



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Gestión de almacenes y atención al cliente de la empresa HDI  
S.A.C. del Callao, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Chata Ramos, Cesar David (ORCID: 0000-0001-9637-9710)

**ASESORA:**

Dra. Luna Gamarra Magaly Ericka (ORCID: 0000-0002-7543-9275)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Organizacional

LIMA – PERÚ

2021

## **Dedicatoria**

Dedico con todo mi corazón mi tesis a mi madre, que desde el cielo me da fuerzas, a mi padre y mi hermana, porque siempre estuvieron apoyándome incondicionalmente y de manera muy especial a mi hijo quien es el motor y mi fortaleza para seguir adelante.

Jenndao Jeyko, Chata Barreto

## **Agradecimiento**

En primer lugar, agradecer a Dios mi señor que siempre me hace recordar su palabra "Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas." Josué 1:9. Así mismo a la Universidad Cesar Vallejo por permitirme estudiar y terminar mis estudios. También a los docentes y compañeros por ser parte de un gran grupo de estudios ya que sin su apoyo y conocimiento no hubiera sido posible elaborar y culminar este informe de investigación

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	ii
Índice de contenidos .....	ii
Índice de tablas .....	iii
Índice de gráficos y figuras.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	9
3.2. Variables y operacionalización.....	9
3.3. Población, muestra y muestreo.....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimientos .....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos .....	15
IV. RESULTADOS.....	17
4.1 Análisis Cuantitativo-descriptivo.....	17
4.2 Análisis inferencial .....	24
IV. DISCUSIÓN.....	28
V. CONCLUSIONES .....	30
VI. RECOMENDACIONES .....	31
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS .....	37

## Índice de tablas

Tabla 1. Distribución de frecuencia de la gestión de almacenes.....	17
Tabla 2. Distribución de frecuencia de la recepción de mercadería .....	18
Tabla 3. Distribución de frecuencia del almacenamiento .....	19
Tabla 4. Distribución de frecuencia de despacho de mercadería.....	20
Tabla 5. Distribución de frecuencia de atención al cliente.....	21
Tabla 6. Distribución de frecuencia de satisfacción del cliente .....	22
Tabla 7. Distribución de frecuencia de producto y servicio .....	23
Tabla 8. Grado de relación según coeficiente de correlación Rho Spearman.....	24
Tabla 9. Correlación entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021 .....	25
Tabla 10. Correlación entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDIS.A.C del Callao, 2021. ....	26
Tabla 11. Correlación entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021. ....	27

## Índice de figuras

Figura 1. Diagrama de barras de la variable gestión de almacenes.....	17
Figura 2. Diagrama de barras de la dimensión recepción de mercadería .....	18
Figura 3. Diagrama de barras de la dimensión almacenamiento .....	19
Figura 4. Diagrama de barras de la dimensión despacho de mercadería .....	20
Figura 5. Diagrama de barras de atención al cliente .....	21
Figura 6. Diagrama de barras de la dimensión satisfacción del cliente.....	22
Figura 7. Diagrama de barras de la dimensión de producto y servicio.....	23

## Resumen

El mantenimiento del control del almacenaje de las empresas es de gran importancia para el proceso productivo. En la realidad, empresas carecen de una adecuada gestión del almacén, ocasionando un valor de insatisfacción al usuario e indirectamente en la mayoría de los casos, la pérdida de un cliente. En este sentido, el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021. Se empleó una metodología con enfoque cuantitativo, investigación de tipo básica, nivel correlacional, con un diseño no experimental, se consideró la población objeto de estudio a 45 trabajadores de diversas áreas de la empresa HDI S.A.C.; al mismo tiempo se empleó la encuesta censal como técnica de recolección de datos, con un formato de 26 ítems, estructuradas con escala de Likert como instrumento. Se concluyó que existe correlación positiva baja entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021, se obtuvo como resultado un sig. bilateral de 0,022

Palabras clave: Gestión de almacén, atención al cliente, competitividad de los servicios

## **Abstract**

The maintenance of the storage control of the companies are a great importance for the production process. In fact, companies lack proper warehouse management, causing dissatisfaction value to the user and indirectly in most of the cases, the loss of customers. In this sense, the present research work had a general objective to determine the relationship between warehouse management and customer service in the company HDI SAC del Callao, 2021. A methodology with a quantitative approach was used, type research basic, correlational level, with a non-experimental design, the population under study was considered to be 45 workers from various areas of HDI SAC company; At the same time, the census survey was used as a data collection technique, with a 26-item format, structured by a Likert scale as an instrument. It was concluded that there is a low positive correlation between warehouse management and customer service at HDI S.A.C. del Callao, 2021, a sig. bilateral 0.022.

Keywords: Warehouse management, customer service, competitiveness of services

## I. INTRODUCCIÓN

El sector automotriz viene hacer uno de los sectores con mayor importancia económica a nivel mundial, muchas de las empresas fueron afectadas por causa de la coyuntura que vivimos actualmente, la Covid 19, ocasiono pérdidas económicas donde en algunos casos gobiernos de países Latinoamericanos empezaron a anunciar medidas de auxilio para las pequeñas y medianas empresas, ya que dependían muchos de ellos de sus ventas diarias. (Sulbaran, 2020)

A nivel nacional, existen empresas que al controlar debidamente sus productos generan beneficios, señaló Perú Contable (2016). En el artículo “Gestión de Inventarios y Almacenes”, se establece que lo fundamental es cuidar y preservar los productos hasta su salida. También es importante recalcar que el mantener un control adecuado de almacenaje mejorará notablemente todo proceso productivo. Sin embargo, muchas empresas carecen de una correcta gestión del almacén, ocasionando un valor de insatisfacción al usuario, por lo tanto, si el cliente no se siente complacido con la atención y muchas veces no se cumple con la entrega en las fechas establecidas, esto ocasiona la pérdida de un cliente, por esta misma razón se debe de administrar adecuadamente la gestión del almacén y abastecer adecuadamente el stock y lograr poseer recurso para la venta, agilizando flujo de entradas y salidas.

Por otro lado, a nivel local, la empresa HDI S.A.C., ubicada en el distrito del Callao, tiene como actividad principal la comercialización de repuestos de un gran diversidad de marcas y el servicio de mantenimiento en las áreas de hidráulica, diésel y turbos para el mercado peruano, a raíz de constantes observaciones que hoy presenta nuestra área de logística, y una de ellas es la atención al cliente, teniendo como preocupación las constantes deficiencias al momento de entregar los despachos programados, siendo estas productos con otra identificación o mala información al producto final, dentro del almacén también podemos encontrar productos de baja rotación, productos con descripciones genéricas y no específicas, debido a diferentes factores y herramientas que necesita el almacén, también encontraremos productos con años de almacenamiento, ocasionando a la

empresa perdida de flujo de dinero y sobre stock en los almacenes, asimismo disposición de espacios y gastos en almacenaje.

Es importante la planificación y organización de distribución interna del almacén, los levantamientos de información y realizar buenas prácticas de almacenamiento, evaluaciones y constantes controles. De esta manera, encontraremos la solución al producto con obsolescencia y productos con menos rotación, realizando el correcto análisis y planificación de compra. Así, encontraremos oportunidades de mejora y tener éxito en el posicionamiento del mercado competitivo. El objetivo es adaptarse al cambio constante de las industrias de distintos sectores a nivel mundial, para subsistir en el mercado, debido a que el cliente no compra solo lo que se le ofrece, sino lo que el mismo expone como necesidad exigiendo la oferta y la demanda.

De la misma forma, el siguiente estudio se ejecutó en la empresa HDI S.A.C. y el propósito fue mejorar el nivel de atención al cliente, mediante un apropiado plan de gestión de almacén y el desarrollo de una solución en la deficiencia que genera el área de almacenes y despacho. Asimismo, se planteó como justificación teórica, se plantean objetivos en la investigación, se va hacer uso de utilidades e implementar nuevos instrumentos de recaudación de datos, tal es así que los efectos obtenidos logren ser útil para investigaciones aumentando eficazmente la empresa.

Por otro lado, la justificación práctica de esta investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar la atención al cliente, debido a las constantes observaciones que presentaba el almacén, se necesitó plantear un mejor sistema de gestión del almacén y atención al cliente con el soporte de ventas, para poder contribuir con la rotación de los productos dentro del almacén. De la misma forma, la justificación metodológica, donde la finalidad de la investigación es la preparación y aplicación de la encuesta para cada una de las variables, se indaga por medio de procedimientos indagando mediante métodos científicos, una vez sean demostrado su validez y confiabilidad, de esta forma se podrán usar en otras investigaciones.

De este modo, la intención de la investigación es argumentar la gestión de los almacenes además de la atención al cliente que se da en la empresa HDI.S.A.C.

Del Callao, 2021. Dentro de este orden, poder definir las interrogantes que forman parte de toda la investigación. La formulación del problema general del presente trabajo es ¿Qué relación existe entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021? Asimismo, se plantean los problemas específicos: ¿Qué relación existe entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021? ¿Qué relación existe entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021?

Además, se plantearon objetivos que motivaron esta investigación, siendo el objetivo general Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021. Por su parte, los objetivos específicos fueron: 1. Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021. 2. Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021.

Por lo tanto, se plantea la siguiente hipótesis general: Existe relación positiva entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021. Las hipótesis específicas: 1. Existe relación significativa entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDIS.A.C del Callao, 2021, 2. Existe relación significativa entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

En relación a las investigaciones previas, podemos mencionar a los estudios internacionales y nacionales, tales como Barrezueta (2018) en sus tesis titulado “Diseño de Layout para el almacén de productos terminados en la empresas Ingeniero Azucarero del Norte” tuvo como propósito primordial el de entender las existencias, pronosticado y sabiendo el régimen laboral planeado para el 2018, se usa por medio del empleo del programa Flexsim, se llegó a la conclusión que la idea decrece en su integridad el problema del aprovechamiento constatado en el comercio de hoy, principalmente en un 58.53%, alcanzando el 118.2% de utilización de la aptitud neta y reduciendo el valor por mercadería manipulada hasta los 0.29 \$ por saco equivalente a una reducción del indicio en un 19.44% para un ahorro de 99.310.26 \$ por año, además, supone a un aprovechamiento del área de hosting y de altura a un 62.50% y un 79.31%, respectivamente.

De igual forma, para Phupatarakit y Chutima (2019) en su tesis “Warehouse Management Improvement for a Textile Manufacturer”, su propósito es hacer mejor la administración ineficiente de los almacenes en una fábrica de textil en Tailandia que se enfrentó a una demanda impredecible de temporada y ha operado con una utilización deficiente del espacio. Algunas horas de inactividad a menudo ocurrían en un día que impactaba directamente en la producción y a su vez conducía al envío semanal tardío. En promedio, en 2018, solo el 83% de los envíos llegaron a tiempo (el objetivo es el 95%). Reduciendo y mejorando la utilización del espacio del almacén, se introdujeron una serie de soluciones. En primer lugar, los inventarios se clasificaron y los artículos de movimiento lento o no utilizados se retiraron del almacén. En segundo lugar, se introdujo el análisis ABC para los activos. El diseño del almacén se rediseñó y se desarrolló un nuevo sistema de operaciones. El resultado muestra que los artículos inactivos habían ocupado la mayor parte del espacio del almacén equivalente a 1.342 paletas que se pusieron en la lista de eliminación. Además, se introdujeron nuevos equipos de manipulación de materiales en el almacén para facilitar sus operaciones.

