



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente, en la  
empresa Corporación Agrícola García S.A.C, Andahuaylas 2021**

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

**AUTORAS:**

Cerrón Truyenque, Edith Paola (ORCID: 0000-0002-4135-4978)

Saenz Mendoza, Estefani Nicosca (ORCID: 0000-0003-0954-9692)

**ASESOR:**

Mg. Dios Zarate, Luis Enrique (ORCID: 0000-0001-5728-3871)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Gestión De Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

### **Dedicatoria**

A mis padres que los amo tanto, quienes siempre estuvieron pendiente de mi educación, salud y bienestar luchando día a día para sacar adelante a nuestra familia, dándome la mejor herencia que es mi carrera profesional.

Edith Paola

Se las dedico a los forjadores de mi camino a mis padres por siempre guiarme, levantarme de mis tropiezos, a mis hermanos y abuelitos con mi más sincero amor.

Estefani Nicosca

## **Agradecimiento**

En primer lugar, a Dios, quien me dio salud, fortaleza y sabiduría para el desarrollo de mi tesis, seguidamente a los maestros que desde muy pequeña hasta el día de hoy han compartido su conocimiento para ser el profesional que hoy en día soy, a la Universidad Cesar Vallejo por abrirme sus puertas y permitirme culminar con este primer paso que es obtener el título profesional.

Edith Paola

Le doy gracias a Dios por su bendición y por iluminar mi camino, a mi madre Yrma Mendoza Peceros por estar siempre a mi lado y apoyarme y darme la fortaleza de seguir para adelante, a mi padre Miguel Fernando Saenz Romero por nunca dejarme sola guiarme ser mi ejemplo de vida mi ángel, mi protector al igual agradecer a mis hermanos por siempre estar junto a mí y mis abuelitos.

Estefani Nicosca

## Índice de contenido

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenido .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	11
3.2 Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.	15
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5 Procedimiento .....	17
3.6 Método de análisis de datos.....	18
3.7 Aspectos éticos .....	18
IV. RESULTADOS .....	19
V. DISCUSIÓN.....	33
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES .....	36
REFERENCIA .....	37
ANEXOS .....	40

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:</b> Validación de juicio de expertos.....	16
<b>Tabla 2:</b> Alfa de cronbach.....	17
<b>Tabla 3:</b> Valoración del Alfa de cronbach.....	17
<b>Tabla 4:</b> Frecuencia de la variable gestión de aprovisionamiento.....	19
<b>Tabla 5:</b> Frecuencia dimensiones de la variable gestión de aprovisionamiento.....	20
<b>Tabla 6:</b> Frecuencia de la variable satisfacción del cliente.....	21
<b>Tabla 7:</b> Frecuencia dimensiones de la variable satisfacción del cliente.....	22
<b>Tabla 8:</b> Tabla de contingencia de la prueba de hipótesis general.....	23
<b>Tabla 9:</b> Prueba de Chi <sup>2</sup> - Hipótesis General.....	24
<b>Tabla 10:</b> Tabla de contingencia de la prueba de hipótesis específico 1.....	25
<b>Tabla 11:</b> Prueba de Chi <sup>2</sup> - Hipótesis específicos 1.....	26
<b>Tabla 12:</b> Tabla de contingencia de la prueba de hipótesis específico 2.....	27
<b>Tabla 13:</b> Prueba de Chi <sup>2</sup> - Hipótesis específicos 2.....	27
<b>Tabla 14:</b> Tabla de contingencia de la prueba de hipótesis específico 3.....	29
<b>Tabla 15:</b> Prueba de Chi <sup>2</sup> - Hipótesis específicos 3.....	30
<b>Tabla 16:</b> Tabla de contingencia de la prueba de hipótesis específico 4.....	31
<b>Tabla 17:</b> Prueba de Chi <sup>2</sup> - Hipótesis específicos 4.....	32

## Índice de gráficos y figuras

<b>Figura 1:</b> Porcentajes de frecuencia gestión de aprovisionamiento.....	19
<b>Figura 2:</b> Porcentajes dimensiones de la variable gestión de aprovisionamiento...20	
<b>Figura 3:</b> Porcentajes de frecuencia satisfacción del cliente.....	21
<b>Figura 4:</b> Porcentajes dimensiones de la variable satisfacción del cliente.....	22
<b>Figura 5:</b> Zona de aceptación probabilística en $\chi^2$ (V1:V2).....	25
<b>Figura 6:</b> Zona de aceptación probabilística en $\chi^2$ (D1:V2).....	27
<b>Figura 7:</b> Zona de aceptación probabilística en $\chi^2$ (D2:V2).....	29
<b>Figura 8:</b> Zona de aceptación probabilística en $\chi^2$ (D3:V2).....	31
<b>Figura 9:</b> Zona de aceptación probabilística en $\chi^2$ (D4:V2).....	33

## Resumen

Para la presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente, en la empresa Corporación Agrícola García S.A.C, Andahuaylas 2021. La investigación es de tipo aplicada, nivel correlacional descriptivo, diseño no experimental – transversal y un enfoque cuantitativo, con una población de 560 clientes y como muestra de 65 clientes que se sometieron a estudio. Como resultado se obtuvo el valor de  $X^2_c = 24,197$ , y el valor  $X^2_t = 9.4877$ , con 95% de nivel de confianza y 4 grados de libertad entonces  $X^2_c > X^2_t$ . y con una significación asintótica  $0.000 < 0.05$ , llamado potencia de contraste, en base a esto se llega a la conclusión que las variables de estudios son estadísticamente significativas. por ende, se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ) y se rechaza la hipótesis nula ( $H_o$ ). Entonces se concluye que, existe una relación directa entre gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

**Palabras claves:** Gestión de aprovisionamiento y Satisfacción del cliente.

## Abstract

For this research, the objective is to determine the relationship between supply management and customer satisfaction, in the company Corporación Agrícola García SAC, Andahuaylas 2021. The research is of an applied type, descriptive correlational level, non-experimental design - transversal and an approach quantitative, with a population of 560 clients and as a sample of 65 clients who underwent study. As a result, the value of  $X^2_c = 24.197$  was obtained, and the value of  $X^2_t = 9.4877$ , with a 95% confidence level and 4 degrees of freedom, so  $X^2_c > X^2_t$ . and with an asymptotic significance  $0.000 < 0.05$ , called contrast power, based on this it is concluded that the study variables are statistically significant. therefore, the alternate hypothesis ( $H_a$ ) is accepted and the null hypothesis ( $H_o$ ) is rejected. Then it is concluded that there is a direct relationship between supply management and customer satisfaction in the Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

**Keywords:** Supply Management and Customer Satisfaction.



## I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día toda empresa tiene el reto de la mejora continua, para estar a la par de la competencia, nos encontramos en un mercado de tiburones, un mercado cambiante, un mercado innovador, un mercado vulnerable, donde las formas de llegar a nuestros clientes han cambiado, donde al mínimo descuido de nuestros clientes lo perdemos, se considera que el tiempo del cliente vale oro, en esta época toda empresa tiene que tener una buena gestión y planificación para seguir liderando el mercado actual.

Según el portal Muy Canal (2021). La crisis que están experimentando los servicios de logística menciona que es necesario buscar nuevas fórmulas que den respuesta a las nuevas necesidades surgidas a partir del inicio de la pandemia. Urge conseguir inventario para satisfacer una mayor demanda y reorganizar las cadenas de suministro para un abastecimiento efectivo.

La crisis logística se trata, de un problema de importantes magnitudes a nivel global que ha ido afectando a nivel mundial a muchas de las regiones como a medianas, grandes empresas tanto del rubro industrial y comercial. Se pudo observar en España, que el sector logístico como empresas de transporte alcanza el 5% del PIB. Pero si consideramos, ejemplo, el hardware y software, y las áreas de logística de las organizaciones, llega al 10%, según el Centro Español de Logística.

Los últimos años se observó que la gestión de aprovisionamiento se consideró una de las áreas más importantes de una empresa, tanto que sin ella no podríamos abastecer o producir un determinado producto o servicio, los pasos correctos a seguir empiezan desde calcular las necesidades de la empresa elaborando un inventario de manera efectiva para no carecer de la materia prima, establecer un sistema de información eficiente, realizar las compras planificadas con proveedores confiables, manejar un transporte rápido y seguro para no perder tiempo ni dinero y así lograr los objetivos generales de la empresa.

Según la revista Entrepreneur (2021). indica que la logística es una de las áreas más completas por que reúne una serie de métodos para tener una organización correcta, hoy en día para que una empresa se mantenga competitiva tiene que

tener una buena gestión de logística, donde se debe considerar desde el aspecto de transporte, los inventarios, las compras, caso contrario la empresa debería detectar la falla y reestructurar el área donde se detecten problemas.

Por ende, una buena gestión de logística tiene un efecto directo en la calidad del servicio que el cliente lograra percibir al momento de adquirir un servicio o un producto, pero depende mucho de la empresa de lograr dar un valor agregado a su servicio que brinda.

Todo cliente son la motivación de toda empresa pequeña, mediana, grande o hasta una bodega que se dediquen al rubro industrial o comercializadora, donde los factores que son decisivos en la satisfacción del cliente son muchos, desde la atención al cliente, precio, la calidad del producto, la rapidez de entrega, la limpieza, etc. pero se pudo resaltar que los clientes buscan un lugar donde encontrar una diversidad de productos y servicios y en la cantidad que lo necesiten.

Según el diario Gestión (2020). Hoy en día la logística que enfrenta Estados Unidos, posterior a la pandemia que enfrentamos todos los países, busca tener abastecida todos los bienes que se necesita para seguir funcionando y seguir la viabilidad de los negocios pertenecientes a el Reino Unido y así mantener su economía.

La investigación se realizó a partir de las diferentes deficiencias que existe en la gestión de aprovisionamiento en la empresa Corporación Agrícola García S.A.C es una empresa que pertenece al rubro o área de comercialización de productos agrícolas desde, fungicidas, pesticidas, herbicidas, insecticidas, plaguicidas fertilizantes, etc. Al por mayor y menor.

El sector agrícola en la sierra peruana como en el departamento de Apurímac contaba con dos campañas de cultivos que se da como la siembra pequeña (mahuay) y la siembra grande que inicia julio hasta agosto y octubre hasta noviembre respectivamente con una duración de 5 a 6 meses de cultivo, pero esto ha ido cambiando porque hoy en día existe muchos proyectos de mejoramiento, ampliación y creación de dotación de agua de riego en las parcelas ampliando así las fronteras agrícolas, por tanto se observó que esta empresa no cuenta con los productos necesarios y cantidad necesaria para cubrir la demanda del consumidor

por que se limitan a comprar ciertas líneas de producto sin observar la calidad de resultados que también ofrecen otras marcas, este mercado agrícola está cambiando ya que contamos con cultivos que antes solo se sembraban en dichas fechas pero ahora lo podemos encontrar todo el año, para ello la empresa tiene que ser más flexible al cambio de fechas de cultivos y tener abastecido todo el año productos que antes no tenía y manejar una buena gestión de aprovisionamiento, para tener satisfechos a los cliente y seguros que contaran con los productos y la cantidad necesaria en la fecha que lo necesiten.

Por lo tanto, se plantea el siguiente problema general: ¿En qué medida la gestión de aprovisionamiento se relaciona con la satisfacción del cliente, en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?

Donde se determina cuatro problemas específicos: **a).** ¿Cuál es la relación entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?, **b).** ¿Cuál es la relación entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?, **c).** ¿Cuál es la relación entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?, **d).** ¿Cuál es la relación entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?

Para realizar el presente trabajo se tuvo como justificación teórica de las variables de estudio de los diferentes autores tales como: López Iglesias Antonio, Escudero Serrano María José, Gutiérrez Gómez Clara, Kotler P.; Armstrong, G., Zeithaml A. Valarie, Schnarch Kirberg, Alejandro, Casado Alcaide, Juan Carlos. Con esta investigación se buscó profundizar, ampliar teorías acerca la gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente.

Así mismo como justificación metodología la técnica encuesta y como instrumento el cuestionario a utilizar en esta investigación nos ayudó a determinar la relación entre la variable 1 y la variable 2.

Del mismo modo la justificación practica en esta investigación se buscó diagnosticar las causas del problema de insatisfacción del cliente, para así poder determinar las razones por que ocurren y contrastarlos con la teoría.

Por objetivo general se tiene: Determinar la relación entre gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente, en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021.

Por tanto, los objetivos específicos: **a).** Determinar la relación entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021, **b).** Determinar la relación entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021, **c).** Determinar la relación entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021, **d).** Determinar la relación entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

Como hipótesis general: Existe una relación significativa entre gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C, Andahuaylas 2021.

Por tan, las hipótesis específicas: **a).** Existe relación significativa entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C, Andahuaylas 2021, **b).** Existe relación significativa entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C, Andahuaylas 2021, **c).** Existe relación significativa entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021, **d).** Existe relación significativa entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

En lo internacional Según Yagchirema (2015), en su investigación tiene como objetivo determinar si la logística tiene relación en la satisfacción del cliente, de la empresa Repartí S.A; como metodología tiene un análisis de carácter cualitativo y cuantitativo, basada en un diseño no experimental de carácter transversal, así como se ha obtenido resultados se consideró la prueba piloto de 15 encuestas, tomando el 10% de la muestra, y poder analizar través del alfa de Cronbach, con un valor de 0.859, significa que tiene un coeficiente de alfa positivo; en conclusión la logística tiene relación directa con la satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A.

