del cliente



TEST SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Edad: _____ Sexo: _____ Grado: _____ Sección: _____ Fecha: _____

INSTRUCCIONES: A continuación encontrarás afirmaciones sobre maneras de pensar, sentir y actuar. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

S	=	Siempre
CS	=	Casi Siempre
AV	=	Algunas Veces
CN	=	Casi Nunca
N	=	Nunca

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.	¿La empresa cuenta con productos y accesorios disponibles?	S	CS	AV	CN	N
2.	¿Los horarios de atención son los adecuados?	S	CS	AV	CN	N
3.	¿Se adapta a los cambios del mercado exigente?	S	CS	AV	CN	N
4.	¿Cuenta con productos personalizados?	S	CS	AV	CN	N
5.	¿Cuenta con diferentes formas de pago?	S	CS	AV	CN	N
6.	¿Los puntos de ventas están cerca a su domicilio?	S	CS	AV	CN	N
7.	¿Es fácil de ubicar el punto de venta?	S	CS	AV	CN	N
8.	¿Los precios son accesibles?	S	CS	AV	CN	N
9.	¿Le brinda confianza la calidad de productos que ofrece la empresa <u>Pet shop Galpón Dorado</u> ?	S	CS	AV	CN	N
10.	¿Considera que son seguro los servicios brindados?	S	CS	AV	CN	N
11.	¿Percibe un clima familiar en el servicio?	S	CS	AV	CN	N
12.	¿El trato brindado es de manera educada?	S	CS	AV	CN	N
13.	¿Le ofrece lo que siempre necesita?	S	CS	AV	CN	N
14.	¿La empresa fomenta la educación?	S	CS	AV	CN	N
15.	¿Las informaciones son oportunas?	S	CS	AV	CN	N
16.	¿La empresa brinda atención personalizada?	S	CS	AV	CN	N
17.	¿Existe equidad hacia sus clientes?	S	CS	AV	CN	N
18.	¿El servicio es con respeto?	S	CS	AV	CN	N
19.	¿Encuentra lo que siempre busca?	S	CS	AV	CN	N
20.	¿Se encuentra satisfecho con la variedad de productos que brinda la empresa?	S	CS	AV	CN	N
21.	¿Se encuentra satisfecho con el servicio brindado?	S	CS	AV	CN	N
22.	¿Se encuentra satisfecho con las marcas ofrecidas?	S	CS	AV	CN	N
23.	¿Se encuentra satisfecho con el punto de venta?	S	CS	AV	CN	N
24.	¿Se encuentra satisfecho con la facilidad de medios de pagos?	S	CS	AV	CN	N
25.	¿Se encuentra insatisfecho con la persona encargada de atenderlo?	S	CS	AV	CN	N
26.	¿Se encuentra insatisfecho con el ambiente brindado?	S	CS	AV	CN	N
27.	¿Se encuentra insatisfecho con las promociones ofrecidas?	S	CS	AV	CN	N
28.	¿Se encuentra satisfecho con los productos?	S	CS	AV	CN	N
29.	¿Se encuentra de acuerdo con el formato de negocio?	S	CS	AV	CN	N
30.	¿Es suficiente los productos brindados?	S	CS	AV	CN	N

Gracias por completar el cuestionario.

Anexo 3: Validación de instrumento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Fuente: elaboración propia.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide gestión de inventario

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias	
		M	D	A	M	D	A	M	D	A		
DIMENSIONES 1: PLANEACION												
1	¿La empresa planifica su gestión de inventario?											
2	¿Percebe un buen control de inventarios en la empresa?											
3	¿La empresa cuenta con proyectos constantes?											
4	¿La empresa planifica sus compras para mantener el inventario óptimo?											
DIMENSION 2: REVISION DE KARDEX												
5	¿El buen manejo del kardex mejora la gestión de inventario?											
6	¿El control constante del kardex mejora el servicio en la empresa?											
7	¿Las auditorías en la gestión del inventario mejora la gestión?											
DIMENSIONES 3: FINANCIEROS												
8	¿Considera que influyen los costos financieros en la gestión de inventario?											
9	¿La gestión de inventario en la empresa genera tasas de interés?											
10	¿Considera que es necesario un financiamiento para poder contar con gestión de inventarios?											
DIMENSION 4: ADMINISTRATIVOS												
11	¿Considera que la gestión de inventarios son costos elevados?											
12	¿La gestión de inventario genera costos elevados tales como; luz, agua, gas, internet entre otros?											
13	¿Los inventarios requieren de especialistas que lo manejen?											
14	¿El encargado de la gestión de inventario tiene que estar en constante capacitación?											
DIMENSION 5: MERMAS												
15	¿La gestión de inventarios incrementa las mermas en la empresa?											

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide satisfacción del cliente