Asimismo, para Mafia (2017) en su tesis “Procedimiento para la logística interna en el almacén de producto terminado de la empresa Licoram en la ciudad de Ibarra”, para la obtención del título de ingeniero industria. El presente proyecto tuvo como objetivo, la evaluación de la bodega con procesos basados en las características del almacén, mediante fases como el volumen y surtido de productos, la valoración del administración de los productos mediante un esquema de carga, de la misma forma, los procedimientos funcionales, por otro lado, aprovechar los espacios y por último controlar y medir los indicadores financieros, proponiendo mejorar el layout, mediante un análisis del ABC de los productos, de esta manera permitiendo elevar el nivel del almacén.

Por su parte, para Avalos, Carrilo y Aguilar (2020) en su tesis “Quality In Customer Service, Relational Marketing Strategy, Application In The Marisquerías Of Riobamba”, su objetivo fue evaluar las características de calidad en asistencia al cliente, como un plan del Marketing Relacional, en las marisquerías en la localidad de Riobamba, con el objetivo de conseguir una mejor participación en el mercado, se aplicaron investigaciones a 397 personas, de modo que, el 60% de los encuestados manifestaron recibir trato de calidad en el sector de atención de los usuarios. Se implementó el uso de la tecnología como: páginas web, apps para móviles, añadidas maniobras de marketing como el “uno a uno”, valdrán para la adecuación al mercado de hoy, es una opción creativa y creativa que dejará desarrollar y progresar en el mercado, a este segmento de servicio.

Finalmente, para Huguet, Pineda y Gómez (2016) en su tesis “Mejora del sistema de gestión del almacén de suministros de una empresa productora de gases de uso medicinal e industrial de la ciudad de Carabobo-Venezuela” esta exploración tuvo como propósito estudiar la circunstancia de hoy y su vez investigar forma de como solventar los inconvenientes que dificultan en la administración de almacenes, aplicando el Systematic Handling Analysis (SHA). Además, se aplicó el examen del ABC por rotación, se pudo asegurar todas las esenciales responsabilidades del comercio, donde el resultado logrado fue, de un 25% en la elaboración de los pedidos y un 25% descartando fallos en la época perdidos, así mismo mejoraron las condiciones de higiene y seguridad, incrementando la seguridad en el comercio

interna y externamente, una vez aplicada las proposiciones de optimización, el emprendimiento se considera posible

De la misma manera a continuación se mencionan los siguientes antecedentes nacionales.

Quinteros y Reátegui (2019) en su tesis titulada “Almacenamiento y su relación con la distribución de productos en la empresa Supermercados La Inmaculada S.A.C., Tarapoto 2018”, De tal forma se aplicó un estudio de navegación de tipo aplicada, de nivel correlacionar y su diseño transversal, se compone en una población de 12 trabajadores de operadores logísticos, por consiguiente, luego del examen se ha podido deducir, relacionando de manera efectiva con un resultado de un 78%. Siendo muy aparente la presencia de una correlación eficaz considerable entre ambas variables.

Asimismo, Contreras (2019) con su estudio titulado “Sistema de Información de Gestión de Almacén para la Municipalidad Provincial de Yungay, 2016” donde su propósito es bajar los reclamos por los envíos de mercadería incompleta para lograr subir el nivel de asistencia al cliente, se diseña un sistema de inventarios al 100% de la diversidad de productos, de igual modo, se prioriza la construcción de modelos de baja y mediana rotación, la metodología es de enfoque cualitativo y cuantitativo, así se ha podido calcular los valores necesarios para la ejecución del emprendimiento, donde se ejecuta entrevistas con distintas personas y teniendo como información a los sectores públicos y privados.

Por otro lado, para Carhuarupay (2019) su investigación titulada “Plan de mejora en los procesos de la gestión de almacén de una empresa del sector automotriz Lima-2019” tuvo como finalidad sugerir un plan para llevar a cabo mejor los métodos de gestión en el comercio, se analizaron datos de naturaleza cuanti - cualitativa con el enfoque mixto, proyectivo se llegó a la siguiente conclusión, es destacable reorganizar y clasificar el comercio empleando métodos de ordenación ABC facilitando la recolección de los productos, llevar a cabo mejor los procesos para medir la efectividad.

Asimismo, para Huancas (2019) en su tesis titulado “Estrategias de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en el chifa Jazmín” el propósito de esta exploración es optimar el servicio a usuarios, dejando claro tácticas para hacer mejor la disposición en el servicio, así se ha podido capturar y fidelizar una más grande proporción de usuarios, y de igual modo, la metodología de estudio es de tipo aplicativo, con un diseño pre en fase de prueba, se aplicó la ( encuestas) a 322 usuarios, teniendo como resultado positivo con una expectativa de 4.01 y una visión de 4.97 y con una brecha de 0.96 en conclusión tenemos la posibilidad de determinar que la calidad de servicio consigue por medio de sus organizaciones sus deseos y opciones.

Por último, para Isminio y Silvera (2021) en su tesis titulado “Calidad de servicio y atención al cliente en COMVERZA EIRL, Andahuaylas- Apurimac, 2021” donde su propósito general saber que la calidad de servicio y la atención al cliente se relacionan de forma positiva, donde su metodología utilizada es de tipo aplicado y de nivel descriptivo correlacional, el diseño fue no experimental de corte transversal, se utilizó el método hipotético deductivo, donde el resultado logrado entre las variables, muestra que existe una correlación de 0,755 con un valor de Sig. (0,00 < 0,05), por medio de esto se llega a la conclusión que ambas variables tienen una correlación positiva considerable

De este modo, para Deming (1951) en su Teoría de la Calidad Total, define que el prototipo tiene como finalidad constatar que, por medio de la utilización del control de calidad en toda institución, se obtenga un sorprendente resultado, y una óptima calidad desde la receptividad de los insumos, hasta llegar al cliente final, el propósito para detallar esta teoría de Japón del control total de la calidad son 4 procesos catalogados, como el cálculo de PDCA y sus catorce principios. (p.42).

Asimismo, para Maslow (1954) en su Teoría de las Necesidades Humanas, el psicólogo estadounidense expone en su hipótesis que las necesidades no compensadas intervienen en el estado de ánimo y conducta de los individuos, debido a que las necesidades procuran compensar a través de tres de estas conductas: favorables, donde se compensan a aquellos que los rodean; destructiva, donde se logra compensar las necesidades, sin embargo, no todos salen

favorecidos; y el finamente, la conducta fallida, en la que no se consigue compensar las necesidades.

Con relación a las teorías, para Salazar (2019) la administración de almacenes es aquel el desarrollo de la ocupación logística que incluye: recepción, depósito y movimiento dentro del comercio, finalizando en el sitio de consumo de los materiales, materias primas semielaboradas, terminadas, de esta forma como el modo e información de los datos conformados.

Por otro lado, Bustamante (2019) menciona el Modelo Teórico Servqual de Parasuramam, Zeithaml, Berry, también conocido como modelo de discrepancia, observo que se orienta en satisfacer las necesidades de las personas, obteniendo como indicador la calidad para los negocios, esto marca una virtud sobre la rivalidad donde lo más importante es la aceptación viable y ser un punto de triunfo para los negocios. (p.10).

De la misma forma, Prieto (2015) sostiene que la figura del cliente es fundamental en todo desarrollo de construcción de las compañías, pues obtienen su propia satisfacción, asimismo muchas empresas establecen destacar las curiosidades de sus clientes, lo cual es improbable, pero conseguir la calidad de atención al cliente es la clave para conseguir una buena atención (p.29).

Además, para Kotler, citado por Álvarez(2016) determina que los consumidores activos se relacionen con las marcas y participan en la dinámica del mercado, de cierta forma se coincide en ciertos factores, como el rendimiento del producto, a través de herramientas de publicidad, donde le transmite un valor agregado , logrando que el cliente se sienta impactado y recuerde al momento de genera cada compra, es por ello la participación de redes sociales, foros, blogs, creando contenido y compartiendo sus opiniones con otros consumidores.

### **III. METODOLOGÍA**

El enfoque metodológico de la presente investigación ha sido de tipo cuantitativo. Para Hernández et al. (2014), el enfoque de tipo cuantitativo apunta hacia la recaudación de datos, para luego examinar una hipótesis, estableciendo pautas de comportamiento y probar teorías.

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

**Tipo de investigación.** La investigación utilizada fue de tipología básica. Para Hernández et al. (2014), los estudios básicos recolectan datos, examinan la información y buscan proyectar la realidad, aumentando el conocimiento de la problemática.

El enfoque de investigación es cuantitativa, Para Hernández et al. (2014), se emplea la recolección de información para comprobar la hipótesis, se mide las variables y se analiza las mediciones. (p. 4)

Según la profundidad de este estudio, el nivel de investigación es descriptivo correlacional. Según Hernández et al. (2014) la finalidad de este tipo de estudio es conocer la relación que existe entre dos o más variables, ya que no se realizó ninguna ejecución de las variables desde su propio contexto. (p. 93).

**Diseño de investigación** el diseño utilizado fue de tipo no experimental. Para Hernández et al. (2014), es aquella que se ejecuta sin manipular las variables, observándolas en su medio natural.

#### **3.2. Variables y operacionalización**

En relación a las variables objeto de estudio, son de naturaleza cuantitativa por cuanto se operacionalizaron. A continuación, se presentan las variables y sus definiciones.

##### **Variable 1: Gestión de almacenes.**

Para Carreño (2017) afirma, que es un sistema que permita administrar los recursos dentro del almacén para mejorar y ser más eficiente, y poder solucionar con rapidez, teniendo en cuenta todas las mercancías como entradas y salidas previas, luego recepcionarlas, almacenarlas y distribuirlos. (p.82).

**Dimensión 1: recepción de mercadería.** Para Herrera y Idiáquez (2018) define que la recepción de mercadería es el proceso, donde el producto llega desde su origen, al almacén, este producto puede ser una fabricación o producto terminado, luego el operario del almacén se encarga de verificar, certificando que el producto haya llegado en buen estado y sin daño alguno, de esta manera se procede a ser clasificado, controlado, ingresado en el inventario, para su posterior ubicación dentro del almacén (p.72).

**Indicador: verificación de mercadería.** Para Marín (2014) el objetivo es gestionar de manera triangular, de modo que deben coincidir los documentos como son el orden del pedido, las facturas y la mercadería (p.60).