Según Medina (2017), En su investigación, como objetivo tenía plantear el modelo de gestión de abastecimiento dentro de la empresa, y la aplicación de herramientas de control de inventario que es de lean manufacturing, así poder reducir el costo total de la gestión del inventario; y como metodología es la formulación de un modelo de las 5S, con el fin de lograr un mejor resultado de abastecimiento de la empresa; Los resultados muestra el desarrollo de las estrategias utilizadas ya es que una información interesante, al igual que se reúne información de la base de datos, tal cual se realiza la entrega de productos de acuerdo a los pedidos; Donde se extraen las siguientes conclusiones ahora gracias al control de inventario la empresa podrá percibir la cantidad de dinero invertidos y así podrá tener mejores decisiones para el bien de la empresa.

Según López (2018), En su investigación tiene como objetivo determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's. y como metodología cuenta con un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual con una adquisición de los datos que fue realizado a través de la encuestas que se aplicó a los cliente que consumen con frecuencia en el restaurant y como resultado una insatisfacción con las respuestas inmediatas y empatía; conclusión para que la empresa pueda tener mayores resultados con su personal debe de capacitarlos y motivarlos.

En lo nacional según Huertas (2018), en su investigación tiene como objetivo del tema de investigación es determinar la relación de la gestión logística con la satisfacción del cliente en Ancro; como método tipo aplicada, de nivel correlacional descriptivo y cuenta con un diseño no experimental. De tal manera que la empresa

cuenta con 60 trabajadores de los cuales 52 trabajadores fue la muestra de la investigación, de acuerdo a los resultados demostró de que las dos variables cuentan con un nivel de significancia muy alta que es representada por un valor de 0.854 con una significancia de  $0,000 < 0,05$  esto implica que se acepta la hipótesis alterna H1, y como conclusión la gestión de Logística tiene una relación positiva directa con la Satisfacción del Cliente, si dentro de la empresa se cuenta con una correcta gestión de logística será muy favorable la satisfacción del cliente.

Chavez (2019), el objetivo del trabajo de investigación es determinar en qué medida la aplicación de la gestión de aprovisionamiento basado en el control de inventario reduce los costos de producción en la pastelería roma, SJL, por lo cual cuenta con un tipo de investigación cualitativa ya que tiene una finalidad aplicada, con un diseño cuasi experimental, con una muestra no probabilística; en conclusión los costos fueron reducidos en la pastelería, con un resultado óptimo de 9,99%, la dimensión de costos directos se disminuye en un 10,90% al igual que la dimensión costos indirectos con un resultado favorable de 9,08% con el fin de cumplimiento de producción de la pastelería Roma.

Según Salizar (2021), objetivo principal determinar la relación que existe entre la gestión de proveedores y los costos de aprovisionamiento en MYL; como metodología diseño no experimental y nivel diseño descriptivo correlacional, tipo básico; resultado es altamente positivo ya que mantiene una relación afirmativa entre la gestión de proveedores y costo de aprovisionamiento, llegando a lograr un Rho de Spearman de 0.738; se llega a la conclusión que mantiene una correlación positiva, confirmando la aceptación de la hipótesis general de la presente investigación.

Las bases teóricas para la gestión de aprovisionamiento:

López (2013). La logística hoy en día es muy importante para una empresa porque permite que la empresa llegue al mercado en una posición que les permita poder satisfacer las necesidades del cliente, esto ayuda para que el ciclo de vital del producto y/o servicio sea más prolongado en la organización o empresa. (pág. 9).

Lo que se pudo rescatar de mencionado autor es que se busca proporcionar al cliente los bienes o servicios de acuerdo a las necesidades y requerimientos, de

esta manera hacemos que toda la cadena logística funcione de la manera más eficiente posible, el autor se enfoca en las empresas fabricantes, mayorista, minoristas hasta llegar al cliente o consumidor final.

Escudero (2014). La logística para este autor menciona que es una actividad de una empresa que tiene como fin satisfacer necesidades que los clientes tengan, de la manera que se entregue los productos o servicios justo a tiempo, en el lugar exacto y en la cantidad que el cliente lo requiera, al mínimo costo. (pág. 17)

Mencionado autor nos ayuda a diferenciar entre la empresas industriales y la empresas comerciales ambos rubros tienen el mismo objetivo satisfacer al cliente o consumidor donde se pudo recabar información llegando a la conclusión que las funciones y formas de gestionar el aprovisionamiento en una empresa industrial son más complejas por que empieza desde la adquisición de la materia prima, para posteriormente realizar la transformación del producto, y la venta del producto, pero la empresa comerciales solo es el aprovisionamiento y distribución del producto sin realizar ninguna transformación, pero estas empresas comerciales también se dividen en dos que serían las empresas mayoristas y empresas detallistas. Entonces esta teoría del autor Escudero nos ayudó a diferenciar el tipo de empresa comercial que es la Corporación Agrícola García.

La dimensión según Escudero (2014).

Gestión de Compras: Es la acción de adquirir un bien que hace que la empresa siga funcionando, porque una empresa tanto industrial como comercial necesita de sus materias primas o productos terminados para seguir operando, también es la selección de proveedores donde nos permitan una mayor rentabilidad evaluando el precio, calidad, plazo de entrega y las condiciones de pago.

Gestión de inventarios: Realizar un inventario es necesario dentro de una organización, con bienes que es utilizada para la producción, los productos terminados o materia prima deben de ser registrados adecuadamente para llevar el control de inventarios, así nos facilita hacer nuestras compras de los materiales o productos que necesite la empresa o también atender a nuestros clientes, en otras palabras nos ayuda a establecer la cantidad mínima y máxima que se debe de

manejar como stock y en consecuencia de ello realizar las compras de manera oportuna.

**Gestión de almacenes:** Es necesario contar con almacén, porque permite y facilita a la empresa a almacenar los bienes con el que cuenta y llevar un adecuado control de inventarios, también utilizar el adecuado envase y embalaje que nos permitan mantener el producto en buen estado y condiciones óptimas hasta la última etapa de la logística que vendría a ser el consumidor final.

**Gestión de transporte:** Un medio de transporte o tipo de transporte que se necesita para abastecer la empresa será un factor muy importante que definirá el precio del producto no solo por el precio que pagamos, por el transporte sino también por las condiciones como llega nuestro producto terminado o materia prima, depende de eso la presentación de nuestro producto y así la satisfacción del cliente.

Se debe realizar la coordinación necesaria para que las entregas de los productos lleguen justo a tiempo y así evitar la ruptura cero de la cadena logística.

Gutiérrez (2018). Para el autor la logística pasa por diferentes fases donde cada fase incluye un costo adicional al precio final del producto o servicio que brinda la empresa, es por eso que la empresa debe optimizar al máximo los costos que incluyen todo este proceso, para generar rentabilidad y lograr ganancia para la empresa. (pág. 42)

Las bases teóricas para satisfacción del cliente.

Según Armstrong & Kotler (2008). para estos autores la satisfacción es un sentimiento de placer o de decepción que se da al comparar la experiencia de vivir al adquirir un producto con las expectativas que uno espera recibir con los beneficios. Si los resultados que arrojan son negativos quiere decir que el cliente quedo insatisfecho es decir sus expectativas están por debajo ellos estarán insatisfechos. Y si sucede lo contrario, es decir si los resultados están por encima de las expectativas que ellos quieren, entonces el cliente quedo totalmente satisfecho.

Zeithaml (2009). menciona que los clientes perciben la satisfacción como la estimación en relación a un producto o servicios en referencia de si el producto



complació o no sus necesidades y es percibida a través de la calidad del producto, calidad del servicio y precio.

El autor se basa en tres dimensiones donde nos ayuda a medir la satisfacción del cliente en referencia del producto o servicio que brinde la organización, por ende, menciona que toda empresa exitosa reconoce que el desarrollo de relaciones sólidas con los clientes a través del servicio de calidad, así como la implementación de estrategias de servicio para obtener una ventaja competitiva, son la clave de su éxito para seguir liderando el mercado actual.

Dimensiones según Zeithaml (2009)

Precio. – Es el valor que el cliente le da a un servicio o producto de manera monetaria, a cambio de adquirir para cubrir sus necesidades.

Calidad de producto. - La calidad depende de la percepción que el usuario o cliente tiene sobre su valor. Quiere decir, que si el cliente considera que el producto o servicio le ayudo a resolver un problema o satisfacer un deseo o necesidad lo considera de mayor calidad, que nos ayuda medir la calidad a través del nivel y consistencia del producto.

Calidad de servicio. - Es la estimación que se enfoca a determinar la percepción del cliente en consecuencia del producto o servicio a través de las siguientes mediciones: confiabilidad, seguridad, empatía, tangibles y responsabilidad.

Schnarch (2011). Menciona que toda empresa hoy en día a empezado a reconocer que más que producto o servicios lo que quieren los consumidores, clientes o personas son satisfacciones a necesidades, deseos y expectativas, donde es el único motivo que tiene la empresa para estar, crecer o progresar en un mercado actual es dando respuesta a estos requerimientos, en todo caso aparece otra organización o empresa que lo haga mejor y se perderá a los clientes ya ganados, por ende no se trata solo de vender sino ganar y mantener clientes satisfechos que nos garanticen un futuro próspero.

Lo más resaltante del autor es que menciona que una empresa no solo debería vender productos tangibles e intangibles sino también a través de ellos buscar satisfacer las necesidades o expectativas que los clientes buscan, no solo trata de mostrarle un rostro agradable, una sonrisa o un trato amable sino los resultados

que pueda darle los productos o servicios que les ofrecemos en otras palabras este autor busca dar un valor agregado a los productos o servicios que se brinda, por que el cliente paga por ver resultados.

Alcaide (2015). menciona que la calidad es igual a la satisfacción total del cliente, por ello un buen servicio o un servicio excelente, es aquel que logro satisfacer todas la necesidades, deseos y expectativas del cliente.

Para mencionado autor la experiencia que vivió el cliente debe ser memorable e inolvidable, porque de ello depende la percepción del cliente de seguir comprándonos o no.

### III. METODOLOGÍA

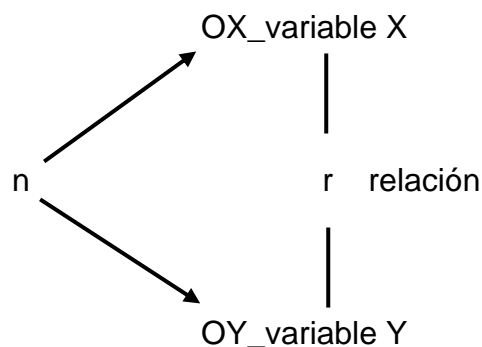
#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

Nuestra investigación es de tipo aplicada.

Carrasco (2017). menciona: la investigación aplicada es aquella que se distingue por ser aquella que tiene propósitos prácticos de manera inmediata definidas, es decir, que se realiza la investigación para poder procesar, actuar, transformar, modificar o producir cambio en un espacio real. (pág. 43).

El diseño es no experimental.

Carrasco (2017). El autor menciona que una investigación no experimental es aquella que no tiene propósitos experimentales, no se manipula ni varía de forma intencional las variables para tener resultados, solamente se observa el fenómeno tal cual como sucede en la realidad, de manera natural para así posteriormente analizarlos. (pág. 71)



n = Muestra

OX =Variable X

OY =Variable Y

r =Relación

La investigación es transversal transeccional.

Carrasco (2017). Menciona que una investigación es transversal transeccional porque se realizó el estudio de hechos, fenómenos que suceden en la realidad, en un momento determinado espacio del tiempo. (pág. 72)

El nivel de esta investigación es descriptivo – correlacional.

Hernández (2014). menciona: que una investigación es descriptiva porque tiene por objetivo establecer la relación que existe entre dos o más variable.

La investigación es de enfoque cuantitativa.

Rocha (2015). Menciona que el enfoque cuantitativo porque solo se recolecta los datos para poder probar las hipótesis, en función a la medición numérica y al análisis estadístico, para así poder establecer patrones de comportamiento de las variables y contrastarlos con la teoría. (pág. 145)

### **3.2 Variables y operacionalización**

#### **Gestión de aprovisionamiento**

##### **Definición Conceptual**

Escudero (2014). La logística para este autor menciona que es una actividad de una empresa que tiene como fin satisfacer necesidades que los clientes tengan, de la manera que se entregue los productos o servicios justo a tiempo, en el lugar exacto y en la cantidad que el cliente lo requiera, al mínimo costo. (pág. 17)

##### **Definición Operacional**

Es una acción que realiza la empresa para seguir vendiendo, Y complacer los deseos de sus clientes.

Que será medido por 10 ítems y con escala: nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4), siempre (5).

##### **Dimensión gestión de Compras**

Es la acción de adquirir un bien que hace que la empresa siga funcionando, porque una empresa tanto industrial como comercial necesita de sus materias primas o productos terminados para seguir operando, también es la selección de proveedores donde nos permitan una mayor rentabilidad evaluando el precio, calidad, plazo de entrega y las condiciones de pago.