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSION 1: DISPONIBILIDAD										
1	¿La empresa cuenta con productos y accesorios disponibles?			/			/			/	
2	¿Los horarios de atención son los adecuados?			/			/			/	
	DIMENSION 2: FLEXIBILIDAD										
3	¿Se adapta a los cambios del mercado exigente?			/			/			/	
4	¿Cuenta con productos personalizados?			/			/			/	
5	¿Cuentan con POS que facilita los pagos?			/			/			/	
	DIMENSION 3: ACCESIBILIDAD										
6	¿El horario de atención es suficiente?			/			/			/	
7	¿Es fácil de ubicar el punto de venta?			/			/			/	
8	¿Los precios son accesibles?			/			/			/	
	DIMENSIONES / Items										
	DIMENSION 4: CONFIANZA										
9	¿Le brinda confianza la calidad de productos que ofrece la empresa Pet shop Galpón Dorado?			/			/			/	
10	¿Considera que es seguro los servicios brindados?			/			/			/	
11	¿Percebe un clima familiar en el servicio?			/			/			/	
	DIMENSION 5: CORTESIA										
12	¿El trato brindado es de manera educada?			/			/			/	
13	¿Le ofrece lo que siempre necesita?			/			/			/	
14	¿La empresa fomenta la educación?			/			/			/	
15	¿Las informaciones son oportunas?			/			/			/	
	DIMENSIONES 6: ATENCION INDIVIDUAL										
16	¿La empresa brinda atención personalizada?			/			/			/	
17	¿Existe equidad hacia sus clientes?			/			/			/	
18	¿El servicio es con respeto?			/			/			/	
19	¿Encuentra lo que siempre busca?			/			/			/	
	DIMENSIONES / Items										
	DIMENSIONES 7: SATISFECHO										



Fuente: elaboración propia.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide gestión de inventario

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias	
		M D	A A	M D	M D	A A	M D	M D	A A			
DIMENSIONES 1: PLANEACIÓN												
1	¿La empresa planifica su gestión de inventario?											
2	¿Percebe un buen control de inventarios en la empresa?											
3	¿La empresa cuenta con proyectos constantes?											
4	¿La empresa planifica sus compras para mantener el inventario óptimo?											
DIMENSION 2: REVISIÓN DE KARDEX												
5	¿El buen manejo del kardex mejora la gestión de inventario?											
6	¿El control constante del kardex mejora el servicio en la empresa?											
7	¿Las auditorías en la gestión del inventario mejora la gestión?											
DIMENSIONES / Ítems												
DIMENSION 3: FINANCIEROS												
8	¿Considera que influyen los costos financieros en la gestión de inventario?											
9	¿La gestión de inventario en la empresa genera tasas de interés?											
10	¿Considera que es necesario un financiamiento para poder contar con gestión de inventarios?											
DIMENSION 4: ADMINISTRATIVOS												
11	¿Considera que la gestión de inventarios son costos elevados?											
12	¿La gestión de inventario genera costos elevados tales como; luz, agua, gas, internet entre otros?											
13	¿Los inventarios requieren de especialistas que lo manejen?											
14	¿El encargado de la gestión de inventario tiene que estar en constante capacitación?											
DIMENSION 5: MERMAS												
15	¿La gestión de inventarios incrementa las mermas en la empresa?											



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide satisfacción del cliente

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
DIMENSION 1: DISPONIBILIDAD											
1	¿La empresa cuenta con productos y accesorios disponibles?										
2	¿Los horarios de atención son los adecuados?										
DIMENSION 2: FLEXIBILIDAD											
3	¿Se adapta a los cambios del mercado exigente?										
4	¿Cuenta con productos personalizados?										
5	¿Cuentan con POS que facilita los pagos?										
DIMENSION 3: ACCESIBILIDAD											
6	¿El horario de atención es suficiente?										
7	¿Es fácil de ubicar el punto de venta?										
8	¿Los precios son accesibles?										
DIMENSIONES / Items											
DIMENSION 4: CONFIANZA											
9	¿Le brinda confianza la calidad de productos que ofrece la empresa Pet shop Galpón Dorado?										
10	¿Considere que es seguro los servicios brindados?										
11	¿Percebe un clima familiar en el servicio?										
DIMENSION 5: CORTESIA											
12	¿El trato brindado es de manera educada?										
13	¿Le ofrece lo que siempre necesita?										
14	¿La empresa fomenta la educación?										
15	¿Las informaciones son oportunas?										
DIMENSIONES 6: ATENCION INDIVIDUAL											
16	¿La empresa brinda atención personalizada?										
17	¿Existe equidad hacia sus clientes?										
18	¿El servicio es con respeto?										
19	¿Encuentra lo que siempre busca?										
DIMENSIONES 7: SATISFECHO											