**Indicador: informe de recepción.** Para Marín (2014) En efecto, es un documento que certifica la conformidad de la mercadería recibida, de igual forma considerando el detalle de los productos recibidos como son: ítems, cantidad solicitada, descripción del producto, y demás detalles que conforman la mercadería. (p.61).

**Indicador: rotulación de la mercadería.** Para Marín (2014) De la misma forma, una vez verificado la mercadería y haber certificado como conformidad, cada producto debe de tener concordancia, con la información detallada de la mercadería. (p.63).

**Dimensión 2: almacenamiento.** En este sentido, para Marín (2014) toda mercadería recibida, debe de tener una ubicación, con el fin de conservar y mantener en perfectas condiciones, de modo que facilite la operación y manipulación de mercadería dentro del almacén, a fin de que, se logre minimizar costos en almacenamiento, debido a que uno de los factores es el espacio dentro del inventario.

**Indicador: clasificación de productos.** Según Escudero (2015) basada en productos de las mercancías, nos ayuda a la hora de poder transportarlas, envasarlas, almacenarlas y mantenerlas en condiciones adecuada. (p.69)

**Indicador: mantenimiento y resguardo.** Asimismo, la mercadería almacenada se mantiene en las mejores condiciones de origen, del mismo modo el cuidado y resguardo de cada producto, aplicando la higiene y seguridad mediante normas especiales.

**Dimensión 3: despacho de mercadería.** Para Marín (2014) consiste en el proceso de un pedido de mercadería, con algunos parámetros de eficiencia como son, el surtidor o picking del producto, descargar del inventario, para luego ser embalado y entregado al cliente final, cabe resaltar ambos procesos anteriores, la recepción de mercadería y el almacenamiento de mercadería, en efecto tiene un impacto elevado dentro de la empresa y con el cliente.

**Indicador: pedido de la mercadería** Para Marín (2014) Es un documento donde se especifica cada uno de los requerimientos que realiza el cliente, de manera que el pedido se realice correctamente, respetando los procesos y manejo de control del inventario, para evitar inconvenientes con otros pedidos al momento de realizar el picking.(p.67).

**Indicador: surtido o picking de mercadería** Para Marín (2014) Es el proceso de selección de mercadería mediante un pedido, extrayendo unidades de distintas ubicaciones, de esta forma el operario acumula los productos mediante jvas o en un carro, estas son, herramientas que ayudan a facilitar el proceso, luego se transporta hacia la mesa de verificación, de esta manera el flujo de recolección del pedido es óptimo (p.67).

**Indicador: descargo del inventario.** Para Marín (2014) Una vez realizado el surtido o picking de la mercadería, procedemos a levantar la información de las cantidades descargadas del kardex, verificando que los productos que acaban de ser despachadas no se encuentren en su ubicación, asimismo evitamos diferencias de stock. (p. 68).

**Indicador: entrega de mercadería.** Para Marín (2014) De este modo, una vez haber cumplido con todo el proceso de clasificación, picking, embalado y rotulado, terminamos finalmente entregando al cliente, cabe resaltar que la calidad del embalaje y la entrega del producto deben de ser las más óptimas, de esta manera garantizamos que la mercadería llegue en buenas condiciones al cliente final, por lo tanto la entrega se debe realizar con exactitud, respetando los procedimientos de entrega, mediante el documento, detallando cada ítem código del producto, descripción y cantidades, es necesario que el personal sea capacitado para esta función (p.69).

## **Variable 2: atención al cliente.**

Para López, 2013 p.6 (citado por Solórzano y Nereida 2013) en su revista titulada "Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas" relata que la asistencia al cliente, es el grupo de ocupaciones desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a detectar las pretensiones de los usuarios en la adquisición para satisfacerlas. Logrando de esta forma contemplar sus expectativas, y entonces, hacer o aumentar el agrado de nuestros usuarios

Asimismo, es conveniente acotar que algunos factores claves que aporta a que el operario sea efectivo en la atención al cliente es su buena autoestima, por otro lado, darles valor a los clientes, es transmitirles confianza, con distintas habilidades sociales, prestando un buen servicio en comunicación, de manera educada y ser tolerante, debido a que frecuenta la interacción el trabajador con el cliente.

**Dimensión 1: la satisfacción al cliente.** Según Solórzano y Nereida (2013) el cliente tiene expectación sobre la calidad en la complacencia de sus necesidades y expectativas, asimismo, los trabajadores deben de conocer con detalle los productos que se ofrece.

**Indicador 1: expectativas del cliente.** Según Cacciavillani (2018) en su artículo expectativas del cliente, menciona que son las ansias que el cliente, habitual o nuevo, espera compensar a través de la empresa, de esta manera incluye la experiencia que espera tener en el proceso de compra o utilización del producto.

**Indicador 2: calidad y excelencia.** Asimismo, para Martínez (2018), menciona que el diseño de nuestra marca crea expectativas, trasmitiendo valores con el objetivo de captar clientes potenciales, asimismo, ofrecerle un servicio de calidad al cliente, donde debemos establecer una relación estrecha entre empresa y cliente.

**Dimensión 2: producto y servicio.** Para Kotler (2016) determina que el servicio al cliente es otro componente del producto, de esta forma analizaremos el valor del servicio que suma al producto real, de esta forma además de menor intención como la valoración del proveedor, hoy en día las empresas utilizan herramientas de publicidad, de esta manera transmiten un valor agregado, posicionando el producto en el consumidor final, donde la función de marketing tiene mayor valor percibido

por el cliente, aumentara el interés de este, por lo tanto se podrá fijar los precios en los productos y servicios.(p. 250).

**Indicador 1: la necesidad del cliente.** Para Kotler (2016) menciona que las necesidades del consumidor se satisfacen con una oferta de marketing, motivando al consumidor a comprar productos o servicio (p 28).

**Indicador 2: segmentación del mercado.** En este sentido se comprende, de diferentes tipos de clientes, productos y necesidades, determinaremos segmentos para obtener logros y objetivos en una empresa, asimismo se pueden agrupar para prestar atención de diversas formas, según el segmento del mercado

### **3.3.Población, muestra y muestreo**

En este apartado se delimita la población. Asimismo, se especifica la muestra, muestreo y las unidades de análisis.

#### **Población**

Para Hernández et al. (2014), la población con criterios estadísticos en una investigación científica es un conjunto de características similares en torno a un contenido de tiempo y lugar determinado (p. 174). En el presente estudio, estuvo integrada por un total de 45 trabajadores de diversas áreas de la empresa HDI S.A.C., ubicada en el distrito del Callao. Los criterios empleados para la determinación de la población fueron los siguientes:

**Criterio de inclusión** trabajadores de toda el área administrativa, logística y ventas con años de experiencia.

**Criterio de exclusión** no se tomó en cuenta al personal de limpieza, por poseer información relevante dentro de la investigación, debido a que son personas con contrato de terceros.

#### **Muestra**

La muestra ha sido conformada por la misma cantidad de la población, de tal manera que se consideró un grupo de 45 trabajadores del área administrativa y logística de la empresa HDI S.A.C. Ramírez y López, citados en Romaní (2018),

afirman que la muestra censal está representa la población considerada para la investigación (p.90).

Muestreo Por lo antes señalado, en la presente investigación no se aplicó muestreo.

Unidad de análisis En este sentido, para este estudio las unidades de análisis estuvieron conformada por los trabajadores de las áreas administrativas, logística y ventas de la empresa HDI S.A.C. del distrito del Callao.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

En la presente investigación se empleó la técnica de la encuesta, de este modo, se empleó la encuesta censal, la cual es una técnica para recolectar toda la información necesaria, basada en preguntas con la finalidad de recibir y recabar datos de los trabajadores. Según Hernández et al. (2014), los datos pueden ser múltiples, con cuestionarios con preguntas cerradas, registros de datos estadísticos y pruebas estandarizadas.

#### **Instrumentos de recolección de datos.**

Sánchez, Reyes y Mejía (2018) mencionan que la encuesta es una herramienta que se emplea para registrar información y puede darse como guía un manual o un cuestionario (p. 78).

Asimismo, el instrumento empleado fue un cuestionario de 26 preguntas estructuradas con la escala de Likert (Anexo 3), el cual permitió recolectar la información necesaria.

**Validez** según Hernández et al. (2014), la validez corresponde al nivel en que un instrumento verdaderamente mide la variable que requiere medir (p. 200). Para conocer la validez del cuestionario elaborado, se sometió al juicio de 3 expertos en el área de conocimiento del presente estudio. El cuestionario resultó aplicable.

**Confiabilidad** para Sánchez et al. (2018), la confiabilidad manifiesta el grado de precisión, consistencia o precisión de los instrumentos, de los datos y las técnicas de investigación. La confiabilidad se entiende en relación con error generado en las respuestas, pues a mayor confiabilidad, menor error. Asimismo, es la capacidad del instrumento para originar resultados proporcionados (p. 35).

Según con el coeficiente de correlación Alfa de Cronbach, se consiguió un resultado para las preguntas asociadas a la variable 1 de .872 puntos, y .873 para la variable 2. En tal sentido, se puede definir que el instrumento de recolección de datos es enormemente confiable.

### **3.5. Procedimientos**

La información que se recolectó de forma virtual, gracias a la circunstancia de urgencia de salud pública en todo el país por brote del Covid-19, que afectó en todo el mundo, esto originó la suspensión de las ocupaciones según Decreto Supremo N° 008-2020-MINEDU, disponiendo el aislamiento popular obligación. De esta manera, la exploración se ejecutó en una compañía privada, el trámite de ejecución de la encuesta se efectuó por medio de las comunidades, por medio del formulario de Google o mail, de esta manera se recolectó la información elemental y de esta manera se consiguieron los resultados. Previo a la aplicación de los instrumentos, se coordinó con el Gerente General de la compañía HDI S.A.C.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Para la investigación se utilizó la estadística descriptiva e inferencial. El análisis descriptivo es aquél cuyo fin es describir los resultados obtenidos y presentarlos en tablas que precisen el valor alcanzado de cada una de las variables y sus dimensiones; por su parte, y el análisis inferencial se emplea para demostrar las hipótesis y la evaluación de determinado parámetro (Hernández, et al., 2014).