Indicador

- Proveedores

- Diversidad

### **Dimensión gestión de inventarios**

Realizar un inventario es necesario dentro de una organización, con bienes que es utilizada para la producción, los productos terminados o materia prima deben de ser registrados adecuadamente para llevar el control de inventarios, así nos facilita hacer nuestras compras de los materiales o productos que necesite la empresa o también atender a nuestros clientes, en otras palabras nos ayuda a establecer la cantidad mínima y máxima que se debe de manejar como stock y en consecuencia de ello realizar la compras de manera oportuna.

Indicador

- Stock
- Rotación

### **Dimensión gestión de almacenes**

Es necesario contar con almacén, porque permite y facilita a la empresa a almacenar los bienes con el que cuenta y llevar un adecuado control de inventarios, también utilizar el adecuado envase y embalaje que nos permitan mantener el producto en buen estado y condiciones óptimas hasta llegar al consumidor final.

Indicador

- Organización
- Limpieza

### **Dimensión gestión de transporte**

Se debe realizar la coordinación necesaria para que las entregas de los productos lleguen justo a tiempo y así evitar la ruptura cero de la cadena logística.

indicador

- Tiempo
- Cantidad

## **Satisfacción del cliente**

### **Definición Conceptual**

Zeithaml (2009). menciona que los clientes perciben la satisfacción como la estimación en relación a un producto o servicios en referencia que, si el producto complació o no sus necesidades y es percibida a través de la calidad del producto, calidad del servicio y precio.

### **Definición Operacional**

Es el resultado que se logra al superar las expectativas del cliente con los productos puestos a disposición de ellos.

El cual será medido por 12 ítems y con escala: nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4), siempre (5).

**Dimensión precio.** – Es el valor que el cliente le da a un servicio o producto de manera monetaria, a cambio de adquirir para cubrir sus necesidades.

Indicador

- valor

**Dimensión calidad de producto.** - La calidad depende de la percepción que el usuario o cliente tiene sobre su valor. Quiere decir, que si el cliente considera que el producto o servicio le ayudo a resolver un problema o satisfacer un deseo o necesidad lo considera de mayor calidad, que nos ayuda medir la calidad a través del nivel y consistencia del producto.

Indicador

- nivel

**Dimensión calidad de servicio.** - Es la estimación que se enfoca a determinar la percepción del cliente en consecuencia del producto o servicio a través de las siguientes mediciones: confiabilidad, seguridad, empatía, tangibles y responsabilidad.

Indicador

- Tangibilidad
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía

### 3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.

#### La población

La población para nuestra investigación es indefinida, porque no se pudo determinar la cantidad de clientes que acuden al establecimiento, por ende, se usó el método de la observación donde durante los 7 días de la semana se observó que acuden en promedio 20 personas diarias haciendo la suma de 140 clientes de manera semanal y 560 clientes mensualmente.

Carrasco (2017). menciona: Es el conjunto de todos los elementos que pertenecen al espacio donde se realizara el trabajo de investigación. (pág. 237).

#### Muestra

La muestra cuenta con 65 clientes que acuden a la empresa Corporación Agrícola García Andahuaylas 2021.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{560 * 1.96^2 * 0.95 * 0.05}{0.05^2 * (560 - 1) + 1.96^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n = 65$$

N= Población total

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

e= Margen de error

z= Coeficiente de probabilidad

## Muestreo

Carrasco (2017). En esta investigación se utilizó el (MAS), donde todos los elementos del universo o población tienen la misma probabilidad de ser elegidos y de ser parte de la muestra. (pág. 241). Donde el nivel de confianza es del 95%, con un margen de error del 5%.

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la investigación tiene como técnica a la encuesta y como instrumento el cuestionario.

Carrasco (2017). Menciona: “Es una técnica para una investigación social por su excelencia debido a su nivel de utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con este se obtienen” (pág. 314)

Por lo tanto, se aplicará el instrumento cuestionario que consta con 10 interrogantes de la variable 1 y 12 interrogantes para la variable 2 que serán orientados a la unidad de análisis que son los clientes de la Corporación Agrícola García S.A.C.

Carrasco (2017). Menciona: El cuestionario, es uno de los instrumentos de investigación más usados para la recolección de datos, porque nos permite tener respuestas muy directas de parte de la unidad de análisis que se realiza a través de una hoja de preguntas (pág. 314).

**Tabla 1:** Validación de juicio de expertos.

Expertos	Calificación
Mg. Dios Zárate, Luis Enrique	Aplicable
Mg. Pérez Ruibal Regalado, Eliana	Aplicable
Mg. López Landauro, Rafael Arturo	Aplicable

**Fuente:** elaboración propia

Para la confiabilidad de nuestro cuestionario se utilizó la prueba del coeficiente (alfa) de consistencia interna de Cronbach. Utilizando la prueba piloto de 10 clientes como resultado la fiabilidad para la variable 01 gestión de aprovisionamiento de 0.842 y para la variable 02 satisfacciones del cliente el valor es de 0.847,



considerando así el cuestionario como bueno según la valoración del alfa de cronbach. (Ver tabla 3)

**Tabla 2:**  $\alpha$  de cronbach.

<b>V1</b>	
$\alpha$ de Cronbach	N de elementos
,842	10

<b>V2</b>	
$\alpha$ de Cronbach	N de elementos
,847	12

**Fuente:** elaboración SPSS 25.

**Tabla 3:** Valoración del  $\alpha$  de cronbach.

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0,0 ; 0.5[	Inaceptable
[0,5 ; 0.6[	Pobre
[0,6 ; 0.7[	Débil
[0,7 ; 0.8[	Aceptable
[0,8 ; 0,9[	Bueno
[0,9 ; 1,0]	Excelente

**Fuente:** Valderrama (2013)

### 3.5 Procedimiento

Los pasos a seguir para recabar o recolectar datos que nos servirá para la presente investigación será de la siguiente forma:

- Se obtuvo el permiso de la gerencia de la empresa para realizar la investigación. (ver anexo N° 3)
- Se elaboró el cuestionario en función a los indicadores de las dimensiones de ambas variables.(ver anexo N°4)
- El instrumento fue validado por el juicio de expertos. (ver anexo N°8)

- Se halló la confiabilidad de  $\alpha$  de cronbach.
- Se aplicará el cuestionario a la muestra de 65 clientes de la empresa. (ver anexo N°4)
- Se utilizó el software SPSS 25 para analizar los datos.

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

Se utilizara el método de alfa de cronbach para dar fiabilidad a nuestro instrumento y ser validado por el juicio de tres expertos en la materia, después de recolectar los datos aplicando el cuestionario se utilizará el software SPSS 25 para analizar los datos obtenidos a través de tablas, grafico de barra, para el análisis inferencial se utilizó para prueba no parametrica CHI cuadrado, de modo que nos permita dar conclusiones sobre nuestros problemas planteados en párrafos arriba, para así poder realizar el contraste de las hipótesis a través de la correlación con las variables.

### **3.7 Aspectos éticos**

El empleo de la información fue debidamente respetada, citada y no se empleó para propósitos indebidos, se respetó el año e identidad del autor.

Las teorías, ideas de autores o terceros fueron respetados por qué no fueron manipulados y se encuentran debidamente referenciadas.

Todos los clientes que fueron participes de esta investigación no fueron obligados ni puestos en situación de peligro, por que apoyaron de manera voluntaria respetando sus opiniones y sin manipular las respuestas.

## IV. RESULTADOS

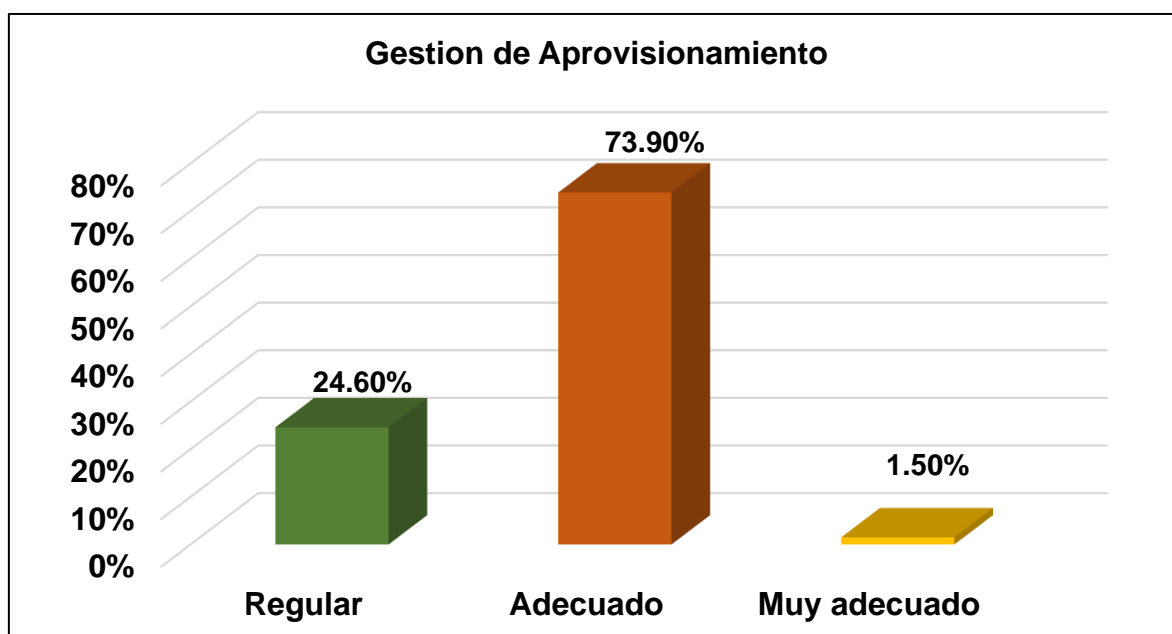
### 4.1 Análisis descriptivo

#### Variable 1: Gestión De Aprovisionamiento

**Tabla 4:** Frecuencia de la variable gestión de aprovisionamiento

	(fi)	%
Regular	16	24,6
Adecuado	48	73,9
Muy adecuado	1	1,5
Total	65	100,0

**Fuente:** elaboración SPSS 25.



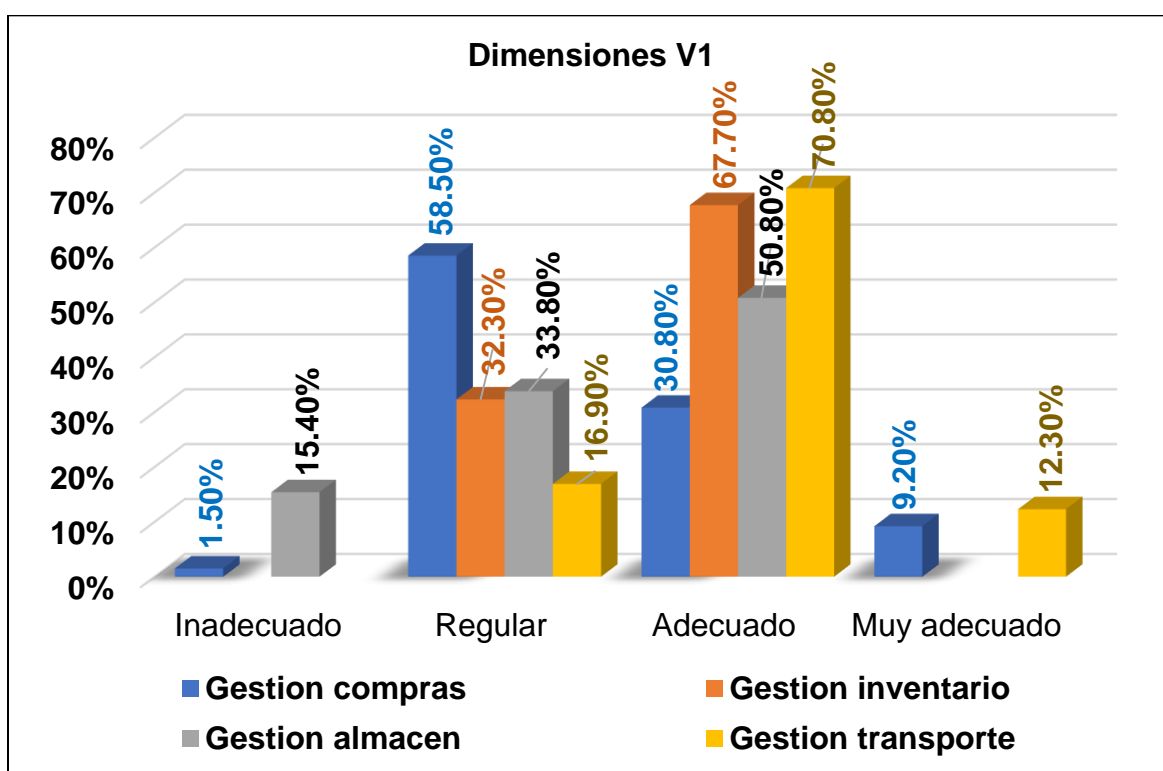
**Figura 1:** Porcentajes de frecuencia gestión de aprovisionamiento.