Anexo 4: Matriz de consistencia

TITULO: GESTION DE INVENTARIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PET SHOP GALPON DORADO, SAN JUAN DE LURIGANCHO 2018.					
VARIABLES E INDICADORES					
VARIABLE 1: GESTION DE INVENTARIO		VARIABLE 2 : SATISFACCION DEL CLIENTE			
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA Y VALORES		
NIVELES O RANGO		NIVELES O RANGO			
<p>Problema general: ¿Cuál es la relación entre la gestión de inventario con la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho 2018?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe relación entre el pronóstico de inventario y la expectativa del cliente en la empresa Pet Shop Galpon Dorado, San Juan de Lurigancho 2018? • ¿Existe relación entre el pronóstico de inventario y el rendimiento percibido por el cliente en la empresa Pet Shop Galpon Dorado, San Juan de Lurigancho 2018? • ¿Existe relación entre los costos de inventarios y el rendimiento percibido en la empresa Pet Shop Galpon dorado, San Juan de Lurigancho 2018? • ¿Existe relación entre la demanda y los niveles de satisfacción de los clientes en la empresa Pet shop Galpon dorado, San Juan de Lurigancho 2018? 	<p>Objetivos general: Determinar la relación que existe entre la gestión de inventario con la satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpon Dorado Lima 2018.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación que existe entre el pronóstico del inventario y las expectativas del cliente en la empresa Pet Shop Galpon Dorado, San Juan de Lurigancho 2018. • Determinar la relación que existe entre los costos de inventarios y el rendimiento percibido en la empresa Pet Shop Galpon Dorado, San Juan de Lurigancho 2018. • Determinar la relación que existe entre los costos de inventarios y el rendimiento percibido en la empresa Pet Shop Galpon dorado, San Juan de Lurigancho 2018. • ¿Existe relación entre la demanda y los niveles de satisfacción de los clientes en la empresa Pet shop Galpon dorado, San Juan de Lurigancho 2018? 	<p>Hipotesis general: La gestión de inventario se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente de la empresa Pet Shop Galpon Dorado, lima 2018.</p> <p>Hipotesis específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El pronóstico del inventario se relaciona directamente con las expectativas del cliente en la empresa Pet shop Galpon dorado, san Juan de Lurigancho, 2018. • Los costos del inventario se relacionan directamente con el rendimiento percibido en la empresa Pet Shop Galpon Dorado, San Juan de Lurigancho 2018. • La demanda se relaciona positivamente con los niveles de satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpon Dorado, San Juan de Lurigancho 2018. 	<p>1 = Nunca</p> <p>2 = Casi nunca</p> <p>3 = A veces</p> <p>4 = Casi siempre</p> <p>5 = Siempre</p>		
			<p>Planeación</p> <p>Revision del kardex</p> <p>Financieros</p> <p>Administrativos</p> <p>Mermas</p> <p>Cultura</p> <p>Tendencias</p> <p>Costumbres</p>	<p>1, 2, 3, 4</p> <p>5, 6, 7</p> <p>8, 9, 10</p> <p>11, 12, 13, 14</p> <p>15, 16, 17, 18</p> <p>19, 20, 21, 22, 23</p> <p>24, 25, 26</p> <p>27, 28, 29, 30</p>	<p>Muy bueno 82 - 100</p> <p>Bueno 63 - 81</p> <p>Regular 44-62</p> <p>Deficiente 25-43</p>
			<p>Costos de inventarios</p> <p>Demanda</p>	<p>Disponibilidad</p> <p>Flexibilidad</p> <p>Accesibilidad</p> <p>Confianza</p> <p>Cortesía</p> <p>Atención individual</p> <p>Satisfacción</p> <p>Insatisfacción</p> <p>Complaciente</p>	<p>1, 2</p> <p>3, 4, 5</p> <p>6, 7, 8</p> <p>9, 10, 11</p> <p>12, 13, 14, 15</p> <p>16, 17, 18, 19</p> <p>20, 21, 22, 23, 24</p> <p>25, 26, 27</p> <p>28, 29, 30</p>
<p>Metodo y Diseño:</p> <p>TIPO: Investigación cuantitativa</p> <p>NIVEL: Descriptivo - Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental: Transversal</p>		<p>POBLACION</p> <p>La poblacon esta conformada por 55 clientes, y la tecnica de recopilacion de datos sera el censo, la cuan se realizara a los clientes.</p>			
<p>METODO Y DISEÑO</p>					

Fuente: Elavoración propia

Anexo 5: Tabla de especificación de la Variable: Gestión de inventario.

VARIABLES	DIMENCIONES	PESO	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
GESTIO DE INVENTARIO	PRONOSTICOS DE INVENTARIO	20%	Planeación	1, 2, 3, 4	Ordinal (Escala de Likert)
			Revision de kardex	5, 6, 7	
	COSTOS DE INVENTARIO	40%	Financieros	8, 9, 10	
			Administrativos	11, 12, 13, 14	
			Mermas	15, 16, 17,	
	DEMANDA	40%	Cultura	19, 20, 21,	
			Tendencia	24, 25,26	
			Costumbres	27, 28, 29, 30	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 6: Tabla de especificaciones de la Variable: Satisfacción del cliente

VARIABLES	DIMENCIONES	PESO	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
SATISFACCION DEL CLIENTE	LAS EXPECTATIVAS	40%	Disponibilidad	1, 2	Ordinal (Escala de Likert)
			Flexibilidad	3, 4, 5	
			Accesibilidad	6, 7, 8	
	RENDIMIENTO PERCIBIDO	40%	Confianza	9, 10, 11	
			Cortesía	12, 13, 14, 15	
			Atención individual	16, 17, 18, 19	
	NIVELES DE SATISFACCIÓN	30%	Satisfecho	20, 21, 22, 23, 24	
			Insatisfecho	25, 26, 27	
			Complaciente	28, 29, 30	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7: Detalle de confiabilidad de los ítems de la variable Gestión de inventario

<i>Validez vasado en el contenido a través de la V de Aiken</i>				
Nº Items		\bar{X}	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 2	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 3	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 4	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.4	0.89	0.80
Item 5	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.5	0.58	0.83
Item 6	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.4	0.89	0.80
Item 7	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 8	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 9	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 10	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 11	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 12	Relevancia	3.6	0.89	0.87
	Pertinencia	3.4	0.89	0.80
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 13	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.4	0.89	0.80
Item 14	Relevancia	3.4	0.89	0.80
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 15	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 16	Relevancia	3.6	0.89	0.87
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 17	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 18	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 19	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 20	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 21	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 22	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.89	0.80
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 23	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 24	Relevancia	3	0.71	0.67
	Pertinencia	3.4	0.89	0.80
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 25	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 26	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.4	0.89	0.80
Item 27	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 28	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.89	0.80
	Claridad	3.4	0.89	0.80
Item 29	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 30	Relevancia	3.4	0.89	0.80
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87

Anexo 8: Detalle de confiabilidad de los ítems de la variable Gestión de inventario