### **3.7. Aspectos éticos**

La presente investigación se llevó a cabo de acuerdo al reglamento de la Universidad Cesar Vallejo y con los principios éticos basado en el código de ética de la resolución del consejo universitario N° 0262-2020/UCV En este sentido, en art.10 derechos del autor hacen referencia al derecho de origen del trabajo de navegación con carácter moral y familiar. A través de la Resolución de Consejo Universitario 2020, al realizar un emprendimiento de navegación científica, donde se encontraron diferentes normas que regulan las buenas prácticas y aseguran los principios éticos, respetando en todo momento los derechos del autor. Asimismo,

es importante no revelar la identidad de los participantes, obteniendo todos los permisos necesarios y respetando el bienestar de cada uno las personas.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Análisis Cuantitativo-descriptivo

#### Variable gestión de almacenes

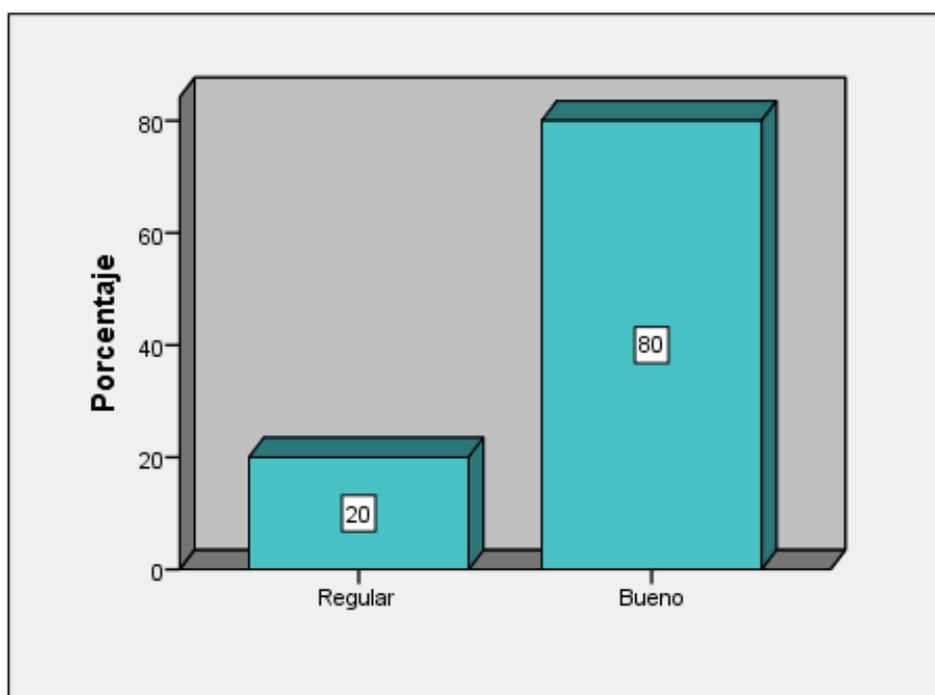
**Tabla 1.**

*Distribución de frecuencia de la gestión de almacenes*

		$f_i$	%	% válido	% acumulado
Válidos	Regular	9	20,0	20,0	20,0
	Bueno	36	80,0	80,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

*Nota:* SPSS versión 25

**Figura 1.** Diagrama de barras de la variable gestión de almacenes



La tabla 1 y figura 1 muestran que el 80% de los 45 trabajadores, valoran la gestión de almacenes para el año 2021 como Bueno, mientras que solo 20% le califica como Regular.

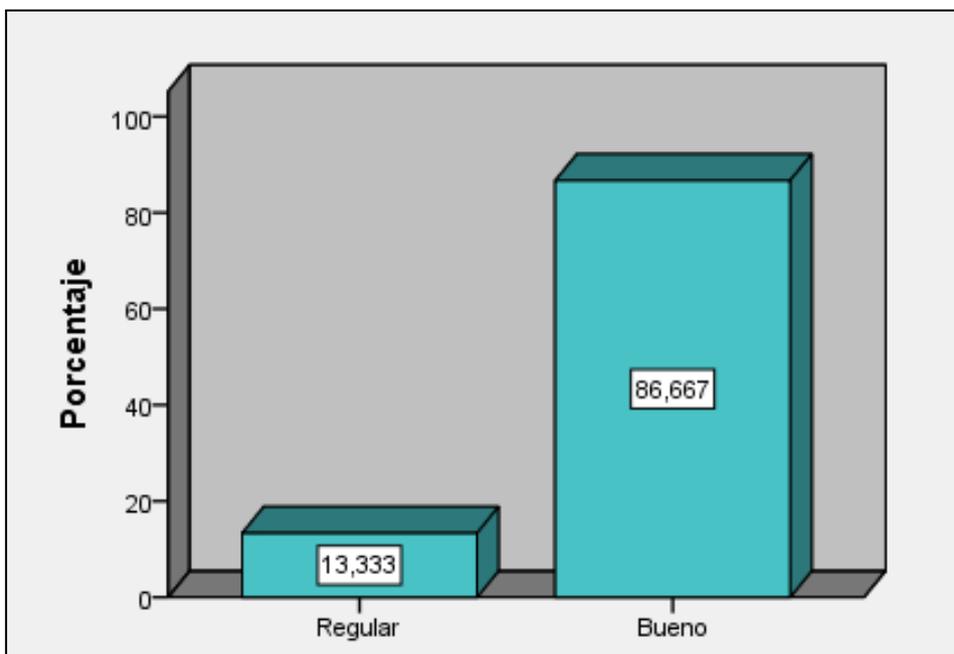
**Tabla 2.**

*Distribución de frecuencia de la recepción de mercadería*

		fi	%	% válido	% acumulado
Válidos	Regular	6	13,3	13,3	13,3
	Bueno	39	86,7	86,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

*Nota:* SPSS versión 25

**Figura 2.** Diagrama de barras de la dimensión recepción de mercadería



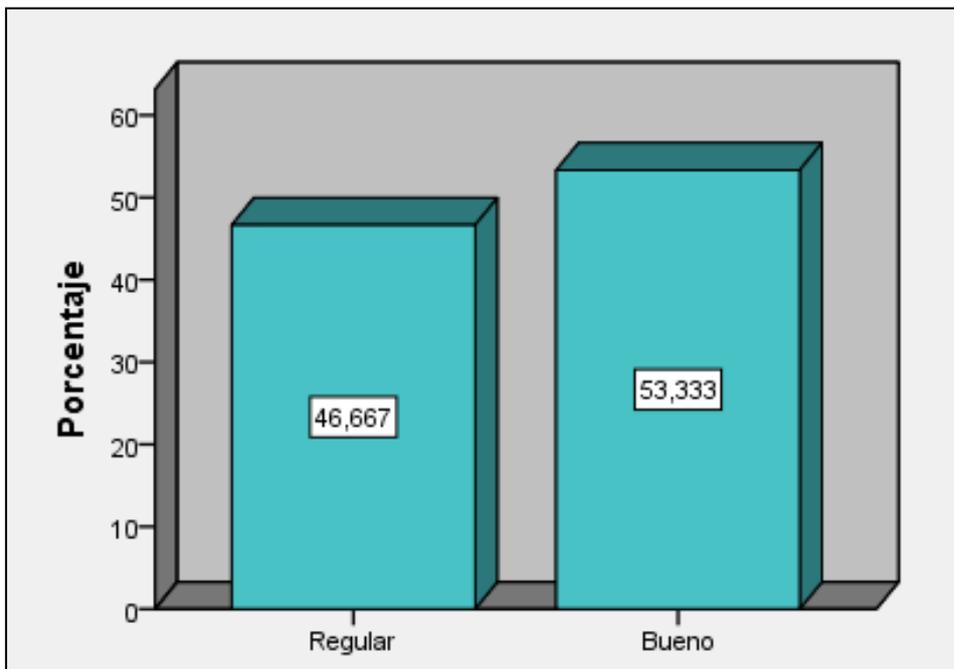
La tabla 2 y figura 2 exponen que el 86,67% de los 45 trabajadores, valoran la recepción de mercadería en esta empresa para el año 2021 como Bueno, mientras que solo 13,33% le califica como Regular.

**Tabla 3.**  
*Distribución de frecuencia del almacenamiento*

		f <sub>i</sub>	%	% válido	% acumulado
Válidos	Regular	21	46,7	46,7	46,7
	Bueno	24	53,3	53,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

*Nota:* SPSS versión 25

**Figura 3.** Diagrama de barras de la dimensión almacenamiento



La tabla 3 y figura 3 se consideran que el 53,33% de los 45 trabajadores, valoran el almacenamiento en esta empresa para el año 2021 como Bueno, mientras que solo el 46.67% le califica como Regular

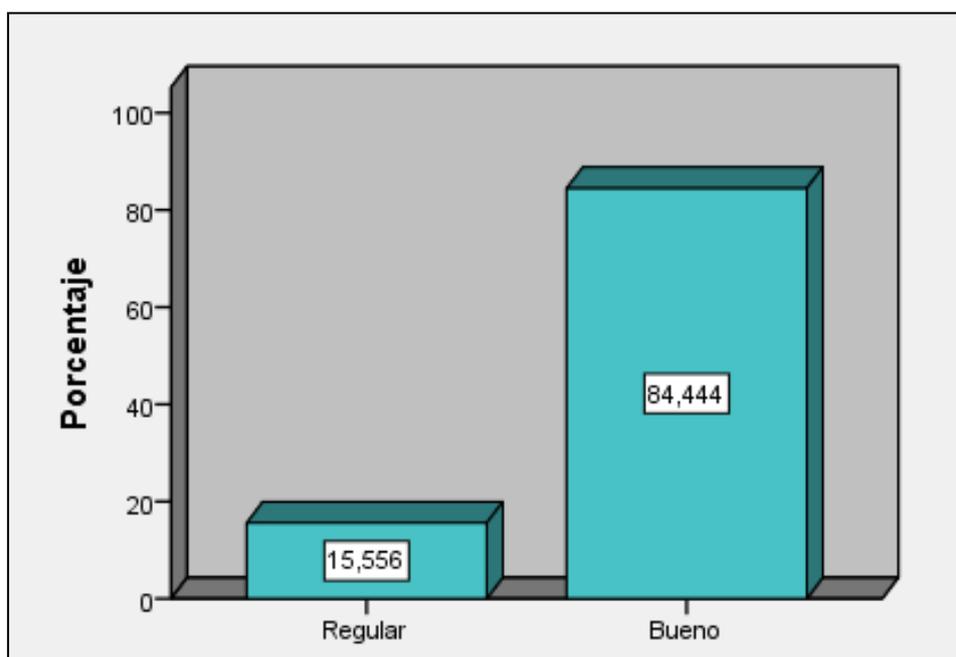
**Tabla 4.**

*Distribución de frecuencia de despacho de mercadería*

		fi	%	% válido	% acumulado
Válidos	Regular	7	15,6	15,6	15,6
	Bueno	38	84,4	84,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

*Nota:* SPSS versión 25

**Figura 4.** Diagrama de barras de la dimensión despacho de mercadería



En la tabla 4 y figura 4 hicieron una valoración de esta dimensión mayoritariamente buena (84,44%), mientras que solo el 15,56% de los consultados afirma que es regular.