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 4 y la Figura 1 los participantes de la empresa Corporación Agrícola García SAC consideran el 24.60% regular, 73.90% adecuado y el 1.50% muy adecuado

**Tabla 5:** Frecuencia de las dimensiones de la variable gestión de aprovisionamiento

	Gestion de compras		Gestion de inventario		Gestion de almacen		Gestion de transporte	
	(fi)	%	(fi)	%	(fi)	%	(fi)	%
Inadecuado	1	1.5			10	15.4		
Regular	38	58.5	21	32.3	22	33.8	11	16.9
Adecuado	20	30.8	44	67.7	33	50.8	46	70.8
Muy adecuado	6	9.2					8	12.3
Total	65	100	65	100	65	100	65	100

**Fuente:** elaboración SPSS 25.



**Figura 2:** Porcentajes de la frecuencia de las dimensiones de la variable gestión de aprovisionamiento

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 5 y la Figura 2 los participantes de la empresa Corporación Agrícola García SAC consideran en un 1.50% inadecuado, 58.50% regular, 30.80% adecuado y 9.20% muy adecuado, en la gestión de compras. Asimismo, consideran en un 32.30% regular, 67.70% adecuado en lo respecto a la gestión de inventario. Igualmente, un 15.40% inadecuado, 33.80% regular y 50.80%

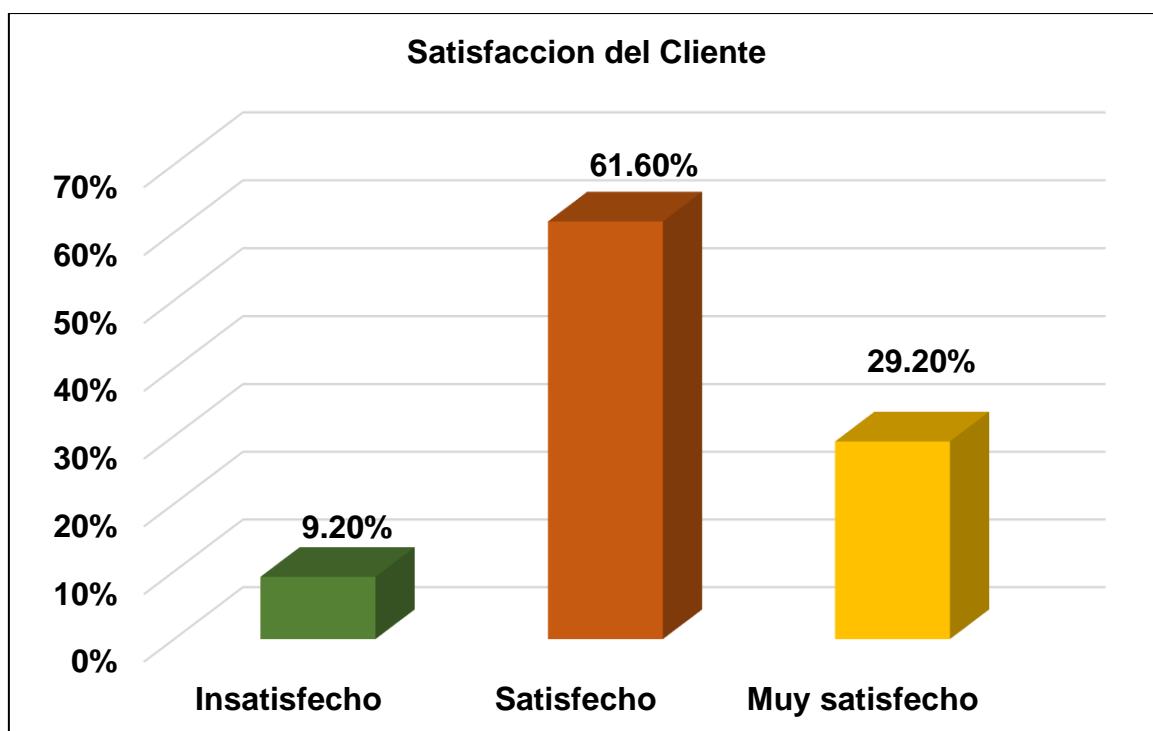
adecuado en lo respecto a la gestión de almacén. Además, un 16.90% regular, 70.80% adecuado y 12.30% adecuado en respecto a la gestión de transporte.

**Variable 2: Satisfacción Del Cliente**

**Tabla 6:** Frecuencia de la variable satisfacción del cliente.

	(fi)	%
Insatisfecho	6	9,2
Satisfecho	40	61,6
Muy satisfecho	19	29,2
Total	65	100,0

**Fuente:** elaboración SPSS 25.



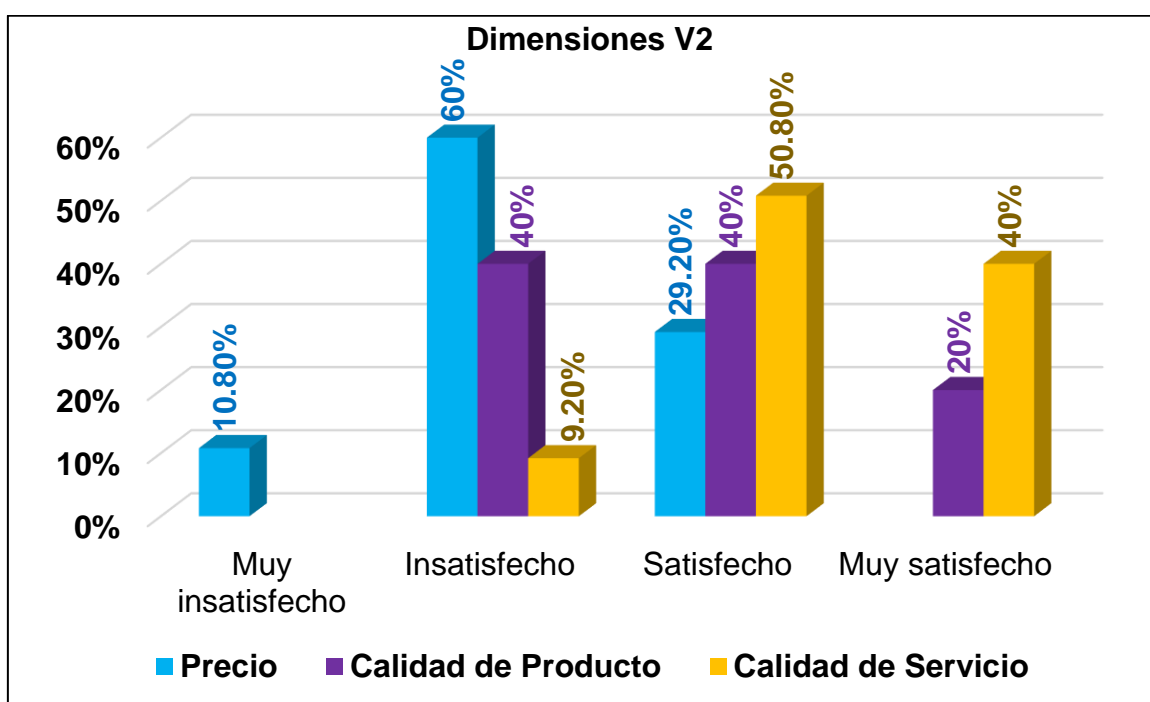
**Figura 3:** Porcentajes de frecuencia satisfacción del cliente

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 6 y la Figura 3 los participantes de la empresa Corporación Agrícola García SAC consideran en un 9.20% insatisfechos, 61.60% satisfechos y 29.20% satisfechos.

**Tabla 7:** Frecuencia de las dimensiones de la variable satisfacción del cliente.

	Precio		Calidad de producto		Calidad de servicio	
	(fi)	%	(fi)	%	(fi)	%
Muy insatisfecho	7	10.8				
Insatisfecho	39	60	26	40	6	9.2
Satisfecho	19	29.2	26	40	33	50.8
Muy satisfecho			13	20	26	40
Total	65	100	65	100	65	100

**Fuente:** elaboración SPSS 25.



**Figura 4:** Porcentajes de la frecuencia de las dimensiones de la variable satisfacción del cliente.

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 7 y la Figura 4 los participantes de la empresa Corporación Agrícola García SAC consideran en un 10.80% muy insatisfechos, 60% insatisfecho y 29.20% satisfecho con respecto al precio. Asimismo, en un 40% insatisfecho, 40% satisfecho 20% muy satisfecho en respecto a la calidad del producto. Por último, en un 9.20% insatisfecho, 50.80% satisfecho y 40.0% muy satisfecho con respecto a la calidad de servicio.

## 4.2 Análisis inferencial

Prueba de hipótesis general:

**Tabla 8:** contingencia de la prueba de Hipótesis General

		SATISFACCION DEL CLIENTE				
		Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Total	
<b>GESTION DE APROVISIONAMIENTO</b>	<b>Regular</b>	(fi)	6	5	5	16
		%	37,5%	31,3%	31,3%	100,0%
	<b>Adecuado</b>	(fi)	0	35	13	48
	%	0,0%	72,9%	27,1%	100,0%	
	<b>Muy adecuado</b>	(fi)	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	
<b>Total</b>	(fi)	6	40	19	65	
	%	9,2%	61,5%	29,2%	100,0%	

**Fuente:** instrumento aplicado 2021.

De la tabla 8: podemos afirmar que del 100% de la gestión de aprovisionamiento los que se encuentran en el nivel “regular” corresponden al 37,5% “insatisfecho”, el 31,3% “satisfecho”, el 31,3 % “muy satisfecho” en la satisfacción del cliente. En el segundo nivel corresponden a los que reaccionan de manera positiva por el buen manejo de la logística, del 100% de la gestión de aprovisionamiento nivel “adecuado” corresponden al 72,9% “satisfecho”, el 27,1% “muy satisfecho” en la variable satisfacción del cliente. En el tercer nivel corresponde a aquellos clientes que reaccionan de manera positiva por el excelente manejo de la logística, del 100% de la gestión de aprovisionamiento nivel “muy adecuado” corresponden al 100% “muy satisfecho”, en la variable satisfacción del cliente.

**Ho:** No existe una relación significativa entre gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

**Ha:** Existe una relación significativa entre gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

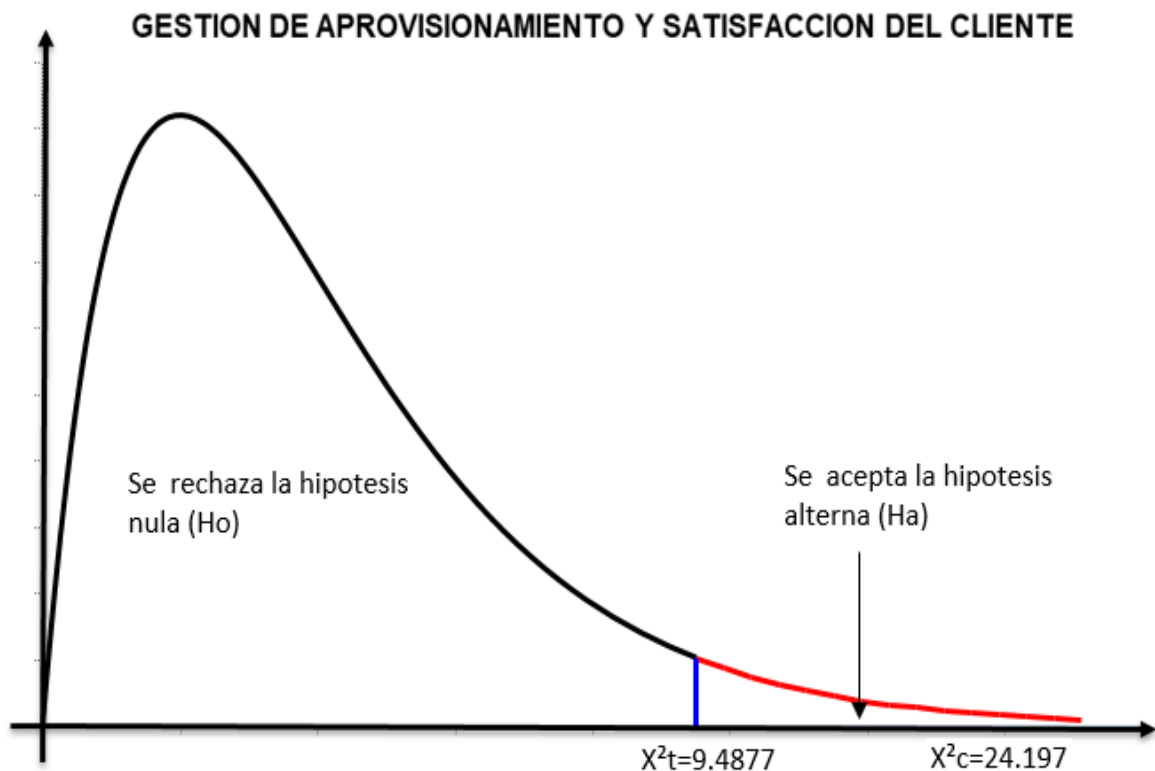
**Tabla 9:** Prueba de  $\chi^2$  - Hipótesis General

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,197 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	23,065	4	,000
Asociación lineal por lineal	5,276	1	,022
N de casos válidos	65		

**Fuente:** SPSS 25.

Interpretación: el valor de  $X^2_c$  es 24,197, y el valor de  $X^2_t$  es 9.4877, con un nivel de confianza del 95% y 4 gl entonces  $X^2_c > X^2_t$ . por ende se acepta la ( $H_a$ ) y se rechaza la ( $H_0$ ). Entonces se concluye que, existe relación significativa entre gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

Significación: el criterio para tomar la decisión es que la significación asintótica es  $0.000 < 0.05$ , entonces se concluye que las variables son estadísticamente significativas.