Tabla 13
Validez vasado en el contenido a través de la V de Aiken

N° Ítems		X	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 2	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.4	0.89	0.80
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 3	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 4	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 5	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.5	0.58	0.83
Item 6	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 7	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.8	0.45	0.93
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 8	Relevancia	3.6	0.89	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.2	1.10	0.73
Item 9	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 10	Relevancia	3.4	0.89	0.80
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 11	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 12	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 13	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 14	Relevancia	3.4	0.89	0.80
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 15	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 16	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.6	0.89	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 17	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 18	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.89	0.87
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 19	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.2	0.84	0.73
Item 20	Relevancia	3.4	0.89	0.80
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 21	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.2	1.10	0.73
	Claridad	3.2	0.45	0.73
Item 22	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 23	Relevancia	3.4	0.89	0.80
	Pertinencia	3.4	0.89	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 24	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.2	0.45	0.73
Item 25	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 26	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 27	Relevancia	3.2	0.84	0.73
	Pertinencia	3.2	0.84	0.73
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 28	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 29	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.4	0.89	0.80
Item 30	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.89	0.80
	Claridad	3.4	0.55	0.80

Anexo 9: Base de datos de la variable gestión de inventario

Cantidad de encuestados	VARIABLE 1 GESTION DE INVENTARIO																														TOTAL			
	PRONOSTICOS DE INVENTARIO							COSTOS DE INVENTARIO										DEMANDA																
	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	PP	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17	Item18	PP	Item19	Item20	Item 21	Item22	Item 23	Item24	Item25	Item26	Item27	Item28		Item29	Item30	PP
1	5	5	5	5	5	4	4	33	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	50	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	54	137
2	5	5	5	5	4	3	5	32	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	46	5	4	3	3	5	3	5	5	5	4	4	3	49	127
3	5	5	5	5	4	5	4	33	4	3	4	4	3	4	5	3	5	5	4	44	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	52	129
4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	3	53	141
5	5	5	4	5	4	4	5	32	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	47	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3	3	3	49	128
6	5	5	5	5	4	4	4	32	3	3	3	4	3	3	3	3	5	5	5	40	5	4	4	3	5	3	5	5	4	5	4	4	51	123
7	5	5	5	5	5	5	5	35	3	3	3	5	3	5	3	3	5	4	5	42	5	5	5	3	5	3	5	5	3	4	5	3	51	128
8	5	5	5	5	4	5	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	47	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	51	131
9	5	5	5	5	5	5	4	34	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	47	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	4	53	134
10	5	4	4	4	5	5	5	32	4	3	4	3	3	3	3	5	5	4	4	41	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	54	127
11	5	3	3	3	4	3	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	43	3	4	3	4	5	4	5	5	2	3	4	5	47	115
12	5	3	3	3	4	4	4	26	3	5	3	4	5	5	5	5	5	3	3	46	3	4	4	3	5	3	5	5	4	5	3	3	47	119
13	4	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	50	124	
14	4	5	5	5	4	4	4	31	3	5	3	4	3	4	5	5	4	5	5	46	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	2	45	122
15	4	5	5	5	3	4	3	29	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	44	5	3	4	3	4	3	4	4	4	5	3	4	46	119
16	4	5	5	5	4	5	3	31	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	51	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	5	5	49	131
17	4	4	4	4	4	4	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	36	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	44	107
18	4	3	3	3	5	4	5	27	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	39	3	5	4	3	4	3	4	4	5	3	3	4	45	111
19	3	3	3	3	5	5	4	26	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	45	3	5	5	3	3	3	3	3	2	5	2	40	111	
20	3	3	3	3	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	41	3	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	43	107
21	3	4	4	4	4	5	4	28	5	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	39	4	4	5	5	3	5	3	3	2	4	3	4	45	112
22	3	3	3	3	4	4	3	23	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	35	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	43	101
23	3	4	4	4	3	3	5	26	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	40	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	41	107
24	3	4	4	4	3	4	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	35	4	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	40	100
25	3	3	3	4	3	3	3	22	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	36	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	41	99
26	3	3	4	2	4	5	3	24	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	38	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	46	108
27	4	4	5	3	4	3	3	26	3	2	3	5	3	4	2	3	4	5	3	37	4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	5	46	109
28	4	3	4	4	4	4	4	27	4	1	4	3	3	4	4	5	3	3	4	38	3	5	3	4	4	5	3	4	5	3	3	3	45	110
29	5	3	4	5	3	2	4	26	2	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	43	5	4	4	4	3	3	5	3	3	4	5	4	47	116
30	2	3	4	5	3	4	3	24	4	1	3	3	4	3	4	5	3	2	3	35	2	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	44	103

Anexo 10: Base de datos de la variable satisfacción del cliente

Cantidad de encuestados	VARIABLE 2 SATISFACCION DEL CLIENTE																																	TOTAL
	LAS EXPECTATIVAS									RENDIMIENTO PERCIBIDO											NIVELES DE SATISFACCION													
	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	PP	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17	Item18	Item19	PP	Item20	Item21	Item22	Item23	Item24	Item25	Item26	Item27	Item28	Item29	Item30	PP	
¿La empresa cuenta con productos y accesorios disponibles?	5	5	5	5	5	4	4	5	38	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	50	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	49
¿Los horarios de atención son los adecuados?	3	4	3	4	4	3	5	3	29	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	48	4	3	3	5	3	5	5	5	4	4	3	44	
¿Se adapta a los cambios del mercado exigente?	5	5	5	5	4	5	4	4	37	3	4	4	3	4	5	3	5	5	4	5	45	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	47	
¿Cuenta con productos personalizados?	4	3	5	4	5	5	5	4	35	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	3	48		
¿Cuentan con POS que facilita los pagos?	3	5	4	5	4	4	5	5	35	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	47	4	4	5	5	5	4	5	3	3	3	3	44	
¿El horario de atención es suficiente?	4	5	5	3	4	4	4	3	32	3	3	4	3	3	3	3	5	5	5	5	42	4	4	3	5	3	5	5	4	5	4	4	46	
¿Es fácil de ubicar el punto de venta?	5	4	5	5	5	5	5	3	37	3	3	5	3	5	3	3	5	4	5	5	44	5	5	3	5	3	5	5	3	4	5	3	46	
¿Los precios son accesibles?	3	3	5	5	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	48	4	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	46	
¿Le brinda confianza la calidad de productos que ofrece la empresa Pet shop Galpón Dorado?	5	5	5	3	5	5	4	3	35	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	49	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	4	48	
¿Considera que es seguro los servicios brindados?	5	4	4	4	5	5	5	4	36	3	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	41	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	50	
¿Percebe un clima familiar en el servicio?	5	3	3	3	4	3	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	42	4	3	4	5	4	5	5	2	3	4	5	44	
¿El trato brindado es de manera educada?	5	3	3	3	4	4	4	3	29	5	3	4	5	5	5	5	3	3	3	46	4	4	3	5	3	5	5	4	5	3	3	44		
¿Le ofrece lo que siempre necesita?	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	46	
¿La empresa fomenta la educación?	4	5	5	5	4	4	4	3	34	5	3	4	3	4	5	5	4	5	5	5	48	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	2	40	
¿Las informaciones son oportunas?	4	5	5	5	3	4	3	3	32	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	46	3	4	3	4	3	4	4	4	5	3	2	41	
¿La empresa brinda atención personalizada?	4	5	5	5	4	5	3	4	35	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	52	4	5	4	4	3	4	4	3	3	5	5	44	
¿Existe equidad hacia sus clientes?	4	4	4	4	4	4	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	37	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	40	
¿El servicio es con respeto?	4	3	3	3	5	4	5	3	30	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	39	5	4	3	4	3	4	4	5	3	3	4	42	
¿Encuentra lo que siempre busca?	3	3	3	3	5	5	4	3	29	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	45	5	5	3	3	3	3	3	3	2	5	2	37		
¿Se encuentra satisfecho con la variedad de productos que brinda la empresa?	3	3	3	3	4	3	4	4	27	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	40	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	40		
¿Se encuentra satisfecho con el servicio brindado?	3	4	4	4	4	5	4	5	33	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	38	4	5	5	3	5	3	3	2	4	3	4	41	
¿Se encuentra satisfecho con las marcas ofrecidas?	3	3	3	3	4	4	3	4	27	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	34	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	40		
¿Se encuentra satisfecho con el punto de venta?	3	4	4	4	3	3	5	3	29	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	41	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	37	
¿Se encuentra satisfecho con la facilidad de medios de pagos?	3	4	4	4	3	4	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	36	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	36	
¿Este insatisfecho con la persona encargada de atenderlo?	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	37	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	37	
¿Se encuentra insatisfecho con el ambiente brindado?	3	3	4	2	4	5	3	4	28	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	38	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	42	
¿Se encuentra insatisfecho con las promociones ofrecidas?	4	4	5	3	4	3	3	3	29	2	3	5	3	4	2	3	4	5	3	4	38	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	5	42	
¿Se encuentra satisfecho con los productos?	4	3	4	4	4	4	4	4	31	1	4	3	3	4	4	5	3	3	4	3	37	5	3	4	4	5	3	4	5	3	3	3	42	
¿Esta de acuerdo con el formato de negocio?	5	3	4	5	3	2	4	2	28	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	46	4	4	4	3	3	5	3	3	4	5	4	42	
¿Es suficiente los productos brindados?	2	3	4	5	3	4	3	4	28	1	3	3	4	3	4	5	3	2	3	2	33	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	42	

Anexo 11: Base de datos del SPSS

Base de la suma de variables.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 13 de 13 variables

	D1	D2	D3	V1	DIM1	DIM2	DIM3	VARI2	VAR1REC	VAR2REC	D1REC	D2REC	D3REC	var	v
1	33	50	54	137	38	50	49	137	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO		
2	32	46	49	127	29	48	44	121	BUENO	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO		
3	33	44	52	129	37	45	47	129	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO		
4	35	53	53	141	35	54	48	137	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO		
5	32	47	49	128	35	47	44	126	BUENO	REGULAR	BUENO	REGULAR	BUENO		
6	32	40	51	123	32	42	46	120	REGULAR	REGULAR	BUENO	MALO	BUENO		
7	35	42	51	128	37	44	46	127	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO		
8	33	47	51	131	33	48	46	127	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO		
9	34	47	53	134	35	49	48	132	BUENO	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO		
10	32	41	54	127	36	41	50	127	BUENO	BUENO	BUENO	MALO	BUENO		
11	25	43	47	115	29	42	44	115	REGULAR	REGULAR	MALO	REGULAR	REGULAR		
12	26	46	47	119	29	46	44	119	REGULAR	REGULAR	MALO	REGULAR	REGULAR		
13	29	45	50	124	33	45	46	124	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO		
14	31	46	45	122	34	48	40	122	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR		
15	29	44	46	119	32	46	41	119	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR		
16	31	51	49	131	35	52	44	131	BUENO	BUENO	REGULAR	BUENO	BUENO		
17	27	36	44	107	30	37	40	107	MALO	MALO	REGULAR	MALO	REGULAR		
18	27	39	45	111	30	39	42	111	MALO	MALO	REGULAR	MALO	REGULAR		
19	26	45	40	111	29	45	37	111	MALO	MALO	MALO	REGULAR	MALO		
20	23	41	43	107	27	40	40	107	MALO	MALO	MALO	MALO	REGULAR		
21	28	39	45	112	33	38	41	112	MALO	MALO	REGULAR	MALO	REGULAR		
22	23	35	43	101	27	34	40	101	MALO	MALO	MALO	BUENO	REGULAR		
23	26	40	41	107	29	41	37	107	MALO	MALO	MALO	MALO	MALO		
24	25	35	40	100	28	36	36	100	MALO	MALO	MALO	MALO	BUENO	MALO	
25	22	36	41	99	25	37	37	99	MALO	MALO	MALO	MALO	MALO	MALO	
26	24	38	46	108	28	38	42	108	MALO	MALO	MALO	MALO	REGULAR		
27	26	37	46	109	29	38	42	109	MALO	MALO	MALO	MALO	REGULAR		
28	27	38	45	110	31	37	42	110	MALO	MALO	REGULAR	MALO	REGULAR		
29	26	43	47	116	28	46	42	116	REGULAR	REGULAR	MALO	REGULAR	REGULAR		
30	24	35	44	103	28	33	42	103	MALO	MALO	MALO	BUENO	REGULAR		
31															
32															

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON 11:06 a.m. 11/12/2018

Anexo 12: Evidencias

28/06/2018

REGISTRO DE INGRESOS

INGRESOS PERIODO: MARZO 2018

FECHA	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
10-mar	ALIM 007	ENGORDE B12 X 40K	5	S/. 70.00	S/. 350.00
10-mar	ALIM 008	CRECIMIENTO X 40K	4	S/. 75.00	S/. 300.00
10-mar	ALIM 010	INICIO B12 X 40K	2	S/. 85.00	S/. 170.00
10-mar	ALIM 012	CONEJO B12 X 40K	5	S/. 70.00	S/. 350.00
10-mar	ALIM 011	OMEGA B12 X 25K	1	S/. 48.00	S/. 48.00
11-mar	ALIM 001	ME X 60K	9	S/. 58.00	S/. 522.00
11-mar	ALIM 002	MP X 60K	6	S/. 62.00	S/. 372.00
11-mar	ALIM 004	VITAGO X 60K	9	S/. 62.00	S/. 558.00
11-mar	ALIM 003	MR X 60K	4	S/. 62.00	S/. 248.00
11-mar	ALIM 006	AFRECHO X 40K	6	S/. 38.00	S/. 228.00
11-mar	ALIM 018	TRIGO NEGRO	5	S/. 75.00	S/. 375.00
15-mar	CROK001	RICOCAN CLASICO X 22K	4	S/. 72.00	S/. 288.00
15-mar	CROK002	RICOCAN BABY R/P X 15K	5	S/. 65.00	S/. 325.00
15-mar	CROK004	RICOCAN MUL X 15K	5	S/. 65.00	S/. 325.00
15-mar	CROK006	RICOCAT P/S X 9K	8	S/. 46.00	S/. 368.00
15-mar	CROK009	RICOCAT GATITOS X 9K	5	S/. 48.00	S/. 240.00
15-mar	CROK013	DOG CHOW JUNIOR X 21K	5	S/. 125.00	S/. 625.00
15-mar	CROK015	KO X 18K	6	S/. 55.00	S/. 330.00
15-mar	CROK018	FRISKIS X 7	3	S/. 62.00	S/. 186.00
25-mar	ALIM 001	ME X 60K	6	S/. 58.00	S/. 348.00
25-mar	ALIM 003	MP X 60K	5	S/. 62.00	S/. 310.00
25-mar	ALIM 004	VITAGO X 60K	6	S/. 62.00	S/. 372.00
25-mar	ALIM 006	AFRECHO X 40K	3	S/. 38.00	S/. 114.00
29-mar	CROK005	RICOCAN CORDERO X 15K	3	S/. 65.00	S/. 195.00
29-mar	CROK001	RICOCAN CLASICO X 22K	3	S/. 72.00	S/. 216.00
29-mar	CROK011	PEDIGREE JUNIOR X 22K	2	S/. 142.00	S/. 284.00
29-mar	CROK017	THOR X 18K	3	S/. 68.00	S/. 204.00
COSTO TOTAL					S/. 8,251.00

FOX PROGRAM 1-1

REGISTRO DE VENTAS

INGRESOS PERIODO: MARZO 2018

FECHA	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
10-mar	ALIM 001	ME X 60K	3	S/. 65.00	S/. 195.00
10-mar	ALIM 007	ENGORDE B12 X 40K	2	S/. 78.00	S/. 156.00
10-mar	ALIM 008	CRECIMIENTO X 40K	1	S/. 82.00	S/. 82.00
10-mar	ALIM 011	OMEGA B12 X 25K	1	S/. 55.00	S/. 55.00
11-mar	ALIM 010	INICIO B12 X 40K	1	S/. 92.00	S/. 92.00
11-mar	ALIM 012	CONEJO B12 X 40K	2	S/. 78.00	S/. 156.00
11-mar	ALIM 004	VITAOGO X 60K	3	S/. 67.00	S/. 201.00
11-mar	ALIM 006	AFRECHO X 40K	1	S/. 45.00	S/. 45.00
11-mar	ALIM 002	MP X 60K	3	S/. 67.00	S/. 201.00
11-mar	ALIM 003	MR X 60K	1	S/. 67.00	S/. 67.00
12-mar	ALIM001	ME X 60K	3	S/. 65.00	S/. 195.00
12-mar	ALIM 017	ENGORDE B12 X 40K	2	S/. 78.00	S/. 156.00
12-mar	CROK001	RICOCAN CLASICO X 22K	2	S/. -85.00	S/. -170.00
12-mar	CROK006	RICOCAT P/S X 9K	3	S/. -50.00	S/. -150.00
13-mar	ALIM 018	TRIGO NEGRO	1	S/. 85.00	S/. 85.00
13-mar	CROK001	RICOCAN CLASICO X 22K	2	S/. -85.00	S/. -170.00
13-mar	ALIM 001	ME X 60K	2	S/. 65.00	S/. 130.00
13-mar	CROK015	KO X 18K	1	S/. -62.00	S/. -62.00
14-mar	ALIM 006	AFRECHO X 40K	3	S/. 38.00	S/. 114.00
14-mar	ALIM 003	MP X 60K	3	S/. 67.00	S/. 201.00
14-mar	ALIM 004	VITAOGO X 60K	4	S/. 67.00	S/. 268.00
14-mar	ALIM 012	CONEJO B12 X 40K	1	S/. 78.00	S/. 78.00
15-mar	CROK002	RICOCAN BABY R/P X 15K	2	S/. 72.00	S/. 144.00
15-mar	CROK004	RICOCAN MUL X 15K	1	S/. 72.00	S/. 72.00
15-mar	CROK006	RICOCAT P/S X 9K	2	S/. 50.00	S/. 100.00
15-mar	CROK009	RICOCAT GATITOS X 9K	1	S/. 55.00	S/. 55.00
15-mar	CROK013	DOG CHOW JUNIOR X 21K	2	S/. 134.00	S/. 268.00
15-mar	CROK015	KO X 18K	2	S/. 62.00	S/. 124.00
15-mar	CROK018	FRISKIS X 7	1	S/. 68.00	S/. 68.00
16-mar	ALIM 001	ME X 60K	2	S/. 65.00	S/. 130.00
16-mar	ALIM 006	AFRECHO X 40K	1	S/. 45.00	S/. 45.00
16-mar	CROK004	VITAOGO X 60K	2	S/. -67.00	S/. -134.00
17-mar	CROK005	RICOCAN CORDERO X 15K	1	S/. -72.00	S/. -72.00
17-mar	CROK011	PEDIGREE JUNIOR X 22K	1	S/. -155.00	S/. -155.00
17-mar	CROK001	RICOCAN CLASICO X 22K	1	S/. 85.00	S/. 85.00
18-mar	ALIM 001	ME X 60K	2	S/. -65.00	S/. -130.00
18-mar	ALIM 003	MR X 60K	1	S/. -67.00	S/. -67.00
18-mar	ALIM 004	VITAOGO X 60K	2	S/. 67.00	S/. 134.00
19-mar	ALIM 006	AFRECHO X 40K	1	S/. 45.00	S/. 45.00
19-mar	CROK005	RICOCAN CORDERO X 15K	1	S/. -72.00	S/. -72.00

28/06/2018

19-mar	CROK001	RICOCAN CLASICO X 22K	2	S/.	85.00	S/.	170.00
20-mar	CROK011	PEDIGREE JUNIOR X 22K	1	S/.	-155.00	S/.	-155.00
20-mar	ALIM007	ENGORDE B12 X 40K	1	S/.	78.00	S/.	78.00
20-mar	ALIM 008	CRECIMIENTO X 40K	2	S/.	82.00	S/.	164.00
20-mar	ALIM 001	ME X 60K	1	S/.	-65.00	S/.	-65.00
21-mar	CROK006	RICOCAT P/S X 9K	3	S/.	50.00	S/.	150.00
21-mar	CROK004	VITAOGO X 60K	1	S/.	-67.00	S/.	-67.00
21-mar	CRK013	DOG CHOW JUNIOR X 21K	2	S/.	134.00	S/.	268.00
22-mar	ALIM012	CONEJO B12 X 40K	1	S/.	78.00	S/.	78.00
22-mar	CRK017	THOR X 18K	1	S/.	-75.00	S/.	-75.00
23-mar	CROK001	RICOCAN CLASICO X 22K	1	S/.	78.00	S/.	78.00
23-mar	CROK001	RICOCAN CLASICO X 22K	1	S/.	85.00	S/.	85.00
23-mar	CROK011	PEDIGREE JUNIOR X 22K	1	S/.	-155.00	S/.	-155.00
24-mar	ALIM 004	VITAOGO X 60K	1	S/.	-67.00	S/.	-67.00
24-mar	CRK017	THOR X 18K	2	S/.	-75.00	S/.	-150.00
24-mar	ALIM007	ENGORDE B12 X 40K	1	S/.	-78.00	S/.	-78.00
25-mar	CRK013	DOG CHOW JUNIOR X 21K	2	S/.	134.00	S/.	268.00
25-mar	CROK001	RICOCAN CLASICO X 22K	2	S/.	85.00	S/.	170.00
25-mar	ALIM007	DOG CHOW JUNIOR X 21K	1	S/.	134.00	S/.	134.00
26-mar	ALIM001	ME X 60K	2	S/.	62.00	S/.	124.00
26-mar	CROK18	FRISKIS X 7	1	S/.	68.00	S/.	68.00
27-mar	CROK005	RICOCAN CORDERO X 15K	2	S/.	65.00	S/.	130.00
27-mar	ALIM 003	MP X 60K	3	S/.	67.00	S/.	201.00
27-mar	ALIM007	PEDIGREE JUNIOR X 22K	1	S/.	155.00	S/.	155.00
28-mar	CROK006	RICOCAT P/S X 9K	2	S/.	50.00	S/.	100.00
28-mar	CROK018	FRISKIS X 7	1	S/.	68.00	S/.	68.00
28-mar	ALIM 006	AFRECHO X 40K	1	S/.	45.00	S/.	45.00
29-mar	CROK005	RICOCAN CORDERO X 15K	1	S/.	65.00	S/.	65.00
				TOTAL	S/.	4,352.00	

[Handwritten signature]

REGISTRO DE CLIENTES

	No de documento	Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombre Completo
1	08722020	AGUILAR	CARRANZA	JUDITH
2	09800360	AUSPAZAGA	DE LA CRUZ	CARLOS ALBERTO
3	09886563	ARANA	QUISPE	ELVA
4	09893992	BERMEJO	PEREZ	CARLOS EDUARDO
5	21262355	CANALES	SOSA	ROLANDO DANILDO
6	25547406	CASTAÑEDA	MAURICIO	SARA
7	25573052	CASTILLO	DEUDOR	EVELDIN
8	25704553	CASTRO	ROJAS	PAMELA
9	25740967	CRUZ	AGUILAR	ABEL ROBERTO
10	25756899	DEUDOR	ROJAS	LIZET
11	28812098	DIAZ	ALMERCÓ	SALOME
12	32515286	ESPINOZA	AIME	MARIANGELICA
13	40213668	FLORES	BAUTISTA	EFRAIN
14	41374999	FLORES	VILCA	JUANA
15	42655808	GARCIA	TUCSI	FIORELLA
16	43164542	GARCIA	ALCANTARA	LUIS ALBERTO
17	43492282	GARCIA	MENESES	JOSE LUIS
18	46585793	GUARDIA	CABRERA	RONAL WILLIAMS
19	65232420	GUTIERREZ	NEY RA	MARCO ANTONIO
20	70895999	HUALPA	GUTIERREZ	ALEJANDRINA
21	72767047	HUAMAN	HUAMAN	LIZ
22	74596250	HUAYLLACAYAN	RAMIREZ	CARMEN
23	76817494	JIMENEZ	SILVA	FLORENA
24	07296409	LLONTOP	MUÑOZ	CARLOS ANTONIO
25	08708505	LOPEZ	GOMEZ	MIRIAN
26	02198166	MASQUEZ	SULCAHUAMAN	PABLO MARTIN
27	02851261	MATOS	PARDAVE	LUIS RAMIRO
28	06255190	MATOS	PARDAVE	OSCAR ANTONIO
29	06528586	MERCADO	MERCADO	MELQUIADES ALFREDO
30	06615479	MINAYA	PEÑA	ROBERTO

29/09/2018

31	08344343	MONTERO	MERE	VICTOR MARIO
32	09200818	NUÑEZ	SOSA	SALVADOR ALEJANDRO
33	09601134	PAREDES	REYES	GIANELA
34	10184558	QUISPE	ENRIQUE	YOVANA
35	258247628	RAMOS	SULCA	MARIA
36	41690054	REYNOSO	ELIAS	ANDRES MARTIN
37	42960438	RICARDI	SAMANAMU	JEAN PIERRE DE JESUS
38	43284523	RODRIGUEZ	VALDIVIA	JULIO CESAR
39	43707838	ROSSI	VERDONI	PAOLO ANTONIO
40	44990575	SALAS	ZULDAGA	JOSE ANTONIO
41	45700616	SANCHEZ	BUSTAMANTE	PERCY WILLY
42	51165213	SINCHE	GORA	MADELEINE
43	54526892	SUAREZ	CABREJO	SILVIA
44	62651561	TRAVERZAÑO	TORIBIO	CIELO
45	68215231	VERA	CASTAÑEDA	BELTRAN
46	68545862	VERASTEGUI	ENCISO	EDUARDO JESUS
47	71264751	VILLAVERDE	VIGILIO	ARMANDO WILLIAM
48	71524680	VIZURRGA	VILCHEZ	JHOSMERY
49	72282169	ZAVALA	CHAVEZ	LUIS ALBERTO
50	80493864	ZULIETA	SOTO	WILBERT

PET SHOP GALPÓN DORADO

Julia Marcelo Villena
GERENTE GENERAL

FOX PROGRAM 1-2

Anexo 13: Carta de autorización de la empresa



"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"

Lima, 07 de junio del 2018

CARTA N° 48 -2018/PSGALDOR

Sres.:

Universidad Cesar Vallejo
Av. El parque N°640 – Urbanización Canto Grande
San Juan de Lurigancho
Presente.-

ASUNTO : Autorización de ejecución de tesis

De mi mayor consideración:

Mediante la presente me dirijo a usted con la finalidad de saludarlo cordialmente y a la vez mencionar que luego de haber revisado el proyecto de tesis titulada "**Gestión de inventario y satisfacción del cliente en la empresa Pet shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho,**" por la Srta. **KADRIA TRICY COSME MARCELO**, la empresa autoriza la ejecución del proyecto, así mismo nos comprometemos a brindar la información necesaria para su desarrollo.

Atentamente.

PET SHOP GALPÓN DORADO
.....
Julia Marcelo Villena
GERENTE GENERAL

CORREO: Ventas@galpondorado.com
CEL: 987505242 – 929817821
DIRECCIONES: Urb. Mariscal Cáceres 198;
Urb. San Fernando Mz. G Lt. 16
San Juan de Lurigancho