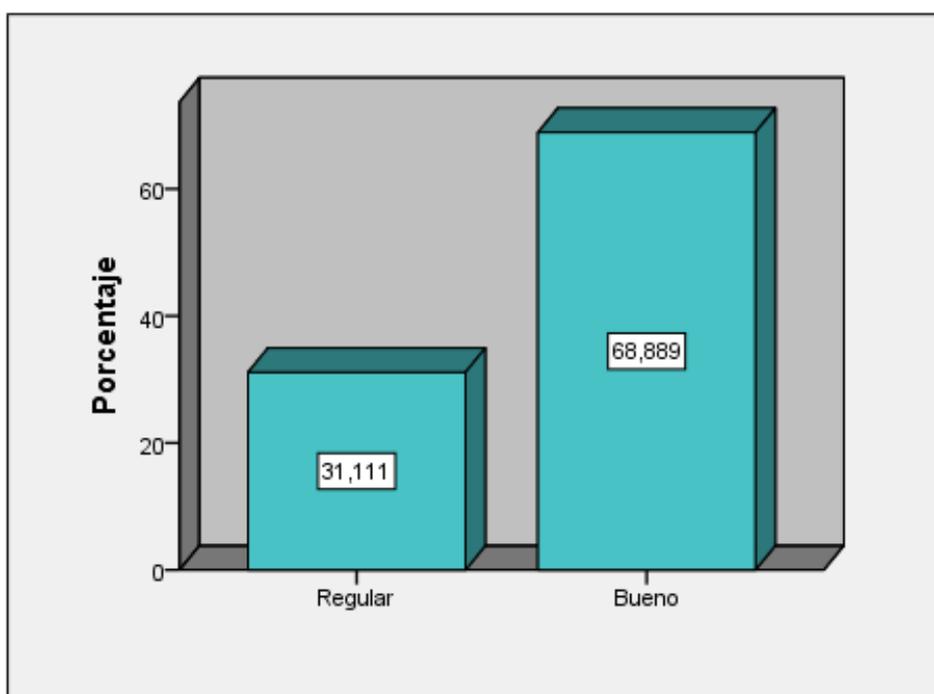
## Variable atención al cliente

**Tabla 5.**  
*Distribución de frecuencia de atención al cliente*

		fi	%	% válido	% acumulado
Válidos	Regular	14	31,1	31,1	31,1
	Bueno	31	68,9	68,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Nota: SPSS versión 25

**Figura 5.** Diagrama de barras de atención al cliente



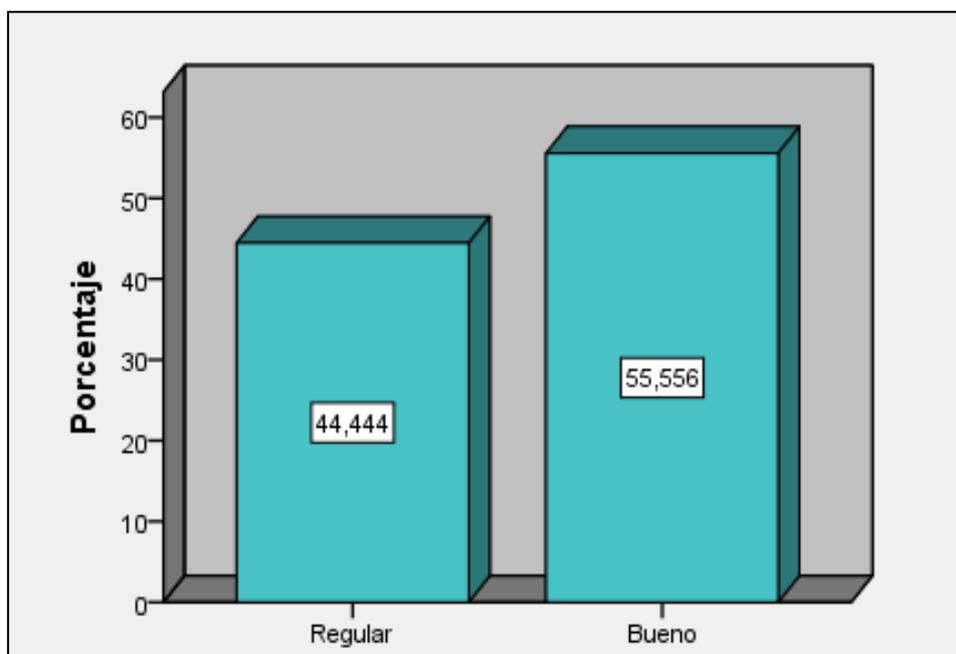
La tabla 5 y figura 5 indican que para el año 2021 los trabajadores valoran positivamente la atención al cliente en esta empresa, ponderándola, así como buena con el 68,89% de los encuestados, mientras que 31,11% sostiene que es regular.

**Tabla 6.**  
*Distribución de frecuencia de satisfacción del cliente*

		fi	%	% válido	% acumulado
Válidos	Regular	20	44,4	44,4	44,4
	Bueno	25	55,6	55,6	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Nota: SPSS versión 25

**Figura 6.** Diagrama de barras de la dimensión satisfacción del cliente



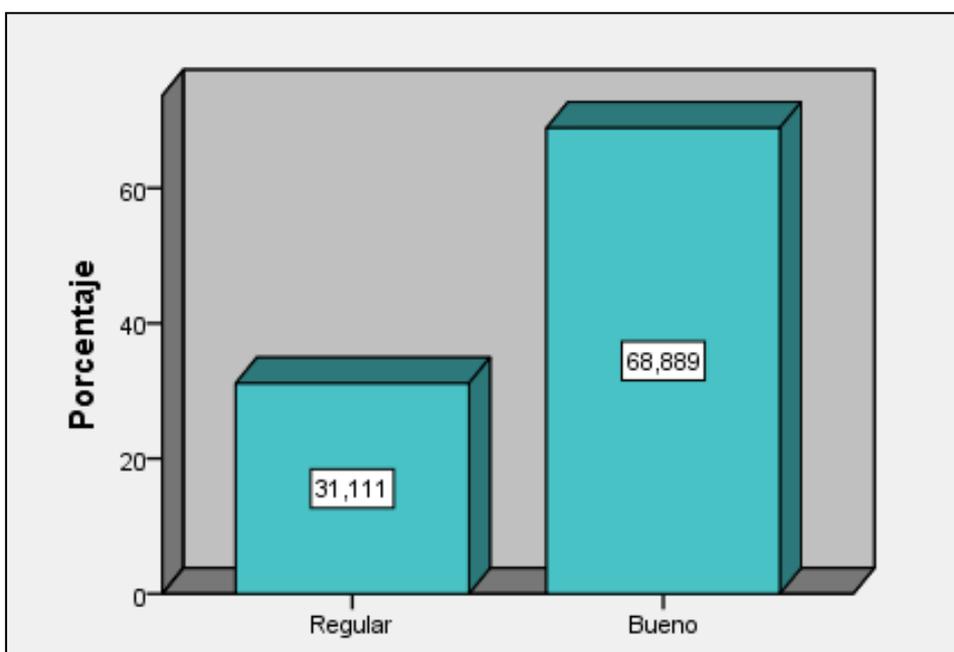
La tabla 6 y figura 6 indican que para el año 2021 los trabajadores, valoran positivamente la satisfacción del cliente en esta empresa, ponderándola, así como buena con el 55,56% de los encuestados, mientras que 44,44% sostiene que es regular.

**Tabla 7.**  
*Distribución de frecuencia de producto y servicio*

		fi	%	% válido	% acumulado
Válidos	Regular	14	31,1	31,1	31,1
	Bueno	31	68,9	68,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

*Nota:* SPSS versión 25

Figura 7. Diagrama de barras de la dimensión de producto y servicio



La tabla 7 y figura 7 evidencian que, en cuanto a la dimensión “Producto y Servicio”, los trabajadores consideran esta dimensión como buena, con el 68,89% de los consultados, mientras que la valoración negativa, de 31.11% opinaron que son regulares.

## 4.2 Análisis inferencial

En este capítulo se precisó el nivel de relación o correlación entre las cambiantes objeto de estudio, para eso se empleó el coeficiente de correlación Rho Spearman, donde se facilita comprender el nivel de asociación: independencia o dependencia de dos cambiantes al azar (Elorza y Medina, 1999). La interpretación de los valores lanzado en este coeficiente se ve en distintas escalas, según múltiples autores.

**Tabla 1.** Grado de relación según coeficiente de correlación Rho Spearman

Rango	Relación
-1	negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	negativa muy alta
-0.7 a -0.89	negativa alta
-0.4 a -0.69	negativa moderada
-0.2 a -0.39	negativa baja
-0.01 a -0.19	negativa muy baja
0	correlación nula
0.01 a 0.19	positiva muy baja
0.2 a 0.39	positiva baja
0.4 a 0.69	positiva moderada
0.7 a 0.89	positiva alta
0.9 a 0.99	positiva muy alta
1	positiva grande y perfecta

*Nota:* Elaboración propia, basada en Hernández, Fernández y Baptista (2014)

### Nivel de significancia

Para el análisis inferencial se empleó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, considerando como regla de decisión un nivel de significancia o Sig. Bilateral igual o menor que 0,05 para rechazar la Hipótesis nula (H0) y aceptar la Hipótesis alterna (H1). Si Sig. Bilateral es mayor que 0,05, se acepta la H0 y se rechaza la H1.

## Prueba de Hipótesis General

H0: No existe relación positiva entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021.

H1: Existe relación positiva entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021.

**Tabla 2.**

*Correlación entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021.*

		Gestión de almacenes	Atención al cliente
Gestión de almacenes	Coeficiente de Correlación	1	,340*
	Sig. (bilateral)		,022
	N	45	45
Atención al cliente	Coeficiente de Correlación	,340*	1
	Sig. (bilateral)	,022	
	N	45	45

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

En la tabla 9 se refleja una  $\text{sig} = p = 0,022 < 0,05$ , lo que permite rechazar la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna; es decir, sí existe relación positiva entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021. Asimismo, el grado de correlación fue de .34, lo que se traduce en una correlación positiva baja.

### Prueba de Hipótesis específica 1

Ho: No existe relación significativa entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDIS.A.C del Callao, 2021.

H1: Existe relación significativa entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDIS.A.C del Callao, 2021.

**Tabla 3.**

*Correlación entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDIS.A.C del Callao, 2021.*

		Gestión de almacenes	Satisfacción del cliente
Gestión de almacenes	Coeficiente de Correlación	1	,331*
	Sig. (bilateral)		,026
	N	45	45
Satisfacción del cliente	Coeficiente de Correlación	,331*	1
	Sig. (bilateral)	,026	
	N	45	45

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tal como se observa en la tabla 10, el p valor es  $0,026 < 0,05$  por lo que se rechaza la Ho. Esto indica que existen diferencias significativas para negar la hipótesis nula, de tal manera, la gestión de almacenes se asocia con la satisfacción del cliente. El coeficiente 0,331 indica una correlación positiva baja,

## Prueba de Hipótesis específica 2

Ho: No existe relación significativa entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021.

H1: Existe relación significativa entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021.