**Figura 5:** Zona de aceptación probabilística en  $\chi^2$  ( $V_1:V_2$ )



**Tabla 10:** contingencia de la prueba de hipótesis específico 1

		SATISFACCION DEL CLIENTE				
		Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Total	
<b>GESTION DE COMPRAS</b>	<b>Inadecuado</b>	(fi)	1	0	0	1
		%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	<b>Regular</b>	(fi)	5	27	6	38
		%	13,2%	71,1%	15,8%	100,0%
	<b>Adecuado</b>	(fi)	0	13	7	20
		%	0,0%	65,0%	35,0%	100,0%
	<b>Muy Adecuado</b>	(fi)	0	0	6	6
		%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	<b>Total</b>	(fi)	6	40	19	65
		%	9,2%	61,5%	29,2%	100,0%

**Fuente:** SPSS 25.

De la tabla 10: podemos afirmar que del 100% de la gestión de compras que está en el nivel “inadecuado” corresponden el 100,0% “insatisfecho”. En el segundo nivel corresponden a los clientes que reaccionan al regular manejo de las compras que realiza la empresa, del 100% de la gestión de compras nivel “regular” corresponden el 13,2% “insatisfecho”, el 71,1% “satisfecho”, el 15,8% “muy satisfecho en la satisfacción del cliente. En el tercer nivel corresponde a aquellos clientes que reaccionan al buen manejo de las compras que realiza la empresa, del 100% de la gestión de compras nivel “adecuado” corresponden el 65,0% “satisfecho”, el 35,0% “muy satisfecho” en la satisfacción del cliente. En el cuarto nivel corresponde a aquellos clientes que reaccionan al excelente manejo de las compras que realiza la empresa, del 100% de la gestión de compras nivel “muy adecuado” corresponden al 100,0% al “muy satisfecho” en la variable satisfacción del cliente.

**Ho:** No existe relación significativa entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

**Ha:** Existe relación significativa entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

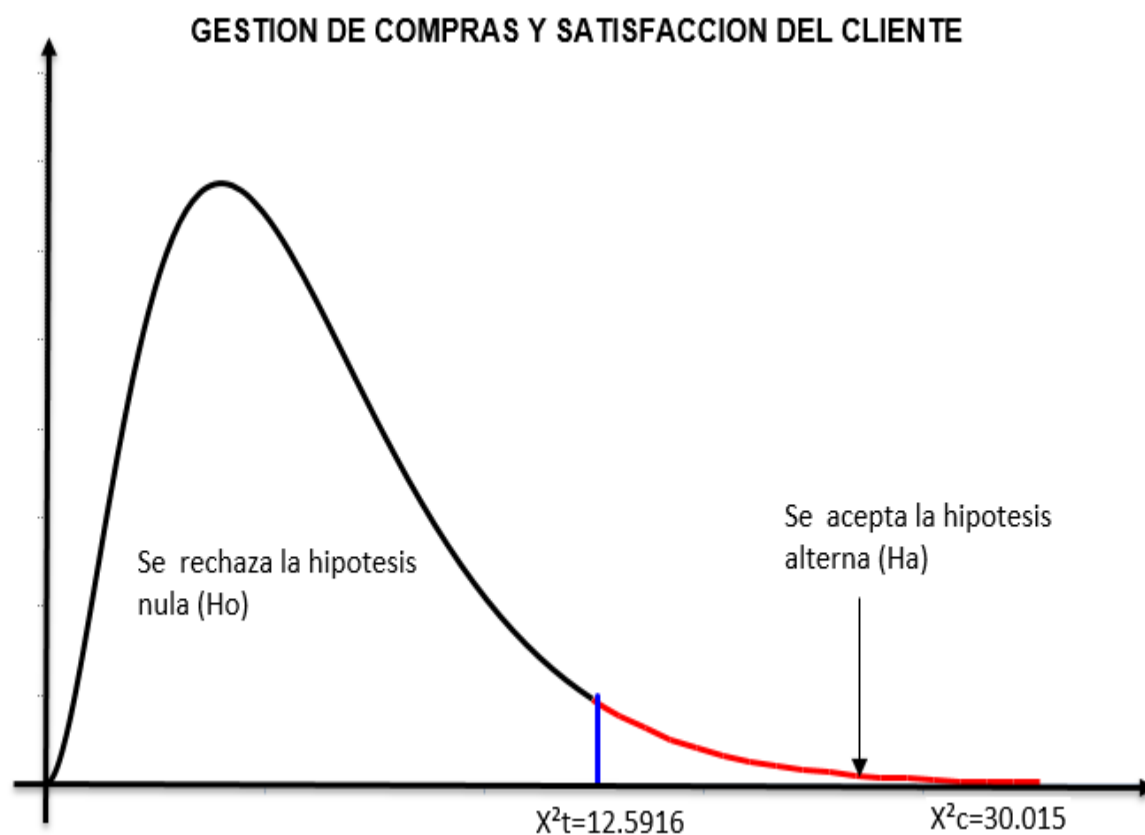
**Tabla 11: Prueba de  $\chi^2$  - Hipótesis específicos 1**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	30,015a	6	,000
Razón de verosimilitud	27,386	6	,000
Asociación lineal por lineal	18,008	1	,000
N de casos válidos	65		

**Fuente:** SPSS 25.

Interpretación: el valor de  $\chi^2_c$  es 30,015 y el valor de  $\chi^2_t$  es 12.5916, con un nivel de confianza del 95% y 6 gl entonces  $\chi^2_c > \chi^2_t$ . por ende se acepta la ( $H_a$ ) y se rechaza la ( $H_o$ ). Entonces se concluye que, existe relación significativa entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

Significación: el criterio para tomar la decisión es que la significación asintótica es  $0.000 < 0.05$ , entonces se concluye que la gestión de compras y la satisfacción del cliente son estadísticamente significativas.



**Figura 6: Zona de aceptación probabilística en  $\chi^2$  (V1D1:V2)**

**Tabla 12:** contingencia de la prueba de hipótesis específico 2

		SATISFACCION DEL CLIENTE			Total	
		Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho		
GESTION DE INVENTARIO	Regular	(fi)	1	15	5	21
		%	4,8%	71,4%	23,8%	100,0%
	Adecuado	(fi)	5	25	14	44
	%	11,4%	56,8%	31,8%	100,0%	
Total	(fi)	6	40	19	65	
	%	9,2%	61,5%	29,2%	100,0%	

**Fuente:** SPSS 25.

De la tabla 12: podemos afirmar que del 100% de la gestión de inventario nivel “regular” corresponden el 4,8% “insatisfecho”, el 71,4% “satisfecho”, el 23,8% nivel “muy satisfecho” en la satisfacción del cliente. En el segundo nivel corresponde a aquellos clientes que reaccionan al buen manejo de los inventarios que realiza la empresa, del 100% de la gestión de inventario nivel “adecuado” corresponden el 11,4% “insatisfecho”, el 56,8% “satisfecho”, 31,8% “muy satisfecho” en la variable satisfacción del cliente.

**Ho:** No existe relación significativa entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

**Ha:** Existe relación significativa entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

**Tabla 13:** Prueba de  $\chi^2$  - Hipótesis específicos 2

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,476a	2	,478
Razón de verosimilitud	1,559	2	,459
Asociación lineal por lineal	,008	1	,929
N de casos válidos	65		

**Fuente:** SPSS 25.

Interpretación: el valor de  $X^2_c$  es 1.476 y el valor de  $X^2_t$  es 5,9915, con un nivel de confianza del 95% y 2 gl entonces  $X^2_c < X^2_t$ . por ende se acepta la ( $H_0$ ) y se rechaza la ( $H_a$ ). Entonces se concluye que, no existe relación significativa entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

Significación: el criterio para tomar la decisión es que la significación asintótica es  $0.478 > 0.05$ , entonces se concluye estadísticamente que la gestión de inventario y la satisfacción del cliente no tiene relación significativa.



**Figura 7:** Zona de aceptación probabilística en  $\chi^2$  ( $D2:V2$ )

**Tabla 14:** contingencia de la prueba de hipótesis específico 3

		SATISFACCION DEL CLIENTE			
		Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
GESTION DE ALMACEN	Inadecuado	(fi) 6	4	0	10
		% 60,0%	40,0%	0,0%	100,0%
	Regular	(fi) 0	16	6	22
	% 0,0%	72,7%	27,3%	100,0%	
Adecuado	(fi) 0	20	13	33	
	% 0,0%	60,6%	39,4%	100,0%	
Total	(fi) 6	40	19	65	
	% 9,2%	61,5%	29,2%	100,0%	

**Fuente:** SPSS 25.

De la tabla 14: podemos afirmar que del 100% de la gestión de almacén que está en el nivel “inadecuado” corresponden el 60,0% “insatisfecho”, al 40,0% “satisfecho”, en la satisfacción del cliente. En el segundo nivel corresponden a aquellos clientes que reaccionan al regular manejo del almacén que tiene la empresa, al 100% de la gestión de almacén nivel “regular” corresponden el 72,7% “satisfecho”, el 27,3% “muy satisfecho”, en la variable satisfacción del cliente. En el tercer nivel corresponde a aquellos clientes que reaccionan al buen manejo del almacén que tiene empresa, del 100% de la gestión de almacén nivel “adecuado” corresponden el 60,6% al “satisfecho”, el 39,4% “muy satisfecho” en la variable satisfacción del cliente.

**Ho:** No existe significativa significativa entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

**Ha:** Existe relación significativa entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

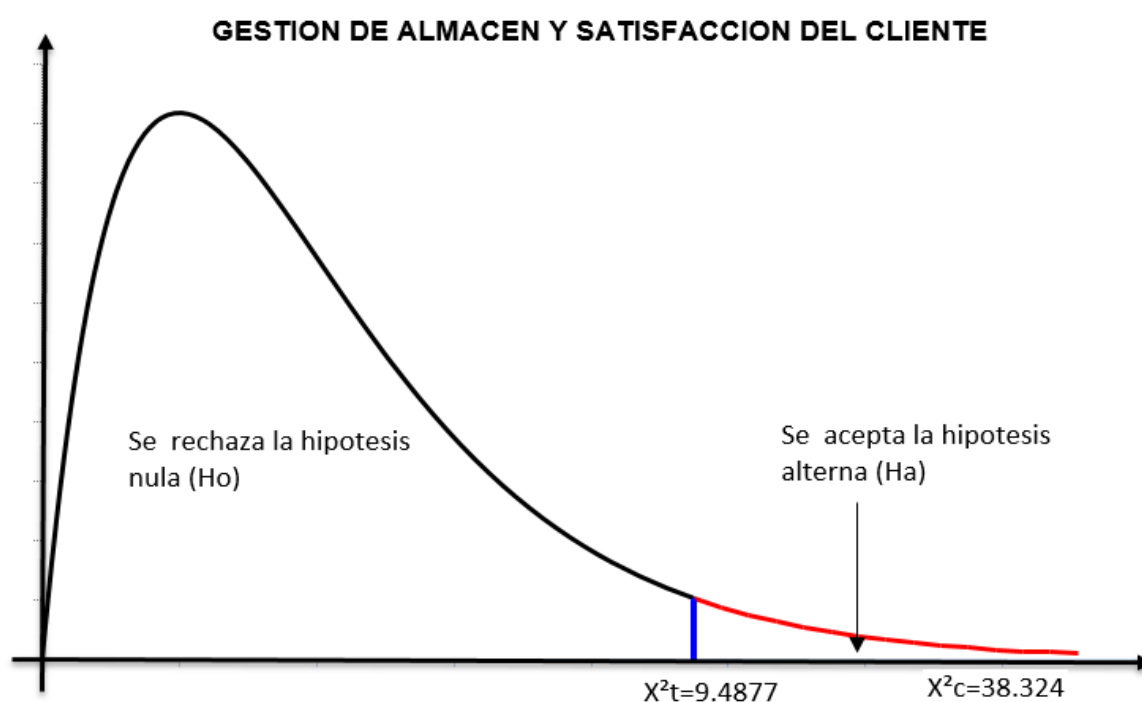
**Tabla 15:** Prueba de  $\chi^2$  - Hipótesis específicos 3

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	38,324a	4	,000
Razón de verosimilitud	30,677	4	,000
Asociación lineal por lineal	16,995	1	,000
N de casos válidos	65		

**Fuente:** SPSS 25.

Interpretación: el valor de  $X^2c$  es 38,324 y el valor de  $X^2t$  es 9,4877, con un nivel de confianza del 95% y 4 gl entonces  $X^2c > X^2t$ . por ende se acepta la ( $H_a$ ) y se rechaza la ( $H_o$ ). Entonces se concluye que, existe relación significativa entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

Significación: el criterio para tomar la decisión es que la significación asintótica es  $0.000 < 0.05$ , entonces se concluye que la gestión de almacén y la satisfacción del cliente son estadísticamente significativas.



**Figura 8:** Zona de aceptación probabilística en  $\chi^2$  (D3:V2)

**Tabla 16:** contingencia de la prueba de hipótesis específico 4

		SATISFACCION DEL CLIENTE			Total	
		Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho		
<b>GESTION DE TRANSPORTE</b>	<b>Regular</b>	(fi)	6	5	0	11
		%	54,5%	45,5%	0,0%	100,0%
	<b>Adecuado</b>	(fi)	0	28	18	46
		%	0,0%	60,9%	39,1%	100,0%
	<b>Muy adecuado</b>	(fi)	0	7	1	8
		%	0,0%	87,5%	12,5%	100,0%
	<b>Total</b>	(fi)	6	40	19	65
		%	9,2%	61,5%	29,2%	100,0%

**Fuente:** SPSS 25.

De la tabla 16: podemos afirmar que del 100% de gestión de transporte que está en el nivel “regular” se observa que corresponden el 54,5% “insatisfecho”, al 45,5% “satisfecho”, en la satisfacción del cliente. En el segundo nivel corresponde a aquellos clientes que reaccionan al uso adecuado del transporte que tiene empresa, del 100% de la gestión de transporte nivel “adecuado” corresponden el 60,9% “satisfecho”, el 39,1% “muy satisfecho” en la variable satisfacción del cliente. En el tercer nivel corresponde a aquellos clientes que reaccionan al uso correcto del transporte que tiene empresa. Del 100% de la gestión de transporte nivel “adecuado” corresponden el 87,5% “satisfecho”, el 12,5% “muy satisfecho” en la V2.

**Ho:** No existe relación significativa entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

**Ha:** Existe relación significativa entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

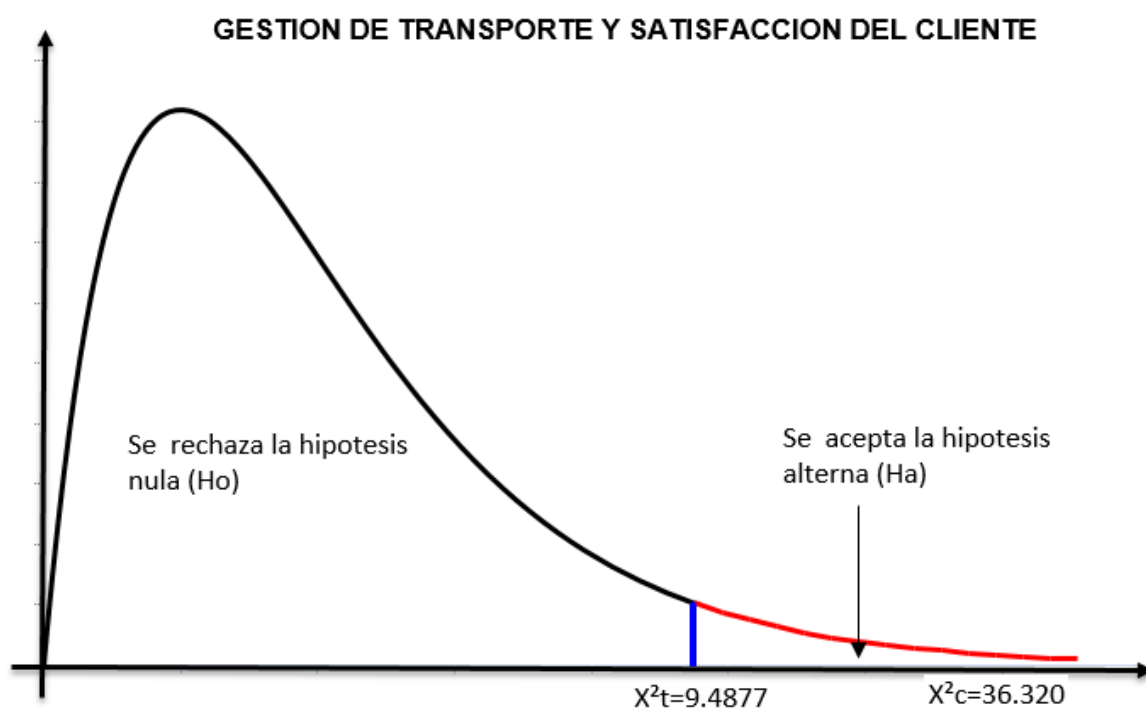
**Tabla 17: Prueba de  $\chi^2$  - Hipótesis específicos 4**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	36,320a	4	,000
Razón de verosimilitud	31,405	4	,000
Asociación lineal por lineal	8,749	1	,003
N de casos válidos	65		

**Fuente:** SPSS 25.

Interpretación: el valor de  $X^2c$  es 36,320 y el valor de  $X^2t$  es 9,4877, con un nivel de confianza del 95% y 4 gl entonces  $X^2c > X^2t$ . por ende se acepta la ( $H_a$ ) y se rechaza la ( $H_o$ ). Entonces se concluye que, existe relación significativa entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.

Significación: el criterio para tomar la decisión es que la significación asintótica es  $0.000 < 0.05$ , entonces se concluye que la D4V1 y la V2 son estadísticamente significativas



**Figura 9: Zona de aceptación probabilística en  $\chi^2$  (D4:V2)**



## V. DISCUSIÓN

En la HG, fue formulada, existe relación significativa entre la gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente, en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021. Esta hipótesis se confirma dado el valor de  $X^2c = 24,197$ , y el  $X^2t = 9.4877$ , con el 95% de confianza y 4 gl entonces se cumple que  $X^2c > X^2t$ .

Además, con un nivel de significancia de  $P - \text{valor} = ,000 < 0.05$  entonces se concluye que ambas variables son estadísticamente significativas. Este resultado es coherente con la investigación de Yagchirema (2015), en su investigación la logística y la satisfacción del cliente de la empresa Reparti SA se determina que existe una correlación significativa entre la logística y la satisfacción del cliente.

Como también según los resultados obtenidos por Huertas (2018), tiene como resultado que ambas variables tienen relación muy alta.

**Sobre la HE1** Existe relación significativa entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021. Esta hipótesis se confirma ya que el valor de  $X^2c = 30,015$ , y el valor  $X^2t = 12,5916$ , con 95% de confianza y 6 gl entonces se cumple que  $X^2c > X^2t$ . Además, con un nivel de significancia de  $P - \text{valor} = ,000 < 0.05$  entonces se concluye que ambas variables son estadísticamente significativas. Este resultado coincide con el hallazgo de Medina (2017), en su investigación modelo de gestión de abastecimiento para ventisqueros S.A. después de los resultados que tuvieron mejoraron y utiliza un modelo de las 5S con el único fin de poder mejorar el resultado de abastecimiento. Como también los hallazgos obtenidos por Huertas (2018), en su investigación tiene como resultado que ambas variables tienen relación muy alta.

**Sobre la HE2** Existe relación significativa entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021. Esta hipótesis se desmiente ya que el valor de  $X^2c = 1,476$  y el valor de  $X^2t = 5,9915$  con 95% de nivel de confianza y 2 gl entonces se observa que  $X^2c < X^2t$ . Además con un nivel de significancia de  $P - \text{valor} = , 0.478 > 0.05$  entonces se concluye que ambas variables no son estadísticamente significativas. Por ende, no existe relación significativa entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021. Este resultado coincide con Salizar (2021), obtienen como resultado de su investigación la Gestión de Proveedores y los Costos de Aprovisionamiento en MYL Comunicaciones 2021 demostró que no

influye la gestión de inventario en la satisfacción del cliente ni la reducción de costos.

**Sobre la HE3** Existe relación significativa entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021. Esta hipótesis se confirma ya que el valor de  $X^2c = 38,324$ , y el valor de, es  $X^{2t} = 9,4877$ , al 95% de confianza y 4 gl entonces  $X^2c > X^{2t}$ . Además, con un nivel de significancia de P - valor = ,000 < 0.05 entonces se concluye que ambas variables son estadísticamente significativas. Este resultado coincide con la investigación de Huertas (2018), en su investigación tiene como resultado que la gestión de almacén y satisfacción del cliente tienen relación muy alta.

**Sobre la HE4** Existe relación significativa entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021. Esta hipótesis se confirma ya que el valor  $X^2c = 36,320$ , y el valor de  $X^{2t} = 9,4877$ , al 95% de confianza y 4 gl entonces  $X^2c > X^{2t}$ . Además, con un nivel de significancia de P - valor = ,000 < 0.05 entonces se concluye que ambas variables son estadísticamente significativas. Estos resultados se afirman con los hallazgos de Huertas (2018), en su investigación tiene como resultado que la gestión de transporte y satisfacción del cliente tienen relación muy alta.

## VI. CONCLUSIONES

### General:

Se determinó que existe relación significativa entre gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021; esto se confirma ya que el CHI cuadrado de Pearson es de  $X^2c = 24,197$ , Además, con un nivel de significancia de  $P - \text{valor} = ,000 < 0.05$  entonces se concluye que ambas variables son estadísticamente significativas.

**Específica 1:** Se determinó que existe relación significativa entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021; cómo podemos observar en la tabla N° 11, esto se confirma ya que el CHI cuadrado de Pearson es de  $X^2c = 24,197$ , Además, con un nivel de significancia de  $P - \text{valor} = ,000 < 0.05$  entonces se concluye que ambas variables son estadísticamente significativas.

**Específica 2:** Se determinó que no hay relación significativa entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021; cómo podemos observar en la tabla N° 13, esto se confirma ya que el CHI cuadrado de Pearson es de  $X^2c = 1,476$  y CHI cuadrado tabular es de  $X^2t = 5,9915$  por ende  $X^2c < X^2t$ . Además, con un nivel de significancia de  $P - \text{valor} = ,478 > 0.05$  entonces se concluye que ambas variables estadísticamente no tienen relación significativa.

**Específica 3:** Se determinó que existe relación significativa entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021; cómo podemos observar en la tabla N° 15, esto se confirma ya que el CHI cuadrado de Pearson es de  $X^2c = 38,324$ . Además, con un nivel de significancia de  $P - \text{valor} = ,000 < 0.05$  entonces se concluye que ambas variables son estadísticamente significativas.

**Específica 4:** Se determinó existe relación significativa entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021; cómo podemos observar en la tabla N° 17, esto se confirma ya que el CHI cuadrado de Pearson es de  $X^2c = 36,320$ . Además, con un nivel de significancia de  $P - \text{valor} = ,000 < 0.05$  entonces se concluye que ambas variables son estadísticamente significativas.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Después de analizar e interpretar los resultados de la investigación se propone a la empresa Corporación Agrícola García SAC las siguientes recomendaciones:

### **Primero**

Se recomienda a la gerencia de la empresa Corporación Agrícola García SAC mejorar las coordinaciones de las compras, los inventarios, el almacenaje y el tipo de transporte que se utiliza, para así tener una gestión de aprovisionamiento efectiva y mantener satisfechos a nuestros clientes y llamar la atención de los clientes potenciales.

### **Segundo**

Se recomienda a la empresa que la gestión de compras se realice con anticipación y de diferentes proveedores para tener una mayor variedad de productos confiables para cumplir con los deseos, necesidades de los clientes.

### **Tercero**

Se recomienda a la empresa realizar los inventarios en periodos mas cortos para evitar tener productos con fechas de vencimiento pasados y así evitar pérdidas, también les permitirá tener conocimiento del stock de cada uno de los productos para contar con la cantidad necesaria de los productos para cubrir la demanda de los clientes oportunamente en las campañas agrícolas.

### **Cuarto**

Se recomienda a la empresa contar con un ambiente limpio, seco y ventilado para el almacenaje de los productos y así evitar tener productos dañados, maltratados, con derrames, para cumplir con las expectativas del cliente y no generar desconfianza.

### **Quinto**

Se recomienda a la empresa que al momento del transporte de los productos se utilice pallets y cumplir con el máximo apilado de las cajas que permitirán una rápida carga y descarga de los productos, llegando a tiempo a su destino y no tener retrasos en los pedidos.