**Tabla 4.**

*Correlación entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021.*

		Gestión de almacenes	Producto y servicio
Gestión de almacenes	Coeficiente de Correlación	1	,274
	Sig. (bilateral)		,068
	N	45	45
Producto y servicio en la empresa	Coeficiente de Correlación	,274	1
	Sig. (bilateral)	,068	
	N	45	45

Según el p valor  $>0,05$  ( $p=0,068$ ), que se muestra en la tabla 11, se indica que no existen evidencias significativas como para concluir que las dimensiones de la gestión de almacenes influyen en producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021

#### IV. DISCUSIÓN

Se tuvo como propósito determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021. La prueba de Spearman indicó que tiene un nivel de sig. (bilateral) menor que 0.05, específicamente,  $0.022 < 0.05$ . Por ende, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0). Las variables objeto de estudio se correlacionan con 0.34, lo que indica que esta correlación es positiva baja.

En este resultado, son corroborados por Tello (2019) quien determina en su investigación tiene un nivel de sig.=0.000, que existe relación positiva baja, con un coeficiente de correlación de 0.397 entre las mismas variables, de esta manera, la gestión de almacenes con atención oportuna a los clientes, incide de forma positiva, en la atención al cliente, en concordancia para Pérez (2019) determina que existe una relación significativa entre el proceso logístico y la atención al cliente teniendo como resultado el coeficiente de correlación de 0.813 considerando una correlación positiva muy alta, esto quiere decir, a medida que el almacén tenga un adecuado proceso logístico, mejora la atención al cliente, asimismo, para Quispe(2020) donde logró determinar que si existe relación positiva muy fuerte entre la gestión de operaciones y la atención al cliente, el cual queda demostrado en la correlación de Spearman =0,843, y el Sig. Bilateral de 0.000. En tal sentido bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados confirmamos que mientras mejor se encuentre estructurada la gestión de un almacén mejor será la atención al cliente. Estos resultados tienen coherencia, para Porter (2012) con la teoría de las 5 Fuerzas Porter, una aceptable y correcta administración con los suministradores mantiene una impecable planeación en los almacenes de las compañías, esto también facilita la atención oportuna a los usuarios, siendo este un valor que le distingue de los demás. (p. 67).

Se tuvo como objetivo específico determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021. A través de la prueba Spearman se obtuvo un nivel de sig. (bilateral) menor a 0.05, específicamente,  $0.026 < 0.05$ . Por ende, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). La variable gestión de almacenes en estudio se correlaciona de (0.331), concluyendo que existe una correlación positiva baja

Este resultado coincide por Lliuya (2018) establece que, si hay una correlación positiva moderada, ya que hay prueba en la administración de almacenes que influye en la satisfacción del cliente, con una correlación de 0,662 y una significancia de ( $p=0.000$ ). De igual modo, se concluye que al llevar a cabo mejor el tema donde guardan los productos, de esta forma sea por códigos, y les permita tener más importante visibilidad de ellos van a poder atender los requerimientos de los usuarios. Asimismo, se encuentre evidencia para Cobos y Veneros (2019) donde determina que existe una correlación positiva considerable, entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente con una correlación de ( $Rho=0.624$ ) donde indica una sig. bilateral de 0.000 menor a 0.05. En este punto se parte de lo planteado por Parasuramam, Zeithaml y Berry (Bustamante 2019) en su Modelo de discrepancia, donde señalan que el satisfacer las necesidades del cliente se considera un indicador la calidad para las organizaciones, otorgando mayor competitividad y aceptación de los servicios y productos que se ofertan.

Se tuvo como objetivo específico determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021. A través de la prueba de Spearman se obtuvo un nivel de sig. (bilateral) mayor a 0.05, específicamente,  $0.068 > 0.05$ . En este sentido, se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alterna ( $H_1$ ). La variable gestión de almacenes en estudio no se correlaciona con el producto y servicio (0,274), por lo cual se, indica que no existe relación, entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021. De modo que el objetivo específico no queda demostrado.

Es de destacar que estos resultados difieren de los obtenidos por Ruiz y Aymee (2019), donde el coeficiente obtenido fue de 0,787, detallando una relación efectiva y fuerte, entre las cambiantes administraciones de almacenes y el producto y servicio. Asimismo, el análisis permitió afirmar que la gestión y almacenamiento influye en la distribución de productos y servicios. Por otro lado, se ubica el estudio elaborado por Carhuarupay (2019), que llegó a la conclusión que, para lograr hacer mejor los inconvenientes de alojamiento en la compañía del área automotriz, es importante reorganizar y clasificar el almacén atendiendo las características de los

productos, la recolección de los productos y los controles e iniciamos seguimientos en los procesos de gestión.

## **V. CONCLUSIONES**

### **Primera**

En relación con el objetivo general del estudio, se encontró que existe una relación entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021, así mismo la significancia bilateral fue de .022 y el coeficiente de correlación  $r=0,34$  indicando una correlación positiva baja entre estas dos variables.

### **Segunda**

En relación con el objetivo específico 01, se encontró que existe una relación entre la gestión de almacenes y la satisfacción del cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021, asimismo la significancia bilateral fue de .026 con un coeficiente de correlación = 0,331, indicando una correlación positiva baja, es decir, a medida que aumenta la gestión de almacenes aumenta también la satisfacción del cliente, esto conforma la teoría propuesta por Parasuramam, Zeithaml y Berry en su Modelo de discrepancia, donde la satisfacción de necesidades del cliente es indicador la calidad para los organizaciones, proporcionando mayor en el mercado.

### **Tercera**

En relación con el objetivo específico 02 se determinó que no existe la relación existente entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021, donde el sig. bilateral es de  $=0,068$  en la prueba de hipótesis, situación que no coincide con los antecedentes de investigación citados donde se concluyó que la gestión y almacenamiento influye en la distribución de productos y servicios.

## **VI. RECOMENDACIONES**

### **Primera**

Se recomienda al Gerente General implementar estrategias para mejorar la calidad de atención al cliente, desde el inicio hasta la entrega final de producto, capacitando al personal de Almacén, de esta forma no solo garantiza la satisfacción del mismo, sino también el crecimiento profesional de los colaboradores.

### **Segunda**

Se recomienda al Gerente de Operaciones mantener un adecuado stock en el almacén, de esta forma poder cumplir con los requerimientos de los clientes, para ello se debe de revisar detenidamente los reportes de inventarios y tener identificado los productos con mayor rotación, esto ayudara a proyectar reportes de pedidos para el stock.

### **Tercera**

Se recomienda al Gerente General incorporar encuestas que les ayude a medir la satisfacción de sus clientes premiando periódicamente a los ejecutivos de venta con mejor calificación, asimismo obtendrán datos que les ayuden a medir los niveles de satisfacción y de esta forma la empresa tomara decisiones orientadas a mejorar la calidad de sus productos y servicios.

## REFERENCIAS

- Avalos, Carrilo y Aguilar (2020). En su tesis "Quality In Customer Service, Relational Marketing Strategy, Application In The Marisquerias Of Riobamba" recuperado de <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktdescubre/article/view/458>
- Barrezueta C. (2018). En su tesis "Diseño de layout para el almacén de productos terminados en la empresa Ingenio Azucarero Del Norte" recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8442>
- Bustamante M. (2016) "Gestión de inventarios y almacenes", blog contabilidad Perú contable recuperado de un sitio de internet <https://www.perucontable.com/contabilidad/gestion-de-inventarios-y-almacenes/>
- Bustamante U. (2019). Revista Empresarial. 2019, Vol.13, Nº. 2 Dialnet recuperado de un sitio de internet <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>
- Cacciavillani M (2018) Expectativas del cliente: métodos y herramientas para superarlas recuperado de un sitio de internet <https://blog.comparasoftware.com/expectativas-del-cliente/>
- Carhuarupay Alarcón, J. C. (2019). "Plan de mejora en los procesos de la gestión de almacén de una empresa del sector automotriz, Lima - 2019". recuperado de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UWIE\\_a17af0f0e201b8cc47a58c503bb11c28](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UWIE_a17af0f0e201b8cc47a58c503bb11c28)
- Contreras Sanchez, J.L. (2019). Sistema de Información de Gestión de Almacén para la Municipalidad Provincial de Yungay, 2016. Recuperado de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNSM\\_f7a13a7af053040caadb67522af1bede](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNSM_f7a13a7af053040caadb67522af1bede)

- Carreño S. (2017) en su libro titulado Cadena de Suministros y Logística, recuperado de internet <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/59-Cadena-de-suministros-y-logisti-Adolfo-Joseph-Carreno-Solis.pdf>
- Cobos y Veneros (2019) en su tesis *“La Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la distribuidora Herich Motocross – Chimbote 2019”* recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/40853>
- Diario el peruano (2020) Decreto Supremo N° 008-2020-MINEDU recuperado de un sitio <https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/753334-008-2020-minedu>
- Escudero M. (2015). Técnicas de almacén. España: Paraninfo S.A
- Elorza, H., y Medina, J. (1999). Estadística para las ciencias sociales y del comportamiento. México: Oxford University
- George B. (2019) en el artículo de teorías de personalidad en Psicología de Abraham Maslow, recuperado de un sitio de internet 2019 [https://www.psicologia-online.com/teorias-de-personalidad-en-psicologia-abraham-maslow-860.html#anchor\\_5](https://www.psicologia-online.com/teorias-de-personalidad-en-psicologia-abraham-maslow-860.html#anchor_5)
- Gestión de inventarios y almacenes Recuperado de un sitio de internet ESAN 2016 <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/gestion-de-inventarios-y-almacenes/>
- Gonzales Nana (2020) en su artículo 20 habilidades esenciales para ofrecer atención al cliente, recuperado de un sitio de internet 2016 <https://magentaig.com/20-habilidades-esenciales-para-ofrecer-atencion-al-cliente/>
- Gestión de almacenes y la rotación de inventario, recuperado de un sitio de internet <http://www.tecnologiacontable.com.pe/cmsimplexh/?Investigaciones/Teorias-Referenciales/Almacen-e-Inventarios/Gesti%C3%B3n-de-Almacenes-y-la-Rotacion-de-Inventarios/Teorias-Relacionadas>

Herrera e Idiáquez (2018) en su tesis “Implementación de las herramientas Lean Manufacturing para la gestión de un almacén frigorífico de un operador logístico” recuperado de un sitio de internet, <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3649>

Huguet, Pineda y Gómez (2016) en su tesis “Mejora del sistema de gestión del almacén de suministros de una empresa productora de gases de uso medicinal e industrial de la ciudad de Carabobo-Venezuela” recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215049679007.pdf>

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación científica. 6° ed. México: Mcgrawhill.

Huancas Torres, S. S. (2019). *Estrategias de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en el chifa Jazmín*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/33768>

Isminio D. y Silvera L.(2021) en su tesis titulado “Calidad de servicio y atención al cliente en COMVERZA EIRL, Andahuaylas- Apurímac, 2021” recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/68346>

Mafia (2017) en su tesis “Procedimiento para la logística interna en el almacén de producto terminado de la empresa Licoram en la ciudad de Ibarra” recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/7399>

Marín Vásquez, R. (2014). Almacén de clase mundial. Medellín: L. Vieco S.A.S. recuperado de libro <https://www.ingenieriademetodos.com/app/download/9043575969/Almac%C3%A9n+de+clase+mundial.pdf?t=1610988913&mobile=1>

Martínez Silvia (2018) en su artículo, cómo conseguir la excelencia en la atención al cliente. Recuperado de un sitio de <https://www.123emprende.com/actualidad/la-foto-de-tu-cliente-deberia-estar-en-tu-mesilla-de-noche/>

- Ley N.º 30220, Ley Universitaria. (28 de agosto del 2020). Recuperado del sitio de internet, <https://www.ucv.edu.pe/wp-content/uploads/2020/11/RCUN%C2%B00262-2020-UCV-Aprueba-Actualizaci%C3%B3n-del-C%C3%B3digo-%C3%89tica-en-Investigaci%C3%B3n-1-1.pdf>
- Lliuya (2018) en su tesis *“influencia de la gestión logística en la satisfacción del cliente en las empresas comercializadoras de productos plásticos, lima - 2018”* recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/25194>
- Ortiz Rojas J.A.(2015). *Optimización de la Gestión de Almacenes de la Municipalidad Distrital De Tiabaya*. Recuperado de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCSM\\_c166e88847b8793d95845e37b64ce56f](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCSM_c166e88847b8793d95845e37b64ce56f)
- Philip Kotler (2016) p.250 en su libro Marketing versión para Latinoamérica, Recuperado de un sitio de internet [tingapuntos.files.wordpress.com/2016/03/marketing-versic3b3n-latinoamerica.pdf](http://tingapuntos.files.wordpress.com/2016/03/marketing-versic3b3n-latinoamerica.pdf)
- Paz y Gomez (2012) p.12 en su libro Administración de la Calidad Total de Edward Deming, recuperado de un sitio de internet [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)
- Phupatarakit y Chutima (2019) en su tesis *“Warehouse Management Improvement for a Textile Manufacturer”* recuperado de <https://ieeexplore.ieee.org/document/8714853>
- Porter, M. (2012). P. 67 *Ser Competitivo. Edición Actualizada y aumentada*. España. 5ta. Ed. Ediciones Deusto.
- Prieto J (2015) P. 29 *“Gerencia del servicio La clave para ganar todos”* Colombia 3ra. Ed. ECOE EDICIONES,
- Perez L (2019) en su tesis *El proceso logístico y la atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/42966>

Quispe (2020) en su tesis “Gestión de operaciones y atención al cliente en un mercado de abastos, distrito de Comas, 2020”<https://hdl.handle.net/20.500.12692/57220>

Quinteros Calixto, R. D., & Reátegui Ruiz, D. A. (2019). *Almacenamiento y su relación con la distribución de productos en la Empresa Supermercados La Inmaculada S.A.C., Tarapoto 2018*. Recuperado de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNSM\\_f7a13a7af053040caa\\_db67522af1bede/Description#tabnav](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNSM_f7a13a7af053040caa_db67522af1bede/Description#tabnav)

Romaní Kati (2018) en su investigación cita a Ramírez y López recuperado de un sitio de internet <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/1312>

Sulbaran, P. (8 de mayo de 2020). BBC News Mundo, recuperado de un sitio de internet <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52495847>

Salazar B. (2019), en su artículo “Gestión de Almacenes, recuperado de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/gestion-de-almacenes/que-es-la-gestion-de-almacenes/>

Solórzano G, Nereida J. Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *El Buzón de Pacioli*. 2013; 82(5-13). Recuperado de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>

Sánchez, Reyes y Mejía (2018). En su libro “Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística” recuperado de un sitio <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

Tello P (2019) en su tesis “*la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019*”<https://hdl.handle.net/20.500.12692/42929>

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍTEMS
Gestión de almacenes	Para Carreño (2017) afirma, que es un sistema que permita administrar los recursos dentro del almacén para mejorar y ser más eficiente, y poder solucionar con rapidez, teniendo en cuenta todas las mercancías como entradas y salidas previas, luego recepcionarlas, almacenarlas y distribuirlos. (p. 82).	De esta manera la óptima gestión de almacenamiento por parte de la organización, constituye y equilibra el funcionamiento de la logística, regulando los flujos de compra, de materias primas y productos terminados de esta manera la gestión de almacén, las existencias y los pedidos permiten diariamente organizar las operaciones.	Recepción de mercadería	Verificación de mercadería	ORDINAL	1
					ORDINAL	2
				Informe de recepción	ORDINAL	3
					ORDINAL	4
				Rotulación de la mercadería	ORDINAL	5
					ORDINAL	6
			Almacenamiento	Clasificación de productos	ORDINAL	7
					ORDINAL	8
				Mantenimiento y resguardo	ORDINAL	9
					ORDINAL	10
				Pedido de la mercadería	ORDINAL	11
					ORDINAL	12
			Despacho de mercadería	Surtido o picking de mercadería	ORDINAL	13
					ORDINAL	14
				Descargo del inventario	ORDINAL	15
					ORDINAL	16
				Entrega de mercadería	ORDINAL	17
					ORDINAL	18

Fuente: Elaboración Propia (2021)

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN			
Atención al Cliente	López, 2013 p.6 (citado por Solórzano y Nereida 2013) en su revista titulada "Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas" menciona que la atención al cliente, es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas. Logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por lo tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes"	Asimismo, es conveniente acotar que algunos factores claves que aporta a que el operario sea efectivo en la atención al cliente es su buena autoestima, por otro lado, darles valor a los clientes, es transmitirles confianza, con distintas habilidades sociales, prestando un buen servicio en comunicación, de manera educada y ser tolerante, debido a que frecuenta la interacción el trabajador con el cliente.	Satisfacción al Cliente	Expectativas del Cliente	ORDINAL	19		
					ORDINAL	20		
				Calidad y Excelencia	ORDINAL	21		
					ORDINAL	22		
			Producto y Servicio			Necesidad del Cliente	ORDINAL	23
							ORDINAL	24
						Segmentación del Mercado	ORDINAL	25
							ORDINAL	26

Fuente: Elaboración Propia (2021)

## Anexo 2 Instrumentos de recolección de datos

	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
	1	2	3	4	5
ITEM	PREGUNTA				VALORACION
	1	2	3	4	5
1	En la empresa se tiene el cuidado necesario en el proceso de recepción de los productos.				
2	La empresa cuenta con una buena verificación de mercadería, donde permite detectar el estado de un producto.				
3	La mercadería coincide con los documentos del proveedor, factura, guía de remisión y orden de compra.				
4	La mercadería llega en buenas condiciones, antes de ser ingresada.				
5	Se realiza la codificación respectiva a los productos, tras la recepción de mercadería.				
6	Se encuentra con un sistema de registro automatizado.				
7	En el almacén se mantiene una ubicación específica para un producto.				
8	La clasificación de los productos del almacén, deben ser debidamente seleccionados de acuerdo a su importancia.				
9	En el almacén cuentan con el adecuado mantenimiento y cuidado de los productos.				
10	En el almacén los productos se conservan en perfecto estado.				
11	Se realiza el pedido de la mercadería en función al usuario y el área que lo requiere.				
12	Se recibe el pedido de las áreas usuarias en función a sus necesidades				
13	El surtido se realiza en función a los distintos productos con descripciones específicas y detalladas.				
14	En el almacén cuenta con herramientas que ayudan a facilitar el proceso del picking.				
15	El almacén refleja el stock y cantidad de bienes en el sistema.				
16	En el almacén hay diferencias de stock, sobrantes o faltantes.				
17	El despacho o la entrega de mercadería a las áreas usuaria, se realiza en mejores condiciones.				
18	La entrega de mercadería al cliente final, se realiza en las mejores condiciones.				

19	El tiempo de entrega del producto satisface la necesidad del cliente.					
20	La empresa satisface las expectativas del cliente.					
21	La atención al cliente que ofrece la empresa, se califica como un buen servicio al cliente.					
22	La empresa ofrece productos o servicios adicionales a los que brinda la competencia, para mejorar la atención al cliente.					
23	La empresa conoce la necesidad del cliente, en cuanto a los productos y servicios.					
24	Los productos y servicios que ofrece la empresa, están en función a las necesidades del cliente.					
25	La empresa clasifica a los clientes según los requerimientos de productos y servicios.					
26	La empresa clasifica a sus clientes en función a la cantidad de ventas.					

### Anexo 3. Confiabilidad y validez del instrumento

Nivel de confiabilidad de la primera variable

#### Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	10	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,872	18

Nivel de confiabilidad de la segunda variable

#### Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	10	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,873	8

Expertos encargados de la evaluar la validez del instrumento de recolección de datos.

N°	Expertos	Resultado
1	Dra. Luna Gamarra, Magaly Ericka	Es aplicable
2	Dra. Rosales Domínguez, Ediht Geobana	Es aplicable
3	Mg. Alvarez Rodríguez, Juliana Cristina	Es aplicable

Anexo 4. Autorización de la empresa para la aplicación del instrumento

**"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"**

HDI S.A.C.

Av. Elmer Faucett Nro. 725

Prov. Const. Del Callao - Prov. Const. Del Callao - Callao

**Sr. Martín Trigos Medina**

**Gerente General de HDI S.A.C**

Callao 19 de septiembre de 2021

Me dirijo a usted respetuosamente y esperando que se encuentre bien de salud, me presento, mi nombre **Cesar David Chata Ramos** identificado con DNI: **43002391** y Código **ORCID 0000-0001-9637-9710** estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales de la escuela profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo SAC – Lima Ate.

En este sentido, estoy realizando encuestas para la recopilación de datos, y poder recatar información necesaria y todo ello con fines universitarios midiendo el grado de cada variable.

Por lo tanto, le solicito que tenga la amabilidad de otorgar permiso para realizar encuestas a base de un cuestionario entre las áreas administrativas, logística y ventas.

Por otro lado, le agradecería firmar el formulario para poder formalizar el permiso, y en espera de una pronta y favorable respuesta a esta solicitud, me despido.

Atentamente,

Cesar David Chata Ramos

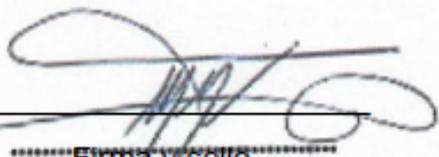
N.º DNI: 43002391

Código ORCID 0000-0001-9637-9710

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

**AUTORIZACIÓN PARA PODER APLICAR DATOS ESTADÍSTICOS**

Yo, **Martin Trigoso Medina** con Cargo de **Gerente General** de la Empresa, HDI S.A.C con Ruc: 20510942559 Ubicado en la: Av. Elmer Faucett Nro.725 Callao, Autorizo al Estudiante **Cesar David Chata Ramos**, aplicar datos estadísticos mediante un cuestionario, todo esto con fines de estudios universitarios.



.....  
Firma y Sello  
MARTIN TRIGOSO MEDINA  
Gerente General  
HDI S.A.C.  
R.U.C. 20510942559

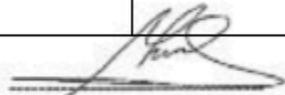
Anexo 5. Matriz de datos

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "GESTIÓN DE ALMACENES Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA HDI S.A.C. DEL CALLAO 2021"							
Apellidos y nombres del investigador: Chata Ramos Cesar David							
Apellidos y nombres del experto: Dra. Luna Gamarra Magaly Ericka							
ASPECTO POR EVALUAR							
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión de almacenes	Recepción de mercadería	Verificación de mercadería	En la empresa se tiene el cuidado necesario en el proceso de recepción de los productos.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
			La empresa cuenta con una buena verificación de mercadería, donde permite detectar el estado de un producto.		X		
		Informe de recepción	La mercadería coincide con los documentos del proveedor, factura, guía de remisión y orden de compra.		X		
			La mercadería llega en buenas condiciones, antes de ser ingresada.		X		
		Rotulación de la mercadería	Se realiza la codificación respectiva a los productos, tras la recepción de mercadería.		X		
			Se encuentra con un sistema de registro automatizado.		X		
	Almacenamiento	Clasificación de productos	En el almacén se mantiene una ubicación específica para un producto.		X		
			La clasificación de los productos del almacén, deben ser debidamente seleccionados de acuerdo a su importancia.		X		

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

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

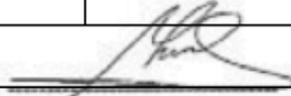
		Mantenimiento y resguardo	En el almacén cuentan con el adecuado mantenimiento y cuidado de los productos.		X		
			En el almacén los productos se conserva en perfecto estado.		X		
	Despacho de mercadería	Pedido de la mercadería	Se realiza el pedido de la mercadería en función al usuario y el área que lo requiere.		X		
			Se recibe el pedido de las ares usuarias en función a sus necesidades		X		
		Surtido o picking de mercadería	El surtido se realiza en función a los distintos productos con descripciones específicas y detalladas.		X		
			En el almacén cuenta con herramientas que ayudan a facilitar el proceso del picking.		X		
		Descargo del inventario	El almacén refleja el stock y cantidad de bienes en el sistema.		X		
			En el almacén hay diferencias de stock, sobrantes o faltantes.		X		
		Entrega de mercadería	El despacho o la entrega de mercadería a las áreas usuaria, se realiza en mejores condiciones.		X		
			La entrega de mercadería al cliente final, se realiza en las mejores condiciones.		X		
	Firma del experto: 						
			Fecha 20 / 09 / 2021				

Magaly Ericks Luna Gamarra  
DNI: 09629455

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

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTIÓN DE ALMACENES Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA HDI S.A.C. DEL CALLAO 2021"							
Apellidos y nombres del investigador: Chata Ramos Cesar David							
Apellidos y nombres del experto: Dra. Luna Gamarra Magaly Ericka							
ASPECTO POR EVALUAR							
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Atención al Cliente	Satisfacción al cliente	Expectativas del cliente	El tiempo de entrega del producto satisface la necesidad del cliente.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
			La empresa satisface las expectativas del cliente.		X		
		Calidad y excelencia	La atención al cliente que ofrece la empresa, se califica como un buen servicio al cliente.		X		
			La empresa ofrece productos o servicios adicionales a los que brinda la competencia, para mejorar la atención al cliente.		X		
	Producto y Servicio	Necesidad del cliente	La empresa conoce la necesidad del cliente, en cuanto a los productos y servicio.		X		
			Los productos y servicios que ofrece la empresa, están en función a las necesidades del cliente.		X		
		Segmentación del Mercado	La empresa clasifica a los clientes según los requerimientos de productos y servicios.		X		
			La empresa clasifica a sus clientes en función a la cantidad de ventas.		X		
Firma del experto:			Fecha 20 / 09 / 2021				

  
 Magaly Ericka Luna Gamarra  
 DNI: 09629458

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

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTIÓN DE ALMACENES Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA HDI S.A.C. DEL CALLAO 2021"							
Apellidos y nombres del investigador: Chata Ramos Cesar David							
Apellidos y nombres del experto: Dra. Rosales Domínguez, Edith Geobana							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión de almacenes	Recepción de mercadería	Verificación de mercadería	En la empresa se tiene el cuidado necesario en el proceso de recepción de los productos.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca			
			La empresa cuenta con una buena verificación de mercadería, donde permite detectar el estado de un producto.				
		Informe de recepción	La mercadería coincide con los documentos del proveedor, factura, guía de remisión y orden de compra.				
			La mercadería llega en buenas condiciones, antes de ser ingresada.				
		Rotulación de la mercadería	Se realiza la codificación respectiva a los productos, tras la recepción de mercadería.				
			Se encuentra con un sistema de registro automatizado.				
	Almacenamiento	Clasificación de productos	En el almacén se mantiene una ubicación específica para un producto.				
			La clasificación de los productos del almacén, deben ser debidamente seleccionados de acuerdo a su importancia.				

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

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

		Mantenimiento y resguardo	En el almacén cuentan con el adecuado mantenimiento y cuidado de los productos.									
			En el almacén los productos se conservan en perfecto estado.									
	Despacho de mercadería	Pedido de la mercadería	Se realiza el pedido de la mercadería en función al usuario y el área que lo requiere.									
			Se recibe el pedido de las áreas usuarias en función a sus necesidades									
		Surtido o picking de mercadería	El surtido se realiza en función a los distintos productos con descripciones específicas y detalladas.									
			En el almacén cuenta con herramientas que ayudan a facilitar el proceso del picking.									
		Descargo del inventario	El almacén refleja el stock y cantidad de bienes en el sistema.									
			En el almacén hay diferencias de stock, sobrantes o faltantes.									
		Entrega de mercadería	El despacho o la entrega de mercadería a las áreas usuaria, se realiza en mejores condiciones.									
			La entrega de mercadería al cliente final, se realiza en las mejores condiciones.									
	Firma del experto: Dra. Edih G. Rosales Domínguez 							Fecha 21 / 09 / 2021	Sí cumple			

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

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "GESTIÓN DE ALMACENES Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA HDI S.A.C. DEL CALLAO 2021"							
Apellidos y nombres del investigador: Chata Ramos Cesar David							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Alvarez Rodríguez Juliana Cristina							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión de almacenes	Recepción de mercadería	Verificación de mercadería	En la empresa se tiene el cuidado necesario en el proceso de recepción de los productos.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
			La empresa cuenta con una buena verificación de mercadería, donde permite detectar el estado de un producto.		X		
		Informe de recepción	La mercadería coincide con los documentos del proveedor, factura, guía de remisión y orden de compra.		X		
			La mercadería llega en buenas condiciones, antes de ser ingresada.		X		
		Rotulación de la mercadería	Se realiza la codificación respectiva a los productos, tras la recepción de mercadería.		X		
			Se encuentra con un sistema de registro automatizado.		X		
	Almacenamiento	Clasificación de productos	En el almacén se mantiene una ubicación específica para un producto.	X			
			La clasificación de los productos del almacén, deben ser debidamente seleccionados de acuerdo a su importancia.	X			

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

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

		Mantenimiento y resguardo	En el almacén cuentan con el adecuado mantenimiento y cuidado de los productos.		X			
			En el almacén los productos se conservan en perfecto estado.		X			
	Despacho de mercadería	Pedido de la mercadería	Se realiza el pedido de la mercadería en función al usuario y el área que lo requiere.		X			
			Se recibe el pedido de las áreas usuarias en función a sus necesidades		X			
		Surtido o picking de mercadería	El surtido se realiza en función a los distintos productos con descripciones específicas y detalladas.		X			
			En el almacén cuenta con herramientas que ayudan a facilitar el proceso del picking.		X			
		Descargo del inventario	El almacén refleja el stock y cantidad de bienes en el sistema.		X			
			En el almacén hay diferencias de stock, sobrantes o faltantes.		X			
		Entrega de mercadería	El despacho o la entrega de mercadería a las áreas usuaria, se realiza en mejores condiciones.		X			
			La entrega de mercadería al cliente final, se realiza en las mejores condiciones.		X			
		Firma del experto:	 DNI 09304074.	Fecha 24/ 09/ 2021				

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

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTIÓN DE ALMACENES Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA HDI S.A.C. DEL CALLAO 2021"							
Apellidos y nombres del investigador: Chata Ramos Cesar David							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Alvarez Rodríguez Juliana Cristina							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Atención al Cliente	Satisfacción al cliente	Expectativas del cliente	El tiempo de entrega del producto satisface la necesidad del cliente.	5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca	X		
			La empresa satisface las expectativas del cliente.		X		
		Calidad y excelencia	La atención al cliente que ofrece la empresa, se califica como un buen servicio al cliente.		X		
			La empresa ofrece productos o servicios adicionales a los que brinda la competencia, para mejorar la atención al cliente.		X		
	Producto y Servicio	Necesidad del cliente	La empresa conoce la necesidad del cliente, en cuanto a los productos y servicio.		X		
			Los productos y servicios que ofrece la empresa, están en función a las necesidades del cliente.		X		
		Segmentación del Mercado	La empresa clasifica a los clientes según los requerimientos de productos y servicios.		X		
			La empresa clasifica a sus clientes en función a la cantidad de ventas.		X		
Firma del experto: 			Fecha 24/09/ 2021				

## Anexo 6. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Qué relación existe entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Existe relación positiva entre la gestión de almacenes y la atención al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021.</p>	<p><b>Variable 1: Gestión de almacén</b></p>	<p>Dimensión 1. Recepción de mercadería</p> <p>Dimensión 2. Almacenamiento</p> <p>Dimensión 3. Despacho de mercadería</p>	<p>Tipo: básica</p> <p>Enfoque: cuantitativo</p> <p>Diseño: no experimental</p> <p>Nivel: correlacional</p> <p>Población: 45trabajadores de diversas áreas de la empresa HDI S.A.C.</p> <p>Muestra: censal</p>
<p>Problemas específicos: (1)</p> <p>¿Qué relación existe entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021?</p> <p>(2) ¿Qué relación existe entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C. del Callao, 2021?</p>	<p>Objetivos específicos (1)</p> <p>Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021.</p> <p>(2) Determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>(1) Existe relación significativa entre la gestión de almacenes y la satisfacción al cliente en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021,</p> <p>(2) Existe relación significativa entre la gestión de almacenes y el producto y servicio en la empresa HDI S.A.C del Callao, 2021</p>	<p><b>Variable 2: Atención al cliente</b></p>	<p>Dimensión 1: Satisfacción al Cliente</p> <p>Dimensión 2. Producto y Servicio</p>	<p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p> <p>Análisis de datos: descriptivo e inferencial</p>