## REFERENCIA

- CHAVEZ LIENDO, O. C. (2019). Aplicación de la gestión de aprovisionamiento basado en el control de inventario para reducir los costos de producción en la pastelería Roma, SJL,2019. *Aplicación de la gestión de aprovisionamiento basado en el control de inventario para reducir los costos de producción en la pastelería Roma, SJL,2019*. Lima.
- CAICEDO., L. G. (2010). *Gestión logística de compras*. Venezuela, Venezuela: Instituto Venezolano SS.
- Canal, M. (2021, mayo 27). *Crisis logística: hacia un plan de recuperación*. Retrieved from Muy Canal: <https://www.muycanal.com/2021/05/27/crisis-logistica>
- Carrasco, D. S. (2017). *metodología de la investigación científica*. Peru: san marcos de anibal paredes galvan.
- Casado Alcaide, J. C. (2015). *fidelización del cliente*. Madrid España: ESIC EDITORIAL.
- Dutka, A. (1998). *manual de AM para la satisfacción del cliente*. argentina: ediciones granicaS.A.
- ENTREPRENEUR. (2021, 01 19). *8 trucos de logística para ser competitivo*. Retrieved from 8 trucos de logística para ser competitivo: <https://www.entrepreneur.com/article/267891/>
- Escudero Serrano, M. J. (2014). *gestión de compras*. Madrid España: Ediciones Paraninfo SA.
- Escudero, S. M. (2009). *gestión de aprovisionamiento-administración*. ediciones paraninfo S.A.
- GESTION, D. (2020, MARZO 25). *Industria logística británica pide que se retrase el Brexit*. Retrieved from Industria logística británica pide que se retrase el Brexit: <https://gestion.pe/economia/empresas/coronavirus-industria-logistica-britanica-pide-que-se-retrase-el-brexite-noticia/>

- Gonzales Macedo, V. L., & Flores Lozano, M. F. (2020, Setiembre). La satisfacción del cliente y su relación con la fidelización del cliente. *Trabajo de Investigación para obtener el Grado Académico de Bachiller en*. Tarapoto.
- Gutierrez, G. (2018). *logística de aprovisionamiento*. Madrid: SÍNTESIS, S. A.
- HARO, G. I. (2017). PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO. *PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO*. CHILE, PUERTO MONTT, CHILE.
- hayes. (2000). *satisfaccion*.
- Hernandez, Z. (2014). *metodologia de la investigacion*.
- Huamani Pozo , R. R., & Rojas Velásquez, I. T. (2018, Setiembre). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Centro de Salud San. Lima, Chosica.
- Huertas Aponte, F. (2018, Julio). “La relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en Ancro. “*La relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en Ancro S.R.L., Santa Anita - 2018*”. Lima, Santa Anita.
- Jorquera, F. J. (2012). Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la. *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la*. Santiago, Chile, Santiago, Chile.
- jose, m. s. (2013). *gestion de logistica y comercial*. ediciones paraninfo S.A.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing (Octava ed.)*. . mexico.
- Lopez, A. I. (2013). *DISTRIBUCION Y LOGISTICA*. ESPAÑA: ESIC EDITORIAL.
- Manzano, O. J. (2014). *logística de aprovisionamiento*. españa: ediciones paraninfo S.A.
- Martina, A. (2009). *Gestion de las relaciones con los clientes*. .
- Meindl, C. y. (2008).
- Morales, S. V., & Hernandez, M. A. (2004). *Calidad y Satisfaccion en los Servicios*. Argentina: buenos aires.

- Mosquera, D. C. (2018 ). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante. *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante*. Guayaquil, Ecuador , Guayaquil, Ecuador .
- Mosquera, I. D. (2018, 01 05). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante. *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante*. Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Ecuador: universidad catolica de santiago de guayaquil.
- Muñoz Rocha, C. I. (2015). *Metodología de la investigación*. MEXICO: Progreso S.A de C.V.
- nico, s. m. (2021, diciembre 8). *gestion. gestion*. callao, callao, peru.
- Ruibal, A. (2011). *Logística y gestión de almacenes*. . Bogota: Bogota.
- Salizar Meneses, C. O. (2021). La gestión de proveedores y los costos de aprovisionamiento en MYL Comunicaciones 2020. *La gestión de proveedores y los costos de aprovisionamiento en MYL Comunicaciones 2020*.
- Schnarch Kirberg, A. (2011). *Marketing de fidelización*. bogota colombia: ecoediciones.
- Yagchirema Altamirano, A. K. (2015, Marzo). "La Logística y la Satisfacción del cliente en. Ecuador, Ambato, Ambato.
- Zeithaml, V. (2009). *Marketing de servicios*". Madrid, España.: McGraw-Hill.

## ANEXOS

### ANEXO 1: Matriz De Consistencia

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b> ¿En qué medida la gestión de aprovisionamiento se relaciona con la satisfacción del cliente, en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b> <b>PE1:</b> ¿Cuál es la relación entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?</p> <p><b>PE2:</b> ¿Cuál es la relación entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b> Determinar la relación entre gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente, en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b> <b>OE1:</b> Determinar la relación entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p> <p><b>OE2:</b> Determinar la relación entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b> Existe una relación significativa entre gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p> <p><b>HIPOTESIS ESPECIFICOS</b> <b>HE1:</b> Existe relación significativa entre gestión de compras y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p> <p><b>HE2:</b> Existe relación significativa entre gestión de inventario y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola</p>	<p><b>VARIABLE N°01</b> <b>Gestión de aprovisionamiento.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de compras</li> <li>- Gestión de inventario</li> <li>- Gestión de almacén</li> <li>- Gestión de transporte</li> </ul> <p><b>VARIABLE N°02</b> <b>Satisfacción del cliente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Precio</li> <li>- Calidad de producto</li> <li>- Calidad de servicio</li> </ul>	<p><b>TIPO</b> aplicado</p> <p><b>DISEÑO</b> No experimental transversal</p> <p><b>NIVEL</b> correlacional</p> <p><b>ENFOQUE</b> cuantitativo</p> <p><b>POBLACION</b> 560 clientes</p> <p><b>MUESTRA</b> 65 clientes</p>



<p><b>PE3:</b> ¿Cuál es la relación entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?</p> <p><b>PE4:</b> ¿Cuál es la relación entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García SAC Andahuaylas, 2021?</p>	<p><b>OE3:</b> Determinar la relación entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p> <p><b>OE4:</b> Determinar la relación entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p>	<p>García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p> <p><b>HE3:</b> Existe relación significativa entre gestión de almacén y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p> <p><b>HE4:</b> Existe relación significativa entre gestión de transporte y satisfacción del cliente en la Corporación Agrícola García S.A.C Andahuaylas, 2021.</p>		<p><b>MUESTREO</b> Muestreo aleatorio simple (MAS)</p> <p><b>TECNICA</b> Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTO</b> cuestionario</p> <p><b>PROCESAMIENTO DE DATOS</b> SPSS - 25</p>
--	--	---	--	---

**ANEXO 2: Operacionalización De Variables**

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ITEMS</b>	<b>ESCALA DE MEDICION</b>
<b>GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO</b>	<p>Escudero (2014) La logística es una actividad empresarial que tiene como finalidad satisfacer las necesidades del cliente, de modo que proporcionen productos y servicios en el momento, en el lugar y la cantidad que se soliciten, y todo ello al mínimo coste. (pág. 17)</p> <p>-Gestión de compras -Gestión de inventario -Gestión de almacén -Gestión de transporte.</p>	<p>Es una acción que realiza la empresa para seguir vendiendo, Y satisfacer las necesidades de sus clientes. El cual será medido por 10 ítems y con escala: nunca(1), casi nunca(2), a veces(3),casi siempre(4), siempre(5)</p>	Gestión de compras	Proveedores	La empresa vende líneas de productos confiables.	<b>ORDINAL</b>
				Diversidad	Considera usted que la empresa ofrece una variedad de productos.	
			Gestión de inventario	Stock	Cada vez que acude a la empresa encuentra la cantidad de productos que desea.	
					Considera usted que la empresa no cuenta con el stock suficiente en las campañas agrícolas.	
				Rotación	Las fechas de caducidad de los productos que le ofrecen son prolongadas.	
			Gestión de almacén	Organización	Los productos que compra presentan derrames, averías, rasguños.	
				Limpieza	Los productos que compra se encuentran limpios y en buen estado.	
			Gestión de transporte	Tiempo	Los pedidos que realiza llegan a tiempo.	
				Cantidad	Sus pedidos llegan en la cantidad que lo requiere	
			Considera usted que la empresa utiliza el tipo de vehículo adecuado.			

<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<p>Zeithaml (2009) menciona que los clientes perciben la satisfacción como la estimación en relación a producto o servicios en términos de si el producto cumplió o no sus necesidades y expectativas y es percibida a través de:</p> <p>- precio.</p> <p>-calidad del producto.</p> <p>-calidad del servicio.</p>	<p>Es el resultado que se logra al superar las expectativas del cliente con los productos puestos a disposición de ellos.</p> <p>El cual será medido por 12 ítems y con escala: nunca(1), casi nunca(2), a veces(3), casi siempre(4), siempre(5)</p>	Precio	Valor	Percibe un valor del servicio inferior al precio que se ofrece	<b>ORDINAL</b>
			Calidad de producto	Nivel	Considera usted los servicios ofrecidos no cumplen con un nivel de calidad .	
					Considera Ud. que la empresa no se preocupa por los detalles al cubrir las necesidades del cliente	
			Calidad De Servicio	Tangibilidad	Considera usted que las instalaciones del área de ventas están visualmente atractivas y limpias.	
					Cuándo acude al punto de venta los vendedores le tratan con respeto y amabilidad.	
				Fiabilidad	Los productos que adquiere le dan resultados en su cosecha.	
					Los vendedores le brindan asesoría e información suficiente con respecto a los productos.	
				Capacidad de respuesta	Percibe usted que la empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes.	
				Seguridad	Al momento de la compra considera usted que le brindan información certera y segura.	
					Cada vez que acude al establecimiento se siente seguro de encontrar lo que busca	
				Empatía	Considera usted que le brindan una atención personalizada.	
			Los colaboradores son empáticos con usted.			

### ANEXO 3: Autorización De La Empresa



HUANTA, 20 DE AGOSTO DEL 2021

A: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO  
DE: ZENOBIA GARCIA AVILA  
(GERENTE GENERAL)  
ASUNTO: AUTORIZACION PARA ELABORACION DE TESIS

PRESENTE

Mediante la presente yo Zenobia García Ávila, identificado con DNI°19817451 en calidad de gerente general de la empresa Corporación Agrícola García S.A.C con RUC: 20494371457 autorizo, a la Universidad Cesar Vallejo para que la Srta. Cerrón Truyenque Edith Paola con DNI° 74088952 y Saenz Mendoza, Estefani Nicosca con DNI° 71856433 puedan realizar su tesis en mi empresa sobre el tema de **“GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA CORPORACIÓN AGRÍCOLA GARCÍA ANDAHUAYLAS – APURÍMAC – 2021”**

Atentamente,

CORPORACIÓN AGRÍCOLA GARCIA SAC  
RUC: 20494371457

  
Zenobia García Ávila  
GERENTE GENERAL

ZENOBIA GARCIA AVILA

DNI: 19817451

## ANEXO 4: Instrumento De Recolección De Datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Estimado cliente el presente cuestionario es para la obtención de información para la elaboración del proyecto de investigación.

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** Gestión de aprovisionamiento y satisfacción del cliente, en la empresa Corporación Agrícola García S.A.C, Andahuaylas 2021.

**INDICACIONES:**

- El cuestionario será de manera anónima
- Lea correctamente cada una de las preguntas y responda con sinceridad, para el cual tiene 5 | posibles respuestas.

**SIGNIFICADO:**























- 1: Nunca                                      3: A Veces                                      5: Siempre  
2: Casi Nunca                                      4: Casi Siempre

Variable 1	Gestión de aprovisionamiento					
Dimensiones	Preguntas	1	2	3	4	5
Gestión de compras	¿La empresa vende líneas de productos confiables?					
	¿Considera usted que la empresa ofrece una variedad de productos?					
Gestión de inventario	¿Cada vez que acude a la empresa encuentra la cantidad de productos que desea?					
	¿Considera usted que la empresa no cuenta con el stock suficiente en las campañas agrícolas?					
	¿Las fechas de caducidad de los productos que le ofrecen son prolongadas?					
Gestión de almacén	¿Los productos que compra presentan derrames, averías, rasguños?					
	¿Los productos que compra se encuentran limpios y en buen estado?					
Gestión de transporte	¿Los pedidos que realiza llegan a tiempo?					
	¿Sus pedidos llegan en la cantidad que lo requiere?					
	¿Considera usted que la empresa utiliza el tipo de vehículo adecuado?					
Variable 2	Satisfacción del cliente					
Dimensiones	Preguntas	1	2	3	4	5
Precio	¿Percibe un valor del servicio inferior al precio que se ofrece?					
Calidad de producto	¿Considera usted los servicios ofrecidos no cumplen con un nivel de calidad?					
	¿Considera Ud. que la empresa no se preocupa por los detalles al cubrir las necesidades del cliente?					
Calidad De Servicio	¿Considera usted que las instalaciones del área de ventas están visualmente atractivas y limpias?					
	¿Cuándo acude al punto de venta los vendedores le tratan con respeto y amabilidad?					
	¿Los productos que adquiere le dan resultados en su cosecha?					
	¿Los vendedores les brindan asesoría e información suficiente con respecto a los productos?					
	¿Percibe usted que la empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes?					
	¿Al momento de la compra considera usted que le brindan información certera y segura?					
	¿Cada vez que acude al establecimiento se siente seguro de encontrar lo que busca?					
	¿Considera usted que le brindan una atención personalizada?					
¿Los colaboradores son empáticos con usted?						

**ANEXO 5: Resultados De La Prueba Piloto**

	VARIABLE 1 "GESTION DE APROVISIONAMIENTO"										VARIABLE N°2 "SATISFACCION DEL CLIENTE"										TOTALES										
	D1		D2			D3		D4			D1	D2			D3							VARIABLE 1					VARIABLE N°2				
	Pre n°1	Pre n°2	Pre n°3	Pre n°4	Pre n°5	Pre n°6	Pre n°7	Pre n°8	Pre n°9	Pre n°10	Pre n°11	Pre n°12	Pre n°13	Pre n°14	Pre n°15	Pre n°16	Pre n°17	Pre n°18	Pre n°19	Pre n°20	Pre n°21	Pre n°22	D1	D2	D3	D4	TV1	D1	D2	D3	TV2
SUJETO 1	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	5	2	4	3	3	3	7	8	6	11	32	2	6	30	38
SUJETO 2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	6	11	8	12	37	3	9	38	50
SUJETO 3	4	2	2	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	6	7	5	11	29	3	7	31	41
SUJETO 4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	6	11	7	12	36	4	7	37	48
SUJETO 5	5	2	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	5	3	4	3	2	5	4	7	9	7	10	33	3	5	32	40
SUJETO 6	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	4	5	6	8	7	8	29	4	6	31	41
SUJETO 7	2	2	2	2	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	8	5	11	28	3	8	38	49
SUJETO 8	4	4	3	3	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	3	4	4	5	8	11	8	12	39	4	9	39	52
SUJETO 9	4	3	4	4	4	3	3	5	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	7	12	6	13	38	3	7	32	42
SUJETO 10	2	1	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	1	4	3	3	7	4	8	22	3	5	26	34
varianzas	0.84	0.64	0.69	0.4	1.01	0.49	0.64	0.44	0.56	0.6	0.36	0.45	0.84	0.44	0.61	0.41	0.6	1.01	0.61	0.81	0.36	0.49					26				31.3

**ANEXO 6: Base de datos spss**

 P1	 P2	 P3	 P4	 P5	 P6	 P7	 P8	 P9	 P10	 P11	 P12	 P13	 P14	 P15	 P16	 P17	 P18	 P19	 P20	 P21	 P22
4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	5	2	4	3	3	3
3	3	4	3	4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	2	2	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4
3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5
5	2	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	5	3	4	3	2	5	4
3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	4	5
2	2	2	2	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4
4	4	3	3	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	3	4	4	5
4	3	4	4	4	3	3	5	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4
2	1	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	1	4	3



**ANEXO 7: Tabla De Distribución X<sup>2</sup>**

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

<b>v/p</b>	<b>0,001</b>	<b>0,0025</b>	<b>0,005</b>	<b>0,01</b>	<b>0,025</b>	<b>0,05</b>	<b>0,1</b>	<b>0,15</b>	<b>0,2</b>	<b>0,25</b>	<b>0,3</b>	<b>0,35</b>	<b>0,4</b>	<b>0,45</b>	<b>0,5</b>
<b>1</b>	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
<b>2</b>	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
<b>3</b>	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
<b>4</b>	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
<b>5</b>	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
<b>6</b>	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
<b>7</b>	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
<b>8</b>	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
<b>9</b>	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
<b>10</b>	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
<b>11</b>	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
<b>12</b>	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
<b>13</b>	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
<b>14</b>	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
<b>15</b>	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
<b>16</b>	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
<b>17</b>	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0646	16,3382
<b>18</b>	42,3119	39,4220	37,1564	34,8052	31,5264	28,8693	25,9894	24,1555	22,7595	21,6049	20,6014	19,6993	18,8679	18,0860	17,3379
<b>19</b>	43,8194	40,8847	38,5821	36,1908	32,8523	30,1435	27,2036	25,3289	23,9004	22,7178	21,6891	20,7638	19,9102	19,1069	18,3376
<b>20</b>	45,3142	42,3358	39,9969	37,5663	34,1696	31,4104	28,4120	26,4976	25,0375	23,8277	22,7745	21,8265	20,9514	20,1272	19,3374
<b>21</b>	46,7963	43,7749	41,4009	38,9322	35,4789	32,6706	29,6151	27,6620	26,1711	24,9348	23,8578	22,8876	21,9915	21,1470	20,3372
<b>22</b>	48,2676	45,2041	42,7957	40,2894	36,7807	33,9245	30,8133	28,8224	27,3015	26,0393	24,9390	23,9473	23,0307	22,1663	21,3370
<b>23</b>	49,7276	46,6231	44,1814	41,6383	38,0756	35,1725	32,0069	29,9792	28,4288	27,1413	26,0184	25,0055	24,0689	23,1852	22,3369
<b>24</b>	51,1790	48,0336	45,5584	42,9798	39,3641	36,4150	33,1962	31,1325	29,5533	28,2412	27,0960	26,0625	25,1064	24,2037	23,3367
<b>25</b>	52,6187	49,4351	46,9280	44,3140	40,6465	37,6525	34,3816	32,2825	30,6752	29,3388	28,1719	27,1183	26,1430	25,2218	24,3366
<b>26</b>	54,0511	50,8291	48,2898	45,6416	41,9231	38,8851	35,5632	33,4295	31,7946	30,4346	29,2463	28,1730	27,1789	26,2395	25,3365
<b>27</b>	55,4751	52,2152	49,6450	46,9628	43,1945	40,1133	36,7412	34,5736	32,9117	31,5284	30,3193	29,2266	28,2141	27,2569	26,3363
<b>28</b>	56,8918	53,5939	50,9936	48,2782	44,4608	41,3372	37,9159	35,7150	34,0266	32,6205	31,3909	30,2791	29,2486	28,2740	27,3362
<b>29</b>	58,3006	54,9662	52,3355	49,5878	45,7223	42,5569	39,0875	36,8538	35,1394	33,7109	32,4612	31,3308	30,2825	29,2908	28,3361



## ANEXO 8: Instrumento De Validación



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, EN LA EMPRESA CORPORACIÓN AGRÍCOLA GARCÍA S.A.C, ANDAHUAYLAS".**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1</b>								
1	<b>GESTION DE COMPRAS</b>							
a	La empresa vende líneas de productos confiables.	x		x		x		
b	Considera usted que la empresa ofrece una variedad de productos.	x		x		x		
<b>DIMENSION 2</b>								
2	<b>GESTION DE ALMACEN</b>							
a	Cada vez que acude a la empresa encuentra la cantidad de productos que desea.	x		x		x		
b	Considera usted que la empresa no cuenta con el stock suficiente en las campañas agrícolas.	x		x		x		
c	Las fechas de caducidad de los productos que le ofrecen son prolongadas.	x		x		x		
<b>DIMENSION 3</b>								
3	<b>GESTION DE INVENTARIO</b>							
a	Los productos que compra presentan derrames, averías, rasguños.	x		x		x		
b	Los productos que compra se encuentran limpios y en buen estado.	x		x		x		
c	Los pedidos que realiza llegan a tiempo.	x		x		x		
<b>DIMENSION 4</b>								
4	<b>GESTION DE TRANSPORTE</b>							
a	Sus pedidos llegan en la cantidad que lo requiere.	x		x		x		
b	Considera usted que la empresa utiliza el tipo de vehículo adecuado.	x		x		x		
<b>DIMENSION 5</b>								
5	<b>PRECIO</b>							
a	Percibe un valor del servicio inferior al precio que se ofrece.							
<b>DIMENSION 6</b>								
6	<b>CALIDAD DE PRODUCTO</b>							
a	Considera usted los servicios ofrecidos no cumplen con un nivel de calidad.	x		x		x		
b	Considera Ud. que la empresa no se preocupa por los detalles al cubrir las necesidades del cliente.	x		x		x		
<b>DIMENSION 7</b>								
7	<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>							
a	Considera usted que las instalaciones del área de ventas están visualmente atractivas y limpias.	x		x		x		
b	Cuándo acude al punto de venta los vendedores le tratan con respeto y amabilidad.	x		x		x		
c	Los productos que adquiere le dan resultados en su cosecha.	x		x		x		
d	Los vendedores le brindan asesoría e información suficiente con respecto a los productos.	x		x		x		
e	Percibe usted que la empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes.	x		x		x		

f	Al momento de la compra considera usted que le brindan información certera y segura.	x		x		x		
g	Cada vez que acude al establecimiento se siente seguro de encontrar lo que busca.	x		x		x		
h	Considera usted que le brindan una atención personalizada.	x		x		x		
i	Los colaboradores son empáticos con usted.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Dios Zárate, Luis Enrique

DNI: 07909441

Especialidad del validador: Licenciado en Administración

25 de setiembre del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

-----  
Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, EN LA EMPRESA CORPORACIÓN AGRÍCOLA GARCÍA S.A.C, ANDAHUAYLAS".**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>1</b>	<b>GESTION DE COMPRAS</b>	x		x		x		
a	La empresa vende líneas de productos confiables.	x		x		x		
b	Considera usted que la empresa ofrece una variedad de productos.	x		x		x		
	<b>DIMENSION 2</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>2</b>	<b>GESTION DE ALMACEN</b>							
a	Cada vez que acude a la empresa encuentra la cantidad de productos que desea.	x		x		x		
b	Considera usted que la empresa no cuenta con el stock suficiente en las campañas agrícolas.	x		x		x		
c	Las fechas de caducidad de los productos que le ofrecen son prolongadas.	x		x		x		
	<b>DIMENSION 3</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>3</b>	<b>GESTION DE INVENTARIO</b>							
a	Los productos que compra presentan derrames, averías, rasguños.	x		x		x		
b	Los productos que compra se encuentran limpios y en buen estado.	x		x		x		
c	Los pedidos que realiza llegan a tiempo.	x		x		x		
	<b>DIMENSION 4</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>4</b>	<b>GESTION DE TRANSPORTE</b>							
a	Sus pedidos llegan en la cantidad que lo requiere.	x		x		x		
b	Considera usted que la empresa utiliza el tipo de vehículo adecuado.	x		x		x		
	<b>DIMENSION 5</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>5</b>	<b>PRECIO</b>							
a	Percibe un valor del servicio inferior al precio que se ofrece.							
	<b>DIMENSION 6</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>6</b>	<b>CALIDAD DE PRODUCTO</b>	x		x		x		
a	Considera usted los servicios ofrecidos no cumplen con un nivel de calidad.	x		x		x		
b	Considera Ud. que la empresa no se preocupa por los detalles al cubrir las necesidades del cliente.	x		x		x		
	<b>DIMENSION 7</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>7</b>	<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>							
a	Considera usted que las instalaciones del área de ventas están visualmente atractivas y limpias.	x		x		x		
b	Cuándo acude al punto de venta los vendedores le tratan con respeto y amabilidad.	x		x		x		
c	Los productos que adquiere le dan resultados en su cosecha.	x		x		x		
d	Los vendedores le brindan asesoría e información suficiente con respecto a los productos.	x		x		x		
e	Percibe usted que la empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes.	x		x		x		

f	Al momento de la compra considera usted que le brindan información certera y segura.	x		x		x		
g	Cada vez que acude al establecimiento se siente seguro de encontrar lo que busca.	x		x		x		
h	Considera usted que le brindan una atención personalizada.	x		x		x		
i	Los colaboradores son empáticos con usted.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Perez Ruibal Regalado, Eliana

DNI: 15427987

Especialidad del validador: **Administración**

25 de setiembre del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE “GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, EN LA EMPRESA CORPORACIÓN AGRÍCOLA GARCÍA S.A.C. ANDAHUAYLAS”.**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSION 1</b>							
1	<b>GESTION DE COMPRAS</b>							
a	La empresa vende líneas de productos confiables.	√		√		√		
b	Considera usted que la empresa ofrece una variedad de productos.	√		√		√		
	<b>DIMENSION 2</b>							
2	<b>GESTION DE ALMACEN</b>							
a	Cada vez que acude a la empresa encuentra la cantidad de productos que desea.	√		√		√		
b	Considera usted que la empresa no cuenta con el stock suficiente en las campañas agrícolas.	√		√		√		
c	Las fechas de caducidad de los productos que le ofrecen son prolongadas.	√		√		√		
	<b>DIMENSION 3</b>							
3	<b>GESTION DE INVENTARIO</b>							
a	Los productos que compra presentan derrames, averías, rasguños.	√		√		√		
b	Los productos que compra se encuentran limpios y en buen estado.	√		√		√		
c	Los pedidos que realiza llegan a tiempo.	√		√		√		
	<b>DIMENSION 4</b>							
4	<b>GESTION DE TRANSPORTE</b>							
a	Sus pedidos llegan en la cantidad que lo requiere.	√		√		√		
b	Considera usted que la empresa utiliza el tipo de vehículo adecuado.	√		√		√		
	<b>DIMENSION 5</b>							
5	<b>PRECIO</b>							
a	Percibe un valor del servicio inferior al precio que se ofrece.	√		√		√		
	<b>DIMENSION 6</b>							
6	<b>CALIDAD DE PRODUCTO</b>							
a	Considera usted los servicios ofrecidos no cumplen con un nivel de calidad.	√		√		√		
b	Considera Ud. que la empresa no se preocupa por los detalles al cubrir las necesidades del cliente.	√		√		√		
	<b>DIMENSION 7</b>							
7	<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>							
a	Considera usted que las instalaciones del área de ventas están visualmente atractivas y limpias.	√		√		√		
b	Cuándo acude al punto de venta los vendedores le tratan con respeto y amabilidad.	√		√		√		
c	Los productos que adquiere le dan resultados en su cosecha.	√		√		√		
d	Los vendedores le brindan asesoría e información suficiente con respecto a los productos.	√		√		√		
e	Percibe usted que la empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes.	√		√		√		
f	Al momento de la compra considera usted que le brindan información certera y segura.	√		√		√		
g	Cada vez que acude al establecimiento se siente seguro de encontrar lo que busca.	√		√		√		
h	Considera usted que le brindan una atención personalizada.	√		√		√		
i	Los colaboradores son empáticos con usted.	√		√		√		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **Suficiencia Proba**

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

Apellidos y nombres del juez validador. **Lopez Landauro, Rafael Arturo**

DNI: **08273208**

Especialidad del validador: **Gestión de Organizaciones**

25 de setiembre del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión