



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Gestión de almacenes y la satisfacción de los clientes de
la empresa Postes del Norte S.A.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Navarrete Saldaña, Abel Edgardo (ORCID: [0000-0003-4264-7921](https://orcid.org/0000-0003-4264-7921))

ASESOR:

Dr. Marquez Yauri, Heyner Yuliano (ORCID: [0000-0002-1825-9542](https://orcid.org/0000-0002-1825-9542))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

TRUJILLO – PERÚ

2022

Dedicatoria

La finalización del presente trabajo de tesis, se la dedico a Dios en primer lugar por darme la oportunidad de crecer cada día profesional y personalmente, también se lo dedico a mi esposa e hijos por todo el apoyo que me brindan en cada paso que doy, contando siempre con su comprensión y cariño con los cuales he podido lograr este gran objetivo trazado.

Agradecimiento

Agradezco profundamente a Dios por su compañía en cada paso que doy, A mi familia que son mi motor y motivo para seguir adelante y el permitirme estar con ellos.

Agradezco a la universidad, a los maestros, a mis compañeros y a mi asesor por el apoyo con la culminación de esta nueva etapa de mi vida, agradecer también el haber desarrollado mis conocimientos a través de las enseñanzas en clase y las experiencias compartidas.

Índice de Contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables de investigación	11
3.3. Población, muestra y muestreo	13
3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimiento	14
3.6. Metodo de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS	15
4.1. Resultados descriptivos	15
4.2. Resultados inferenciales	19
V. DISCUSIÓN	22
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	30
ANEXOS	37

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Relación de la variable 1 y la dimensión fiabilidad de la Satisfacción del cliente</i>	27
Tabla 2. <i>Relación de la variable 1 y la capacidad de respuesta de la variable 2</i>	28
Tabla 3. Determinar si la variable 1 influye en la variable 2 de la compañía Postes del Norte S.A.....	29

Índice de Figuras

Figura 1. Punto de vista de los encuestado de la variable 1 en la compañía Postes Norte S.A.....	23
Figura 2. Niveles de la gestión de almacén por dimensiones en la empresa Postes Norte S.A.....	24
Figura 3. Nivel de la satisfacción de los clientes de la empresa Postes Norte S.A.....	25
Figura 4. Nivel de la satisfacción por dimensión de los clientes de la empresa Postes Norte S.A.....	26

Resumen

El estudio tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre la gestión de almacenes y la satisfacción de los clientes de la empresa Postes del Norte S.A. El estudio fue de tipo básico, de diseño no experimental, descriptivo - correlacional. Las técnicas utilizadas fueron: la observación y la encuesta aplicado a 60 individuos. En los resultados se identificó que el 45.0 % de clientes consideró que la gestión de almacén fue de buena a muy buena; en el caso de los resultados obtenidos por cada dimensión para la variable gestión de almacenes, se encontró que la recepción obtuvo el 45,00%; almacenamiento con 46,67 %; y movimiento con 41,67 % para la categoría bueno. Por otro lado, para la variable satisfacción de clientes se encontró que el 46,67 % consideró que el tener una satisfacción que fue hasta muy satisfechos; y el alcances de sus dimensiones fueron que Fiabilidad con 46,67 %; y Capacidad de respuesta con 43,33% presentaron un nivel bueno a muy bueno. En cuanto a los resultados inferenciales se encontró que en la relación que presentó la gestión de almacén con la satisfacción de los usuarios; con un coeficiente que 0,993, fue alta y directa. Además, se calculó el coeficiente de determinación; identificando que la variable gestión de almacén influye en la satisfacción de los clientes en un 98,61%, determinándose una correlación ideal, directa y positiva.

Palabras claves: Gestión de almacén, Satisfacción del cliente, Postes Norte S.A.

Abstract

The purpose of the study was to determine the relationship between warehouse management and customer satisfaction of the company Postes del Norte S.A. The study was of a basic type, with a non-experimental, descriptive-correlational design. The techniques used were: observation and survey applied to 60 individuals. In the results, it was identified that 45.0% of clients considered that the warehouse management was from good to very good; In the case of the results obtained by each dimension for the warehouse management variable, it was found that reception obtained 45.00%; storage with 46.67%; and movement with 41.67% for the good category. On the other hand, for the customer satisfaction variable, it was found that 46.67% considered having a satisfaction that was even very satisfied; and the scope of its dimensions were that Reliability with 46.67%; and Responsiveness with 43.33% presented a good to very good level. Regarding the inferential results, it was found that in the relationship between warehouse management and user satisfaction; with a coefficient of 0.993, it was high and direct. In addition, the coefficient of determination was calculated; identifying that the warehouse management variable influences customer satisfaction by 98.61%, determining an ideal, direct and positive correlation.

Keywords: Warehouse management, Customer satisfaction, Postes Norte S.A.

I. INTRODUCCIÓN

En referencia a la internacionalización y a la elevada competitividad, en la actual década, la planificación se convierte en un punto muy importante a abordar por todas las áreas de una empresa y para esto se tiene que recurrir a una organización por procesos, donde los mismos sean transparentes, entendibles para todos y se encuentren entrelazados, así mismo los procesos deben depender de sus procedimientos intrínsecos por encima del personal. En este punto, las empresas tienen que diseñar y manejar de manera óptima sus bienes, en este contexto ocurren que ocasiones no se presente así; es debido a esto por lo que algunas fracasan; en este punto el tema de logística se transforma en un elemento de suma importancia en el interno de una organización para el alcance de soluciones y en este contexto permite brindar un servicio de calidad o producto al consumidor.

En esta problemática, la revista *Énfasis Logística* (2021) menciona que una defectuosa administración del almacén provoca pérdidas aproximadas del 20% en los ingresos netos de la organización debido a que genera deficiencias en el manejo de duración de las operaciones, mala interrelación con las diferentes jefaturas, errores en el instante de determinar un fruto o materia prima y mal manejo del recurso humano, también indica que el tema de mayor significancia en la gestión de almacenes serían el rendimiento, el aseguramiento y la inversión. En este punto, las empresas incorporan partes fundamentales para mejorar la calidad de atención, a la cual se le presta mayor importancia debido a que pretende optimizar el producto y/o las asistencias prestadas y en este sentido conseguir una excelente asociación con el usuario, complaciendo los requerimientos y/o necesidades, es debido a esto que se propone las asistencias y/o producto ofertado por la empresa (Tello, 2019). En el contexto peruano, Cobos & Veneros (2019) indica que el punto a considerar en el manejo de almacenes es la prevención, debido a que la última década, diferentes almacenes no lograron conservar un adecuado orden y debido a esto han sucedido diferentes accidentes los cuales han producido tanto pérdidas materiales, como problemas en el personal, considerándose dentro y fuera de las empresas.

Ramírez (2018) señala los dueños consideran tener un conocimiento amplio sobre su sector y sobre el grupo humano que está en él; tomando esto en cuenta, las

empresas no presentan mucha importancia en el estudio sobre cambiar en las tendencias para optimizar sus productos. A pesar de lo antes mencionado, el 57,1% de las medianas y pequeñas empresas, prestan importancia a la satisfacción de los usuarios; por lo que tienen un presupuesto para equipar sus empresas y liderar en el sector. Teniendo esto cuenta, muchas empresas no desarrollan talleres de capacitación para sus trabajadores e incluso no presentan una metodología para atención de recomendaciones y reclamos de los usuarios, así mismo se identifica que no presentan (Bermúdez, 2015).

Como se menciona en el párrafo anterior la planificación en toda organización ya sea nacional o internacional es importante pero tiene un punto central para que esta funcione de acuerdo a lo que la actualidad exige, y es la calidad de información con la que se cuenta, en otras palabras para que el área logística pueda planificar la cantidad de recursos necesarios para atender la demanda de los clientes en el momento exacto, cantidad exacta y calidad requeridas, se debe contar con una exactitud de sus inventarios, los mismos que están a cargo del área de almacén, y para eso los procesos deben ser transparentes y auditables manejando buenas prácticas de almacenamiento conocidas como BPA.

La empresa Postes del Norte S.A., es una compañía consagrada a la manufacturación y mercadeo de postes y componentes a base de cemento de calidad con un valor rentable, cuenta con una instrucción basada en el formal acatamiento de las leyes y normas Técnicas (INDECOPI NTP 339.027 y DGE 015-PD-1 del MEM/DEP), emplea elementos de excelente calidad para lograr solidez y perdurabilidad en recurso final. Coadyuvar en este punto con el progreso continuo en la nación. En el área de almacenamiento, la problemática suscitada en la compañía es en el interior y gestión de inventarios de manera idónea, contemplado que la buena gestión de estos coadyuvará a optimizar las operaciones en la sucesión de manufacturación y permitir mejores beneficios para la empresa, puesto que, la empresa considera que el mantener y elevar los niveles de servicio a sus clientes, impactará directamente en la rentabilidad, para lograr esto debemos considerar que se implementan metodologías en las operaciones logísticas las cuales contemplan desde la recepción, almacenamiento y despacho y expendir según su producción en insumos que utiliza se evalúa para su acoplamiento a la efectividad de la compañía.

El gestionar cada una de estas jefaturas debe estar incluido en la definición de la cadena de suministros, instrumento por excelencia de manejo que genera la integración de cada jefatura de forma que se obtenga la excelencia en la optimización de estas. La gestión de almacén es un punto fundamental como base de la gestión logística dentro de la cadena; sector de amparo que otorga apoyo a cada una de las jefaturas de forma que empleen los insumos requeridos de forma adecuada para obtener un incremento en la rentabilidad de la compañía.

En este contexto, se identifica el siguiente problema de investigación:

¿En qué medida la gestión de almacenes se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Postes del Norte S.A.?

En este punto, en este trabajo se justifica de la siguiente parte teórica: Esta investigación se redactó con el objetivo de estudiar la significancia que presenta la gestión de un almacén en la optimización del nivel de servicio de la compañía Postes del Norte S.A.; donde su sede central está ubicada en Trujillo; y se encuentra orientada para las compañías que se encuentra laborando sin tener en cuenta los estándares de almacenamiento y las buenas prácticas, con lo cual se incurre en elevar los costos logísticos por déficit de los procesos de compra, pérdida de poder de negociación, planificación sin aciertos, mayor exposición de riesgos laborales, realización de requerimientos errados; incremento del inventario, entre otros.

En este punto, se contempló como objetivo general, determinar la relación de la gestión de almacenes con la satisfacción de los clientes de la empresa Postes del Norte S.A. y como objetivos específicos, determinar si la gestión de almacenes influye en la fiabilidad de la empresa Postes del Norte S.A.; determinar si la gestión de almacenes influye en la capacidad de respuesta de la empresa Postes del Norte S.A.

En este contexto, el estudio contempló la siguiente hipótesis general que la gestión de almacenes si relaciona con la satisfacción del cliente de la empresa Postes del Norte S.A. y como hipótesis alternativa, la gestión de almacenes no se relaciona con la satisfacción del cliente de la empresa Postes del Norte S.A. En cuanto a las hipótesis específicas se tiene que la HE1: La gestión de almacenes si se relaciona con la fiabilidad en el almacén de la empresa Postes del Norte S.A. HE2: La gestión de almacenes si se relaciona con la capacidad de respuesta en el almacén de la empresa Postes del Norte S.A.

II. MARCO TEÓRICO

En este trabajo se consideraron diversos artículos; a escala del país se ha ubicado investigaciones referidas a las variables, teniendo el trabajo de Dionicio (2018) quien es su trabajo que tuvo por finalidad determinar la correlación entre gestión de almacén y servicio al cliente, con una investigación descriptiva, no experimental y correlacional. Tuvo una población de 55 clientes y una herramienta tipo encuesta con 20 ítems. Logro inferir mediante una evaluación que la correlación entre las variables; esto se afirma debido a que se identifica una significancia de 0.02, donde esta fue inferior al valor tabulado (0.05); así mismo se identificó un valor para el test Rho den Spearman de 0.409 permitiendo determinar una relación entre variables directa y significativa.

Lora (2017), en su investigación que presentó por finalidad identificar la relación entre la gestión de almacenes y la interrelación con el usuario, siendo esta de tipo no experimental, correlacional – descriptiva, con una población de 30 individuos y con un instrumento tipo encuestas. En sus resultados se identifica una correlación entre la gestión de almacenes y la intercomunicación con los usuarios. Teniendo como base la prueba Spearman con un valor de 0,927; señalando una correlación directa y positiva. Así mismo se identifica que de la muestra el 57,1% mencionan en tema de gestión de almacenes se tiene una baja eficiencia.

Velásquez (2017), su trabajo sobre la relación entre la gestión logística de artículos manejados y satisfacción de los usuarios fue de tipo cuantitativa, no experimental y descriptiva, con un instrumento tipo encuestas. Este trabajo permitió concluir, mediante la Rho de Spearman con un valor de 0,627; que la relación fue moderada, significativa; así mismo se acota que los encuestas señalaron que la gestión logística tendría que ser equilibrada, certera y con un servicio de calidad para satisfacer a los usuarios con los artículos de la empresa.

Rubio (2017), contemplo como finalidad determinar la correlación entre la gestión de almacén y la satisfacción del usuario, con un diseño no experimental, correlacional y descriptivo – cualitativo. Con una muestra de 112 individuos y con un instrumento tipo encuestas. Mediante una evaluación se determina que existió una correlación entre las variables; esto se confirmó mediante la prueba Rho de Spearman con un valor de 0.702, identificando una relación directa y positiva. Así

mismo se encontró que el 55% de los individuos señalaron que los operarios están capacitados y el 62% menciona que se cumple con los tiempos señalados para la entrega de artículos.

Valera (2016) menciona en su investigación, que tuvo como finalidad identificar la correlación entre la gestión logística y el nivel de satisfacción, donde su estudio fue de tipo no experimental, descriptivo, correlacional – cuantitativo, con una población de 152 individuos y con la técnica tipo encuesta de 25 ítems; en la investigación se logró inferir que la correlación fue significativo, directo y positivo entre las variables, permitiendo señalar que a una mejor gestión se obtiene una mayor satisfacción de los usuarios. Por otro lado, el 34% de los encuestados señalaron no estar satisfechos con la gestión de inventario de insumos, donde es perjudicial no cumplir con las necesidades de los usuarios.

En el contexto mundial que permiten obtener una idónea complementación de la investigación.

En este sentido, se identificó a escala mundial el artículo de Umair, Zhang, Han, & Haq (2019); que realizó su investigación de tipo descriptiva, en una población de 200 tiendas. En sus hallazgos encuentra una correlación directa entre los elementos logísticos y la satisfacción de los usuarios; permitiendo inferir que la satisfacción del usuario es impactada en un 70,7% por los elementos logísticos, así considera el restante se debe a otros tipos de elementos que también afectan a la satisfacción.

Ghoumrassi & Tigu (2017), en su trabajo de tipo cuantitativo busca determinar la influencia de la gestión logística en la satisfacción de los usuarios. En sus hallazgos encuentra que la gestión logística influye de forma significativa y directa en la satisfacción. Encontrando la complementariedad entre el servicio y la satisfacción del usuario en la operación de esta gestión, definiendo que interconectan las etapas de una actividad que, al terminar, la finalidad fundamental es lograr la satisfacción del usuario, y el optimizar los hallazgos de la compañía.

Mehmood & Najmi (2017), busca determinar la relación entre la gestión y la satisfacción del usuario en su investigación. En su trabajo concluyó que los usuarios presentaron diversas prioridades asociadas con la cohabitación, señalando que los usuarios requieren una entrega pertinente y garantizada del bien, en este punto el usuario requiere que la empresa presente la seguridad de poder devolver el bien si

no se llega lo solicitado, es por esto que la necesidad de una jefatura referida a la devolución, reemplazos y descuentos en lo referido a las averías de los bienes se encuentra incrementando entre estos y contemplan que se les pueda regresar u lograr el fácil reembolso en el momento de insatisfacción.

Yagchirema (2015) en su investigación, que tuvo como finalidad demostrar la relación entre los elementos de la logística y la satisfacción del usuario. Este trabajo fue no experimental, cualitativo, correlacional y descriptivo; donde la población fue de 148 usuarios y la herramienta fue el cuestionario. En el resultado se encontró que los elementos de la logística impactan en la satisfacción del usuario; identificando que las dimensiones de mayor impacto son la entrega y la presencia del producto en inventario. Primando la situación de la entrega, identificándose que esta no se desarrolló de forma adecuada, con un hallazgo del 60,1% del grupo humano encuestado, quienes señalaron que este tema siempre se retrasa. Por otro lado, en lo referido a la disponibilidad, los usuarios en un 58,1% mencionaron que la empresa no tiene un buen stock de artículos y en este punto es donde se generaron las quejas.

Cano, Orue, Martinez, Mayett, & Lopez (2015) en su artículo se buscó determinar la relación de la gestión logística y a ventaja competitiva que se presenta para la empresa. Este trabajo fue cualitativo, no experimental y descriptivo. En sus resultados se identifica que tiene asumir una norma de plan de gestión logística como historial, de esta forma optimizar la actividad logística de la cadena de suministros, teniendo presente lo importante que todas las jefaturas tienen que aprovechar el conocimiento metodológico, la antigüedad y datos del usuario tanto interno, como externo para lograr incorporar una superioridad en el tema de la competitividad y así plantear artículos novedosos para el mercado internacional. Las compañías que consiguen superioridad en el tema de la competitividad se encuentran desarrollando una mejor asistencia a sus usuarios; a un con toda esta data, aun así, se presentan retos para unificación optima de los insumos, capacidades y sistemas necesitados para optimizar la sostenibilidad.

Tomando lo antes en consideración, en la investigación se consideró emplear las teorías relacionadas con la variable I:

León & Viramontes (2014), señala que el almacén es un elemento de cadena logística, debido a que es un fragmento común en la entrada y despacho de los

artículos que presenta la compañía, se requiere estabilizar la gestión de esta jefatura debido a que esto conllevaría a conseguir un equilibrio en los pedidos de la compañía. La gestión de almacén se considera como la operación de la función logística que está a cargo de la recepción, almacenamiento y movimiento en lo interno de la zona de almacenaje de todos los insumos, aun fuera de materia prima, artículos semi-producidos o artículos finales, así como manejo e investigaciones de la información producida (Villarroel & Rubio, 2014).

Wolters Kluwer (2021) señala que un de las condiciones ideales para ser competitivos se considera la forma óptima de gestión de un almacén en una empresa, en este contexto se puede posibilitar una fácil resolución rápida a los requerimientos de los usuarios, de esta forma se minimicen costes e incremente el rendimiento, debido a esto que se debe optimizar el almacén, incrementado considerablemente la preeminencia de la compañía. Torres & García (2017) indican que las ventajas de mejorar la eficiencia en el almacén serian la de incrementar la optimización del empleo de áreas, mejora de la eficacia de las operaciones en el almacén, disminución de la incidencia de defectos en el suministro y la disposición, sostener en control los insumos y una eficiente inversión.

La tecnificación en el área de almacenaje, según lo expuesto por Wolters Kluwer (2021), mencionan que esto posibilita disminuir las labores manuales de los operadores de mínimo costos aumentado, disminuye los errores en el almacén y en este contexto se torna óptimo para la compañía, tanto si es una MYPE´s o una compañía mayor, en el presente encontramos avances científicos idóneos para las empresas que se acoplen a los requerimientos y su gasto económico programado, es debido a esto que el mercado se acomoda a las necesidades y diseñan sistemas para optimizar y facilita la gestión del almacén en la empresa, autónomo de las dimensiones que tuviera esta (Huguet, Pineda, & Gómez, 2016).

Dentro de las técnicas de almacenaje, consideraremos a la técnica A B C que de acuerdo con Mora (2011), la compañía tiene que dividir sus inventarios en tres segmentos. Los artículos de mayor diseño son organizados en el primer sector (A), en siguiente punto (sector B) se consideran a los que están después del primer sector en lo referido a la inversión para producirlos, en el tercer sector (C) está formado por una serie de fragmentos que necesitan de una inversión mínima. En este contexto, permite que la empresa instaure la escala y modelo de técnica de

manejo idóneo, donde los artículos del primer sector, tiene la prioridad en la seguridad debido a sus costos. Los artículos del primer sector representan el 5% de los SKU'S que producen hasta el 80% influjo y tiene que ser almacenado en las cercanías del área de ingreso y salida, seguido están los artículos del sector B que representan el 15% de los SKU'S que producen hasta el 13% del flujo y finalmente el tercer sector presenta el 80% de los SKU'S de los movimientos que forman el 7 % del total (Aliaga, 2018).

En este contexto se define la variable gestión de almacén, de acuerdo con Villarroel y Rubio (2017), conceptualiza a esta variable como una operación del oficio logístico que está a cargo de la recepción, almacenamiento y movimiento en lo interno del almacén que contenga algún tipo de insumo, aun fuera productos primarios, artículos semiproductos o artículos terminados, también el manejo y conocimientos de los informes finales.

Ariluz (2018) indica que este tipo de gestión está a cargo del empleo óptimo del área orientada para el inventario y de las artes personalizadas, técnicas y/o mecanización para el manipuleo y traslado de artículos y/o insumos, fueran de la empresa mismo u otra institución. Bedor (2016) menciona que esta, comprende varios sectores habilitados en el interno de la compañía; así como la jefatura de logística y necesita del acatamiento total de las actividades del personal de almacenaje debido a que estos se encuentran subordinados el aseguramiento de los artículos y el traslado para ser despachados; y así poder suministrar productos a los usuarios.

Así mismo, se identifica las dimensiones para esta variable que son la recepción, almacenamiento y movimiento.

En el caso de recepción, Ariluz (2018), menciona que una vez confirmado el qué, el cuánto, el cuándo y el cómo; como punto final del acuerdo en la adquisición, el almacén tendrá que predispuesto y acondicionado para la recepción de insumos según los puntos acordados, en este contexto tendrá que contar con operarios capacitados en el tema de recepcionar y comprobar los artículos acogidos. Richards (2017) argumenta que esta actividad es una operación logística, este punto en esta actividad se controla de manera precisa el número de artículos y la calidad de cómo se recepciona para garantizar el ingreso con conformidad.

Así mismo, para el almacenaje, Ariluz (2018), argumenta que esta dimensión se refiere al manejo de los insumos que contiene un sector acumulado. Normalmente conocido con almacén en donde se conservan los productos seleccionados y numerado en los anaqueles, casillas o estantes. Así mismo, Canchari & Salazar, (2020) mencionan que el almacenar consiste en acomodar los artículos en sus áreas adecuadas teniendo en consideración su demanda y la consistencia del artículo, también señala que cada artículo tiene que estar correctamente rotulado. Villarroel & Rubio (2012) comentaron que en el caso de la dimensión movimiento, consiste en la manipulación que se desarrolla en el interior del almacén la cual no realiza evita alterar el artículo e incrementar el valor, sin modificar de alguna forma el artículo. En este punto, Ballou (2004) menciona que esta dimensión es una operación secundaria del almacén referido al movimiento de los insumos del área a otro en el mismo o también de la zona de entrada a su destino final en el almacén. Este acto de trasladar los artículos se desarrolla por diferentes medios, empleando varias técnicas de manipulación de insumos (Valencia, Correa, & Díaz, 2015).

Por otro lado, en lo que refiere a la variable satisfacción de los clientes, Kotler & Keller (2012) conceptualiza a esta variable de acuerdo a lo percibido por el usuario en lo referente a la satisfacción o insatisfacción que se origina como resultado de la adquisición de un artículo y tomando en cuenta la experiencia del mismo, así como su expectativa contempladas de antemano. En este caso, Salazar & Cabrera (2016) señalan que la relación resultado y expectativa es directamente proporcional, es decir si el resultado es bueno, la expectativa del usuario ocasionara satisfacción; mientras que, si el resultado es malo, la expectativa originara insatisfacción. Teniendo presente, que es fundamental el concepto formulado del usuario o cliente, considerándola como parte del plan estratégico de publicidad. En este contexto, Reyes (2017) y Lara (2017) concuerdan al inferir que se tiene que considerar al usuario como fundamento de la compañía, en este sentido si el consumidor requiere algún artículo o servicio se tiene que entregar lo solicitado, siempre presentando otras opciones con el motivo de que perciba satisfacción o se complete como alguien importante, la satisfacción se calcula según las emociones del usuario, de acuerdo con lo percibido ante el servicio presentado.

En este contexto, las dimensiones que se definieron fueron las de fiabilidad y capacidad de respuesta de acuerdo con lo expuesto por Abanto (2018).

En el caso de la fiabilidad, Alcalde (2010) indica que la compañía que alcanza un alto grado en esta dimensión es la brinda un elevado y continuo estatus de estabilidad fiabilidad de su servicio, brinda la prestación adecuada en todo instante, tiene cumplimiento de sus contratos, así mismo cumple con las fechas de los prestaciones e instantes pactados, en caso de error, acepta su falla y la subsana para así complacer al usuario (Bueno & Cervera, 2015). Se debe tener presente, que desde el servicio inicia se debe cumplir las expectativas del cliente logrando una alta satisfacción de este (Escudero, 2017).

Para la capacidad de respuesta, Alcaide (2010), refiere a esta dimensión como brindar una prestación veloz, responder en el acto el teléfono a los usuarios, transigencia para adaptarse a los requerimientos de los consumidores, remitir de forma oportuna la data requerida por el consumidor, realizar los “interviú” en los tiempos adecuados, contar con el adecuado grupo de trabajadores para atender a los consumidores (García, 2016). En este punto, Quispe (2017) refiere a la expectativa nata de los consumidores en base a la propuestas publicitarias y propagandas que ocasionan su atención, provocando que logren una mejor perspectiva de lo que compran, en cambio, al tener el usuario incertidumbre para efectuar posteriores adquisiciones y esta logres satisfacer sus requerimientos, no responde sus preguntas por parte del vendedor se percibe con un usuario no satisfecho. En este punto, Leite, Tadeu, & y Pécora (2019) argumentan que la gestión de almacén se orienta en lograr ser competitivos mediante minimización del tiempo de respuesta a los usuarios, as mismo minimizar la cantidad de errores o limitaciones, esto quiere decir, que cuando no tenga un artículo requerido y falte materiales o en toda situación no se cuente con determinada cantidad, se logre dar solución a la ocurrencia.

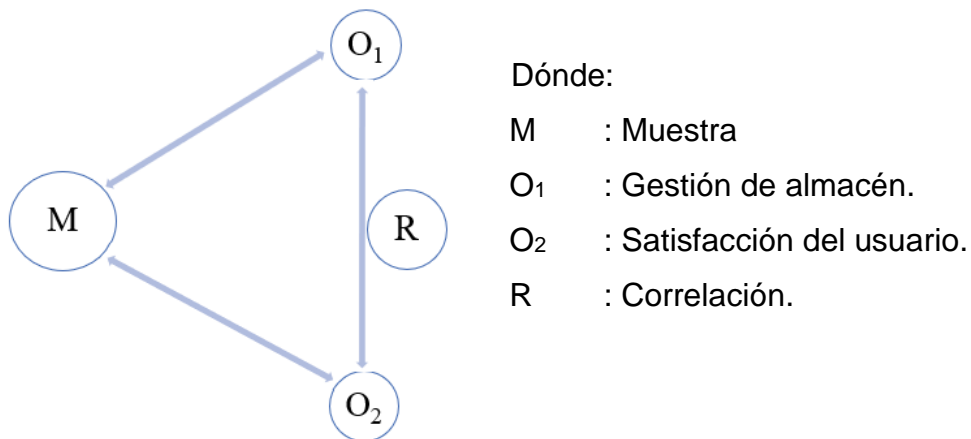
III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: fue de tipo aplicado, teniendo presente lo sugerido por Esteban (2021), quien señala que los aspectos teóricos permiten identificar las características que explican las variables de un problema.

Diseño de investigación:

- En cuanto al diseño fue no experimental; así como descriptiva - correlacional, según lo expuesto por Hernández *et al.* (2018) quienes indican que esto se refiere a cuando las variables no sufren modificaciones en el estudio; pretendiéndose determinar la correlación existente entre las variables estudiadas. El diagrama para este trabajo se presenta a continuación:



3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Gestión de almacén

- **Definición conceptual:** Villarroel & Rubio (2012) conceptualiza a esta variable como una operación del oficio logístico que está a cargo de la recepción, almacenamiento y movimiento en lo interno del almacén que contenga algún tipo de insumo, aun fuera productos primarios, artículos semiproducidos o artículos terminados, también el manejo y conocimientos de los informes finales.
- **Definición operacional:** Esta se toma como la operación a través de la que realiza el almacenaje y preservación de los artículos de una empresa, beneficiándose de esta actividad para disminuir costes, se

calculara mediante la técnica tipo encuesta empleada para identificar la percepción de los usuarios de la empresa Postes Norte S.A., mediante las dimensiones: Recepción, Almacenamiento, y Movimiento, con el objetivo de captar una data para el estudio.

- **Indicadores:** en este punto los indicadores identificados para la variable fueron, para la recepción se presentaron los indicadores de planificación, descarga y verificación; para el almacenamiento se indicaron la custodia y mantenimiento, disposición de stock, ubicación, etiquetado, y conocimiento de productos; finalmente para el movimiento se contempló los indicadores de registro y control, y lead time.
- **Escala de medición:** en esta parte se considera la escala de medición ordinal.

Variable 2: Satisfacción del cliente

- **Definición conceptual:** Kotler & Keller (2012) conceptualiza a esta variable de acuerdo con lo percibido por el usuario en lo referente a la satisfacción o insatisfacción que se origina como resultado de la adquisición de un artículo y tomando en cuenta la experiencia de este, así como su expectativa contempladas de antemano. En este caso, la relación resultado y expectativa es directamente proporcional, es decir si el resultado es bueno, la expectativa del usuario ocasionara satisfacción; mientras que, si el resultado es malo, la expectativa originara insatisfacción.
- **Definición operacional:** Esta variable es la conclusión de la percepción del usuario confrontada con su requerimiento del articulo o prestación en el instante de comprar, es analizado mediante un cuestionario empleada para identificar la percepción de los usuarios de la empresa Postes Norte S.A., se calculó con fundamento en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta, con el objetivo de captar una data para el estudio.
- **Indicadores:** en este punto los indicadores identificados para la variable fueron, para la fiabilidad se presentaron los indicadores de fidelidad, recomendación, innovación y necesidad; y para la capacidad de

respuesta se contempló los indicadores de personal capacitado, calidad del servicio, información, y conocimiento.

- **Escala de medición:** en esta parte se considera la escala de medición ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: De acuerdo con Espinoza (2021); se conceptualizo como un grupo definido de entes que simboliza a una significativa población que se evaluara y conforma un elemento de investigación en el trabajo. En la realización de esta investigación se considero a 60 clientes, que fueron la cifra de clientes recurrentes en el 2020.

- **Criterios de inclusión:** usuarios registradas en la base de datos de la compañía que realizaron adquisiciones frecuentes, individuos con mayoría de edad (>18 años), ciudadanos de la región La Libertad.
- **Criterios de exclusión:** usuarios no registradas en la base de datos de la compañía que no realizaron adquisiciones, individuos con no tienen mayoría de edad (<18 años), ciudadanos de otras regiones que no fuera La Libertad.

Muestra: Bernal (2018) menciona a esta como un aprte del total poblacional que presenta las mismas especificaciones, es seleccionada para efectuar la investigación y posterior trasladar los halazgos a la población general. En este sentido y tomando en consideración la posibilidad de realización, se empleo todo el grupo humano, es decir, estuvo formado por 60 clientes.

Muestreo: de tipo no probabilístico; Baena (2017) menciona que es no probabilístico por conveniencia; en la cual se aplicó el criterio de exclusión ya que en las otras gerencias estuvieron conformados por personal tanto nombrado, como no nombrado. Por tanto, la muestra estuvo conformada por 60 clientes.

3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La encuesta fue la técnica empleada en la recolección de la data, que trata, mediante un grupo de ítems recolectar el mayor porción de información. El cuestionario fue el instrumento utilizado, Otzen & Manterola (2017), indican que pertenecen a los formularios de interrogantes, estructura formulada con una información organizada en base a una batería de interrogantes

diseñadas, los cuales presentan transparencia, imparcialidad y exactitud; los cuales, posteriormente fueron respondidos. El cuestionario fue tomado de Cobos & Veneros (2019).

3.5. Procedimiento

La investigación se realizó, con la adquisición resolución admitida de la UCV, y la facultación de la empresa Postes Norte S.A., en la que se desarrolló el trabajo. Posterior a la facultación, se buscó concientizar a los usuarios de lo fundamental de su participación, cabe acotar que esta fue de tipo anónima. Para utilizar los instrumentos, se empleó un equipo de asistencia para poder aplicarlo en un momento único en el grupo humano definido y, de esta forma, eludir que las respuestas sean publicadas; en este contexto para resolver el cuestionario se otorgó un tiempo de 30 minutos. Este documento fue de una sola hoja para asegurar que las respuestas responda a la percepción de cada participante.

3.6. Metodo de análisis de datos

Para esto, se realizó el análisis de datos en el programa del Spss 23.00 con el cual se llevó a cabo la evaluación de manera descriptiva para poder definir el nivel que presentó cada dimensión, de la misma forma, en la determinación de relación entre las dos variables se utilizó el método inferencia para lo cual se usó el coeficiente correlacional de Pearson; esto gracias que de terminó que la distribución fue una normalidad.

3.7. Aspectos éticos

Los instrumentos que se emplearon fueron de carácter anónimo; en tal punto se mantuvo la cualidad y el anonimato, y por encima de todo la consideración a los encuestados en cada parte de la actividad y cuidar cada herramienta, asimismo la consideración a cada respuesta y sin realizar críticas las respuestas. La data que vale como materia prima para gestar las conclusiones en base a las respuestas dadas por el grupo encuestado, teniendo condisderación a sus opiniones. En la investigación se tendra consideración estricta a los privilegios de autor, en este contexto, se hara referencia y citará a cada uno de estos.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

4.1.1. Gestión de almacén

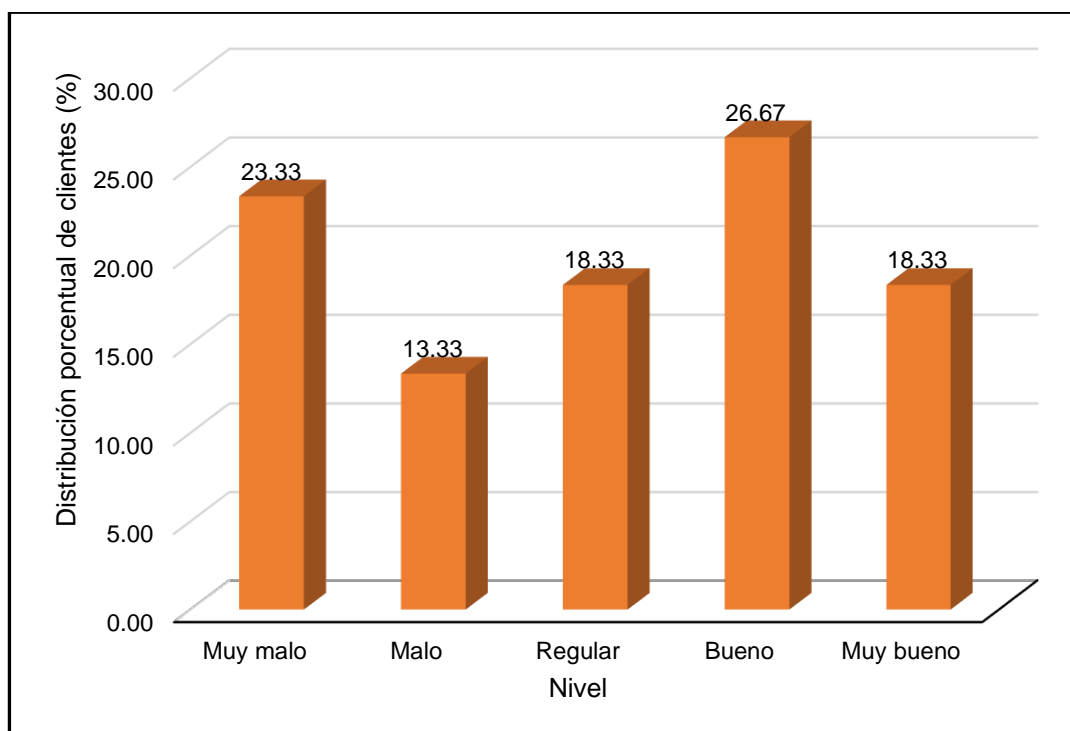


Figura 1. Punto de vista de los encuestado de la variable 1 en la compañía Postes Norte S.A.

Interpretación.

En la figura 1, se apreció que el 45.0 % de los encuestados opinaron que la gestión de almacén fue de buena a muy buena; y el 55,0% mencionaron que la gestión de almacén tuvo una escala de regular a muy malo. En los hallazgos se pudo observar que la gestión de almacén en tema de satisfacción para la mayor parte de los clientes fue de regular a buena.

4.1.2. Gestión de almacén por dimensión

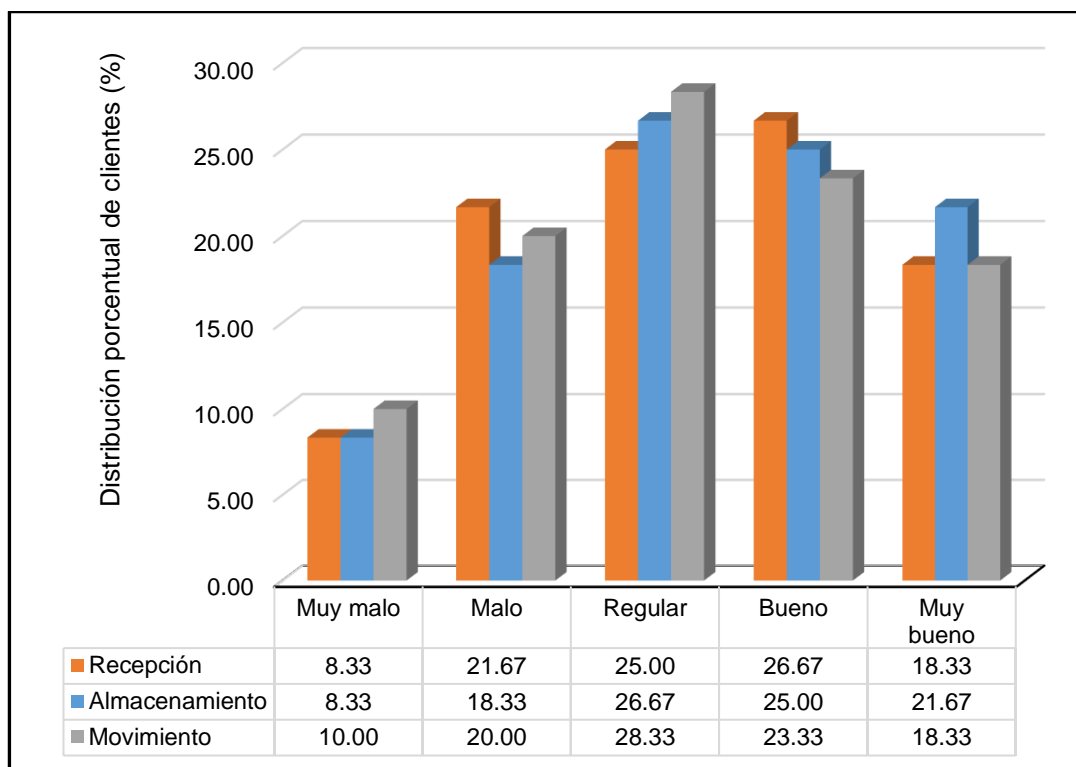


Figura 2. Niveles de la gestión de almacén por dimensiones en la empresa Postes Norte S.A.

Interpretación.

En la figura 2, se indicaron los hallazgos por cada dimensión para la variable 1, los alcances permitieron apreciar los niveles de cada dimensión de la siguiente manera: Recepción con 45,00 %; Almacenamiento con 46,67 %; y Movimiento con 41,67 % tuvieron una escala de bueno a muy bueno según lo señalado por los consumidores; por otro lado, los valores para regular a muy malo fueron Recepción con 55,00 %; Almacenamiento con 53,33 %; y Movimiento con 58,33 %. Es de significancia señalar que inclinación dominante para las dimensiones fue la escala de bueno a muy bueno que en su totalidad aventajan con la imprecisión de tener más del 40 % de los encuestados.

4.1.3. Satisfacción del cliente

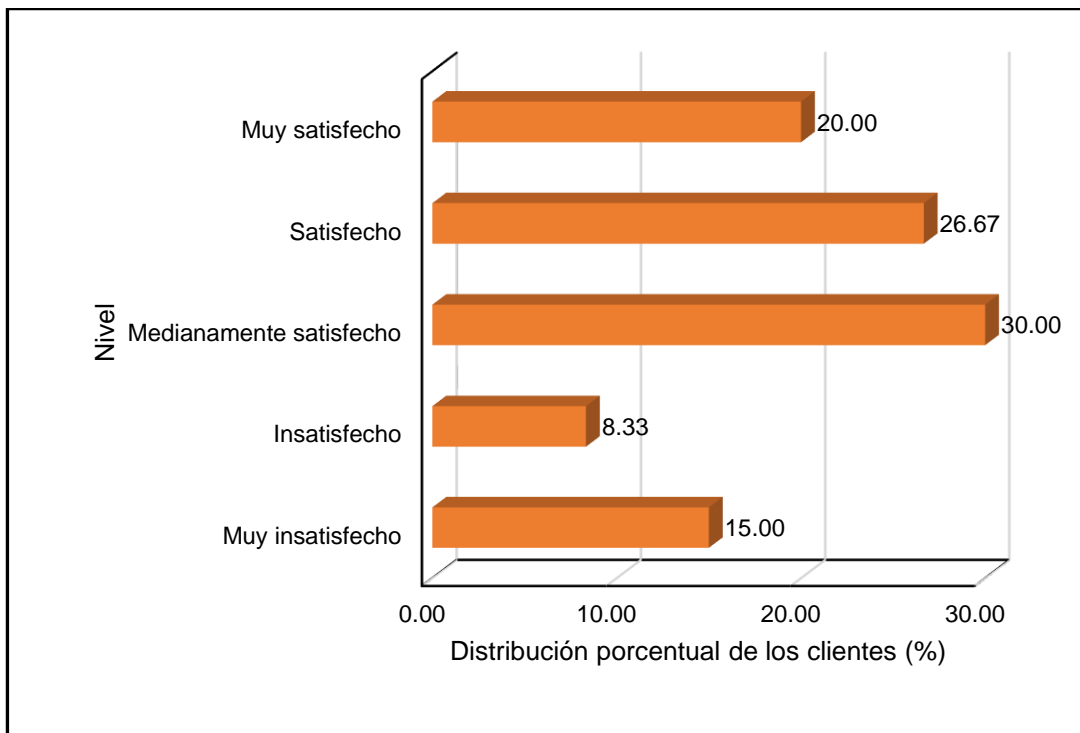


Figura 3. Nivel de la satisfacción de los clientes de la empresa Postes Norte S.A.

Interpretación.

En la figura 3, se presentó que de los 60 usuarios, el 46,67 % son templó que el tener una satisfacción que fue hasta muy satisfechos; y el 53,33 % señaló que esta variable tuvo un nivel de medianamente satisfecho a muy insatisfecho. En los hallazgos se pudo observar que la satisfacción para más de la motad de los clientes tiene un nivel de satisfacción alta.

4.1.4. Satisfacción del cliente por dimensión

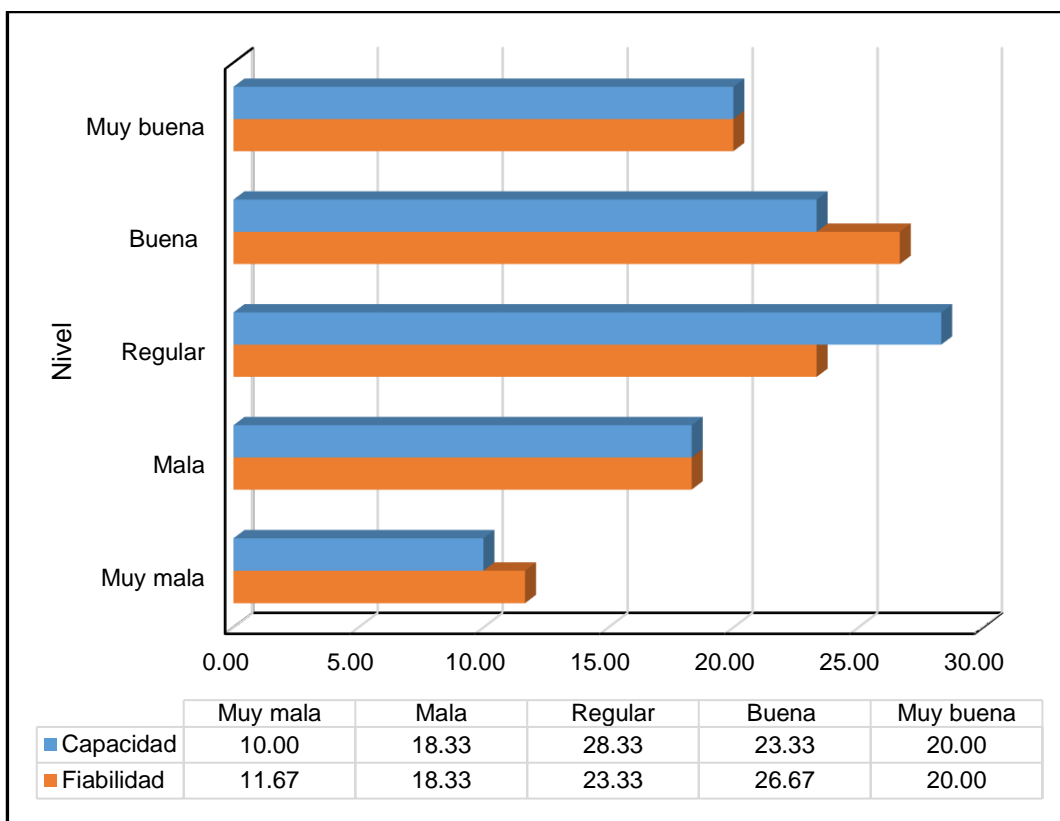


Figura 4. Nivel de la satisfacción por dimensión de los clientes de la empresa Postes Norte S.A.

Interpretación.

En la figura 4, se indicaron los hallazgos por cada dimensión para la variable 2, los alcances permitieron apreciar los niveles de cada dimensión de la siguiente manera: Fiabilidad con 46,67 %; y Capacidad de respuesta con 43,33% tuvieron una escala de bueno a muy bueno según lo señalado por los consumidores; por otro lado en estas dimensiones presentaron niveles de regular a muy malos con los siguientes valores 53,33 % de la fiabilidad y para la capacidad de respuesta un valor de 56,67 %. Es de significancia señalar que inclinación dominante para las dimensiones fue de bueno a muy bueno que en su totalidad aventajan con la imprecisión de tener más del 40% de los clientes.

4.2. Resultados inferenciales

Hipótesis específica 1:

La variable 1 si influye la fiabilidad en el almacén de la compañía Postes del Norte S.A.

Tabla 1.

Relación de la variable 1 y la dimensión fiabilidad de la Satisfacción del cliente.

	Correlaciones Gestión de almacén	Gestión de almacén	Fiabilidad
Gestión de almacén	Correlación de Pearson	1	,803**
	Sig. (bilateral)	----	,000
	N	60	60
Fiabilidad	Correlación de Pearson	,803**	1
	Sig. (bilateral)	----	,000
	N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación:

En la tabla 1, se apreció el resultado de la aplicación el test de Pearson para identificar la relación entre la variable 1 y la fiabilidad; se observó que el coeficiente llego a la estimación de 0,803, esto permite determinar que la correlación fue alta y directa; en este contexto, la significancia bilateral es $p < 0,01$ lo que permite asumir que la correlación es significativa. También, se midió el coeficiente de determinación (CD); identificanco que la variable 1 impacta en la fiabilidad con un valor de 64,47%.

Hipótesis específico 2:

La gestión de almacén si influye la capacidad de respuesta en el almacén de la compañía Postes del Norte S.A.

Tabla 2.

Relación de la variable 1 y la capacidad de respuesta de la variable 2.

Correlaciones Gestión de almacén		Gestión de almacén	Capacidad de respuesta
Gestión de almacén	Correlación de Pearson	1	,854**
	Sig. (bilateral)	----	,000
	N	60	60
Capacidad de respuesta	Correlación de Pearson	,854**	1
	Sig. (bilateral)	----	,000
	N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación:

En la tabla 2, se apreció el resultado de la aplicación del test de Pearson para encontrar la relación entre la variable 1 y la capacidad de respuesta de los operarios; se observó que el coeficiente llego a la estimación de 0,854, lo que indica una relación alta y directa; por otro lado, la significancia bilateral es $p < 0,01$ lo que permite asumir que la correlación es significativa. También, se midió el CD; identificanco que la variable 1 impacta en la capacidad de respuesta en un 72,79%.

Hipótesis general:

Determinar si la variable 1 influye en la variable 2 de la compañía Postes del Norte S.A.

Tabla 3.

Relación de la variable 1 y 2 en la compañía Postes del Norte S.A.

Correlaciones		Gestión de almacén	Gestión de almacén	Satisfacción de los clientes
Gestión de almacén	Correlación de		1	,993**
	Pearson			
	Sig. (bilateral)		----	,000
	N		60	60
Satisfacción de los clientes	Correlación de		,993**	1
	Pearson			
	Sig. (bilateral)		----	,000
	N		60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación:

En la tabla 3, se observó los hallazgos de aplicar la correlación de Pearson para identificar la asociación entre variables de la compañía Postes Norte S.A.; se observó que el coeficiente llegó a la estimación de 0,993, en base a esto se define una correlación alta y directa; mientras que la significancia bilateral es $p < 0,01$, lo que permite asumir que la correlación fue significativa. Además, se midió el CD; identificando que la variable 1 influye en la variable satisfacción de los clientes con un 98,61%.

V. DISCUSIÓN

Rubio (2017) infiere, a través de emplear la prueba de significancia ($0.001 < 0.05$) mediante la que se declina la hipótesis nula y se admite la alterna y con un Rho de Spearman de 0.702 entre las variables gestión de almacén y satisfacción, indicando una correlación positiva. En concordancia con lo encontrado, estos hallazgos son parecidos a los resultados presentados en la tabla 3. Asimismo, el test de Correlación Pearson presentado en esta tabla, permite apreciar un valor de 0,993, lo que significa correlación positiva y directa. En este contexto, se pudo definir que la variable 2 es impactada por la variable 1 de la empresa Postes Norte S.A.

Umair, Zhang, Han & Haq (2019) indicaron que encontraron un valor de 0,685 para la Rho de Spearman, observándose una correlación positiva para las variables de los factores logísticos y la satisfacción, así mismo de presentó que la satisfacción es influenciada por la gestión logística de acuerdo a los encuestados (70.7%). Este estudio permitio afirmar los hallazgos de la tabla 3, en donde se presenta la correlación existente entre las variables, debido a que los usuarios observan que los elementos de la variable 2 son impactados por la variable 1. Concordando con lo expresado por Villarroel & Rubio (2012), quienes mencionan que es elemento fundamental la gestión para responsabilizarse de la recepción, almacenamiento y movimientos de los artículos que se encuentran en el inventario de la compañía, también en este punto se tiene que contemplar el manejo de la data producida en el instante de ejecutar estas operaciones. Teniendo esto presente, la optimización de la gestión de almacén se aprecia en la satisfacción de los usuarios.

Huertas (2018) menciona que es investigación que contempló como primordial finalidad el determinar la correlación entre la gestión logística y la satisfacción del usuario. En esta investigación mediante el análisis de individuos evaluados, se infiere que existe una relación entre estas dos variables con valor para la Rho de Spearman igual a 0.854, permitiendo indicar que la correlación fue significativa, directa y positiva. Así mismo, en consideración al coeficiente se pudo identificar que con una significancia

encontrada de 0.000 (menor a lo determinado de 0.05), esto permite afirmar la hipótesis presentada en la investigación que señala que la gestión de almacenes se relaciona significativamente y positivamente con la satisfacción del cliente.

Velásquez (2017), en su investigación indica en el momento que la gestión en un almacén llegue a la optimización, con una óptima planificación e implementación se logrará un definido impacto en la satisfacción del usuario, en este contexto la gestión de un almacén tiene que ser por ello la gestión de logística debe ser ponderable, pertinente y de placentera concurrencia para la satisfacción del artículo que brinda la compañía, en este punto el investigador señaló que el nivel de correlación presentó un valor de 0.627; este hallazgo permite apreciar igual con lo identificado en el estudio (donde se logró un valor igual a 0.993) permitiendo definir que entre las variables se observa una correlación alta, así como de estudiar variables similares donde se acepta la H1 y se rechaza la H0.

Mancilla, (2017), indica que la gestión de un almacén se considera un sistema delegado de administrar los procesos de provisionamiento, generación, almacenamiento y traslado que presenta con el objetivo de complacer los requerimientos de los usuarios, proporcionar artículos en un instante, sitio y volumen que se necesite, y todo esto a un precio definido. En los hallazgos logrados se puede apreciar que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman presentó un valor de 0,572 (significancia < 0,05), queda corroborado que la correlación existente fue directa entre la satisfacción del usuario y la gestión de un almacén.

En este sentido, se debe considerar los hallazgos logrados en la investigación de las variables 1 y 2 con el coeficiente de correlación, donde se determina que la relación fue directa, positiva y significativa; respaldada por el coeficiente que presentó un valor de 0,993; que confirma que la correlación fue alta y que permite señalar que la gestión de almacenes es de suma importancia para obtener una alta satisfacción de los usuarios, ya que se plantea una gestión dirigida a la satisfacción de los consumidores, y esta gestión es aceptada y ejecutada de forma adecuada por los participantes, que

produzcan resultados de óptimos que terminan desembocando por completo en la satisfacción de los usuarios.

Lora (2017) infiere en su trabajo que de los individuos en estudio el 57.1% contemplan que la gestión de almacén fue muy óptima desarrollada por la subgerencia de logística. Esto concuerda con lo presentado en la figura 1, en el que se aprecia que el 55% de los usuarios mencionan que la escala fue de muy malo a regular para la variable 1, mientras que el 45% señalaron que esta variable fue de bueno a muy bueno. En este contexto, Kotler & Keller (2012) corroboran estos resultados indicando que existe los requerimientos de incrementar el nivel de gestión de almacén para optimizar la satisfacción de los usuarios debido que al alcanzarlo, se logran insuperables ventajas como la fidelización de usuarios, la propagación de la data que beneficia sobre los artículos y/o prestaciones de presenta la compañía y lograr una buena competitividad en el mercado.

León & Viramontes (2014) infirieron que seguir las normas idóneas y auditorias de almacenes, asiste a mejorar a la verificación de las dificultades que se suscitan en las diversas jefaturas de la compañía. En este punto, se contemplan los talleres para capacitar de manera continua a la personal para incorporar planes de optimización en el almacén y por ende minimizar los plazos para los pedidos. Estos resultados, confirman lo presentado en la figura 1, donde el 55% los usuarios señalaron que la variable 1 tuvo una escala que fue de muy malo a regular, donde fue menos el 45% señalaron que la gestión de almacén tiene que optimizar a través de planeación, concordando con lo señalado por Mora (2011), la técnica ABC, por la cual se puede optimizar las técnicas de inventariado, entre estas técnicas se ubica la de un adecuada forma de repartir que produce que la empresa implante las técnicas de manejo óptimo, debido a que de acuerdo con Wolters Kluwer (2021) menciona en en la competitividad, se tiene que ser competente en la gestión del almacén de una empresa, por esto de puede acceder a posibilitar resoluciones rápidas a los requerimientos que se solicitan, minimizando costes, incrementando el rendimiento y esto se observa en lo hallazgos logrados por la empresa.

Yagchirema (2015) infiere que un elemento que impacta en la satisfacción del usuario es la distribución del stock en la gestión del almacén, esto se aprecia debido a que el 60.1% de los clientes señalaron que el despacho del artículo no cumplió el plazo acordado, esto debido a que no cuenta con el stock requerido para cumplir las demandas, originando reclamos en lo referido a este elemento. Esto concuerda con lo expuesto en la figura 3 corroborando los hallazgos logrados por las referencias, debido a que el 46,67% de los usuarios consideraron que la empresa Postes Norte S.A. en ocasiones no presenta un stock adecuado. Parra (2021) afirma que la compañía tiene un adecuado stock en un almacén para lograr enfrentar los requerimientos y lograr adecuadamente cumplir con los requerimientos de sus consumidores.

Valera (2016), en su trabajo menciona que el 34% de los clientes mencionaron estar insatisfechos con la negligente gestión del almacén en lo referido al stock, en este contexto la compañía es perjudicada por no lograr cumplir con la demanda generando insatisfacción del usuario. Esto hace referencia a lo presentado en la figura 3, debido a que el 46,67% de los usuarios señalaron encontrarse entre satisfechos a muy satisfechos, pudiendo inferir de esto que la gestión de Almacén no se refleja en la satisfacción del usuario.

Vallejos & Olórtégui (2012) infirieron que de los clientes el 95.1% estuvieron complacidos, esto debido a que se cumplen los requerimientos de los usuarios de la empresa, identificando que la gestión logística impacta de manera positiva en la satisfacción del consumidor. Esta data corrobora a lo presentado en la figura 4, donde el 46,67% de los encuestados estuvieron satisfechos y muy satisfechos en lo referido a la fiabilidad. En este contexto, Kotler & Keller (2012), corrobora la información indicando que los requerimientos son conformados con la experiencia fundamentada en adquisiciones precedentes, sugerencias, datos y ofrecimientos, en este punto la fiabilidad está vinculada de manera directa a la satisfacción del usuario, debido a que es un elemento que se tiene que lograr para diseñar planes óptimos para cumplir la satisfacción de los consumidores.

Sagastegui (2020) contempla como uno de sus objetivos de la investigación determinar la correlación entre la gestión de un almacén con la fiabilidad; donde logra encontrar un coeficiente de correlación Rho de Spearman con un valor de 0,863 que permite determinar una relación positiva y alta entre la gestión de un almacén y la fiabilidad; en este contexto se define que existe una correlación directa y significativa entre la variable 1 y la dimensión fiabilidad para una compañía de autopartes. Así mismo, Vallejos & Olórtgui, (2012) en su investigación de tesis que titulada la gestión logística y la satisfacción del cliente de la compañía, donde se infirió que se presenta una relación entre su variable gestión y su dimensión confiabilidad de la variable satisfacción del usuario, permitiendo encontrar unos resultados obtenidos con estadística inferencial, donde se aprecia que lograron un valor de 93.8% de los usuarios complacidos, esto permite señalar que la relación fue positiva y alta.

Esto concuerda con lo identificado en la tabla 1, donde se apreció el resultado de la aplicación del test de Pearson para identificar la relación entre la variable 1 y la fiabilidad; se observó que el coeficiente llegó a la estimación de 0,803, esto permite determinar que la correlación fue alta y directa. También, se midió el coeficiente de determinación (CD); identificando que la variable 1 impacta en la fiabilidad con un valor de 64,47%.

Moliner & Berenguer (2011) señalaron que de los clientes, el 80% indicaron que sugerirían los artículos que oferta la compañía en donde compran sus artículos. Lo antes señalado corrobora lo presentado en la figura 4, donde 43,33% de los clientes mencionaron que sugerirían casi siempre o siempre la capacidad de respuesta de los empleados de la compañía. Esto es reafirmado por Kotler & Keller (2012), estos investigadores mencionan las ventajas que se logran al lograr conseguir la satisfacción de los usuarios, es debido a que éste comunica la data entre familiares, conocidos o amistades, donde se torna publicidad gratuita.

Sagastegui (2020), en el tercer objetivo establece la relación entre la gestión de un almacén con la capacidad de respuesta; donde se logró un coeficiente de correlación Rho de Spearman con un valor de 0,763 que permite identificar una relación alta y positiva permitiendo indicar que si existe una la relación

de la gestión logística y la capacidad de respuesta; esto no permite inferir que existe una correlación directa y significativa entre la gestión de un almacén y la capacidad en la empresa para una empresa de autopartes. Así mismo, Carranza (2016) en su investigación científica titulada Nivel de Satisfacción del Cliente Interno respecto a la Gestión Logística de una Empresa de la ciudad de Cajamarca, en el 2015, infiere que entre la variable gestión de un almacén y la dimensión capacidad de respuesta de la variable satisfacción presentaron una correlación, determinando que los hallazgos obtenidos de las estadísticas inferenciales mediante el coeficiente de correlación Rho de Spearman con un valor de 0,715; nos permiten definir que la relación fue significativa, directa y positiva; además de tener un nivel alto.

Estos estudios concuerdan con lo encontrado en la investigación, como se puede observar en la tabla 2, donde apreció el resultado de la aplicación del test de Pearson para encontrar la relación entre la variable 1 y la capacidad de respuesta de los operarios; se observó que el coeficiente llegó a la estimación de 0,854, lo que indica una relación alta y directa; por otro lado, la significancia bilateral es $p < 0,01$ lo que permite asumir que la correlación es significativa. También, se midió el CD; identificando que la variable 1 impacta en la capacidad de respuesta en un 72,79%.

VI. CONCLUSIONES

- a. Se infiere que optimizando la variable 1 si impacta significativamente en la satisfacción, como se puede apreciar en la tabla 3; también se apreció que la media de la satisfacción del usuario fue de 45.00%. La variable 1 se correlaciona con la variable 2, de forma alta, directa y positivamente.
- b. Se infiere que la optimización de la variable 1 si impacta significativamente en la fiabilidad, como se puede apreciar en la tabla 1, tambien se apreció que la media de la satisfacción del usuario para la fiabilidad anterior a la optimización era de 46,67%. La gestión de almacén se relaciona con fiabilidad de la variable 2, identificándose una correlación alta, directa y positiva.
- c. Se infiere que la optimización de la variable 1 si impacta significativamente en la capacidad de respuesta, como se puede apreciar en la tabla 2, tambien se apreció que la media de esta dimensión anterior a la optimización era de 43,33%. La gestión de almacén se correlaciona con la dimensión dos de la variable 2; identificándose una correlación alta, directa y positiva.

VII. RECOMENDACIONES

Para conceptos del estudio presente un mejor logro, se sugiere contemplar los siguientes puntos:

- a. Mantener la gestión de almacén e incorporar procesos novedosos para lograr una escala idónea en lo referido al brindar prestaciones a los usuarios, para proseguir incrementando la escala de despacho satisfechos y los despachos en sus plazos de tiempo.
- b. Capacitar, proporcionar talleres técnicos y continua preparación entre los operarios en lo referido al manejo del producto, desde reconocimiento de código hasta generar una adecuada trazabilidad, con el objetivo de optimizar la prestación en materia de atención al usuario e implicar a los operarios y el crecimiento de lugar de desempeño. Estos tienen que estar involucrados con la compañía y lograr resultados óptimos.
- c. Continua intercomunicación con los operarios en lo referido a los logros frente a las modificaciones con la optimización de técnicas de desempeño, las optimizaciones logradas en el pasar del tiempo y en frente de la alta gerencia, debido a que tiene que existir una interacción directa para afirmar la optimización de lazos de trabajo entre los operarios y la alta gerencia.

REFERENCIAS

- Abanto, C. (2018). *Diseño de la distribución del almacén mediante metodología ABC mejorando la confiabilidad de la información de inventarios en la empresa Tecni Fluidos SAC. Tesis de grado*. Lima, Perú: Universidad Señor de Sipán del Perú.
- Alcalde, P. (2010). *Calidad. 2da edición*. Madrid, España: Editorial Ediciones Paraninfo.
- Aliaga, J. (2018). *Gestión de Calidad bajo en enfoque de Atención al Cliente de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017. Tesis de grado*. Chimbote, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Ariluz, Y. (2018). *Aplicación de la Gestión de Almacenes para incrementar la satisfacción del cliente en el almacén de la empresa SCORPIO GROUP S.A., Cercado de Lima, 2018. Tesis de grado*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación: Serie integral por competencias. 3era Edición*. México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.
- Bedor, D. (2016). *Modelo de gestión logística para la optimización del proceso de bodega de producto terminado en la Empresa Industria Ecuatoriana de Cables Incable S.A de la Ciudad de Guayaquil. Tesis de maestría*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Bermúdez, L. (2015). Capacitación: Una herramienta de fortalecimiento de las PYMES. *Revista de las Sedes Regionales*; 16(33), 1-25.

- Bernal, C. (2018). *Metodología de la investigación. 3era edición*. Colombia: Editorial Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Bueno, Y., & Cervera, X. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante Huánuco Perú Burger S.C.R.L., 2015. Tesis de grado*. Perú: Universidad Nacional Herminio Valdizán .
- Canchari, E., & Salazar, E. (2020). *Aplicación de la gestión de almacenes para mejorar el nivel de servicio en el almacén de suministros de la empresa Metalmecánica, Ate – 2020. Tesis de grado*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.
- Cano, P., Orue, F., Martinez, J., Mayett, Y., & Lopez, G. (2015). Logistics management model for small and medium enterprises in Mexico. *Accounting and Administration*; 60(1), 181-203.
- Carranza, J. (2016). *Nivel de Satisfacción del Cliente Interno respecto a la Gestión Logística de una Empresa de la ciudad de Cajamarca, año 2015. Tesis de grado*. Cajamarca, Perú: Universidad Privada del Norte.
- Cobos, J., & Veneros, M. (2019). *La Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la distribuidora Herich Motocross – Chimbote 2019. Tesis de grado*. Chimbote: Universidad César Vallejo.
- Dionicio, L. (2018). *La Gestión De Almacén Y Servicio Al Cliente En Las Microempresas Del Centro Comercial El Rodeo, Independencia 2018, Lima. Tesis de Pregrado*. Lima – Perú: Universidad César Vallejo.
- Escudero, M. (2017). *Comunicación y atención al cliente. 2da. Edición*. Madrid, España: Editorial Paraninfo.

- Esteban, N. (28 de Abril de 2021). *Tipos de investigación*. Obtenido de usdg.edu.pe: <http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos, Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín*; 18(3), 381-398.
- Ghoumrassi, A., & Tigu, G. (2017). The impact of the logistics management in customer satisfaction. *Proceedings of the 11th International Conference on Business Excellence*, 11(1), 292-301.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2018). *Metodología de la investigación. Sexta edición*. México D.F.: Editorial McGraw - Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Huertas, F. (2018). *a relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en Ancro S.R.L., Santa Anita - 2018. Tesis de grado*. Perú: Universidad César Vallejo.
- Huguet, J., Pineda, Z., & Gómez, E. (2016). Mejora del sistema de gestión del almacén de suministros de una empresa productora de gases de uso medicinal e industrial. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*; 5(17), 89-108.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing. 14ava edición*. México: Editorial Pearson Educación.
- Lara, C. (2017). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017. Tesis de grado*. Lima, Perú: Universidad Norbert Wiener.

- Leite, F., Tadeu, C., & y Pécora, J. (2019). Picking planning and quality control analysis using discrete simulation: case in a food industry. *Dyna*; 86(208), 271-280.
- León, J., & Viramontes, C. (2014). Rediseño del Sistema de Gestión de Almacenes de Empresas Comercializadoras. *Avances de Investigación en Ingeniería en el Estado e Sonora*; 1(4), 122-132.
- Lora, E. (2017). *Gestión de almacenes y la comunicación en la atención al cliente de la Sub-Gerencia de Almacenamiento – Essalud, Lima 2016. Tesis de Pregrado*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.
- Mancilla, Y. (2017). *La satisfacción de los clientes internos en la gestión de la cadena logística de la pollería Tradición en la ciudad de Tacna-2016. Tesis de pregrado*. Tacna, Perú: Universidad Privada de Tacna.
- Mehmood, S., & Najmi, A. (2017). Understanding the impact of service convenience on customer satisfaction in home delivery: evidence from Pakistan. *Electronic Customer Relationship Management*; 11(1), 23-43.
- Moliner, B., & Berenguer, G. (2011). The effect of customer satisfaction and loyalty: Application in retail establishments. *Cuadernos de Administración*; 24(42), 101-124.
- Mora, L. (2011). *Gestión Logística Integral*. Bogotá, Colombia: Editorial Ecoe Ediciones.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
- Parra, F. (23 de Octubre de 2021). *Gestión de Stocks. Tercera edición*. Obtenido de [books.google:
de:https://books.google.com.pe/books?id=W4vBVvEGjS8C&lpg=PP1&dq=](https://books.google.com.pe/books?id=W4vBVvEGjS8C&lpg=PP1&dq=)

Parra%2C%20%20F.%20%20(2005).%20%20Gesti%C3%B3n%20%20de
%20%20Stocks%20%20(Tercera%20%20ed.).%20%20Madrid%3A%20%20
0ESIC&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false

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

Revista Énfasis Logística. (14 de Mayo de 2021). *Descuidar almacén ocasiona pérdidas a empresas.* Obtenido de [logisticamx.enfasis:](http://www.logisticamx.enfasis.com/notas/76798-descuidar-almacenocasionaperdidas-empresas)
<http://www.logisticamx.enfasis.com/notas/76798-descuidar-almacenocasionaperdidas-empresas>

Reyes, K. (2017). *Relación entre Gestión Logística y Calidad de Servicio de la Unidad de Logística del Hospital la Caleta Chimbote en el 2016. Tesis de grado.* Chimbote, PErú: Universidad César Vallejo.

Richards, G. (2017). *Warehouse management: Acomplete guide to improving efficiency and minimizing costs in the modern warehouse. 3ra. Ed.* New York, USA: Editorial Kogan.

Rubio, J. (2017). *Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la distribuidora Ayrton SAC, Chimbote 2017. Tesis de pregrado.* Chimbote, Perú: Universidad San Pedro.

Sagastegui, D. (2020). *La gestión logística y su relación con la satisfacción del cliente de una empresa comercializadora de autopartes para carrocerías, Trujillo 2019. Tesis de grado.* Trujillo, Perú: Universidad Privada del Norte.

Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data; 19(2), 13-20.*

- Tello, R. (2019). *La gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019. Tesis de grado*. Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Torres, M., & García, P. (2017). Administración de inventarios, un desafío para las Pymes. *Inventio, la génesis de la cultura universitaria en Morelos; 13(29)*, 31-38.
- Umair, A., Zhang, W., Han, Z., & Haq, S. (2019). Impact of logistics management on customer satisfaction: a case of retail stores in Islamabad and Rawalpindi. *Revista American Journal of Industrial and Business Managemen, 9(8)*, 1723-1752.
- Valencia, M., Correa, J., & Díaz, F. (2015). Inventory model using bayesian dynamic linear model for demand forecasting. *Revista Ingeniería, Investigación y Desarrollo; 15 (1)*, 39-47.
- Valera, E. (2016). *Relación de la gestión logística con el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de productos lácteos LA MARQUESITA, Cajamarca 2016. Tesis de grado*. Cajamarca, Perú: Universidad Privada del Norte.
- Vallejos, W. E., & Olórtegui, E. (2012). *La gestión logística y la satisfacción del cliente de la compañía Ferreyros S. A., sucursal Huaraz, 2012. Tesis de grado*. Huaraz, Perú: Universidad Privada del Norte.
- Vallejos, W., & Olórtegui, E. (2012). *La gestión logística y la satisfacción del cliente de la compañía Ferreyros S. A., sucursal Huaraz, 2012. Tesis de grado*. Huaraz - Perú: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.
- Velásquez, C. (2017). *Gestión de logística de provisiones de productos controlados y la satisfacción de los clientes de la Digemid. Tesis de Maestría*. Perú: Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado.

Villarroel, S., & Rubio, J. (2014). *Gestión de Pedidos y Stock: Aula Mentor*. Madrid, España: Ministerio de Educación. Obtenido de <https://docplayer.es/28292024-Gestion-de-pedidos-y-stock-aula-mentor.html>

Wolters Kluwer. (23 de Octubre de 2021). *La gestión del almacén en la pyme – Consejos prácticos para mejorar la eficiencia y ahorrar tiempo en la gestión de tu almacén*. Obtenido de [apen.es: https://apen.es/newsletters/PDF/ebook-gestion-almacenes-2016.pdf](https://apen.es/newsletters/PDF/ebook-gestion-almacenes-2016.pdf)

Yagchirema, A. (2015). *La Logística y la satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A en la ciudad de Ambato. Tesis de Pregrado*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario sobre la gestión de almacén y satisfacción del cliente

Estimado cliente

El siguiente cuestionario, tiene como finalidad, recabar información para el Trabajo de investigación de Maestría, de la Universidad César Vallejo. Estableciéndose, para cada una de ellas, preguntas que permitan recaudar la información necesaria para el presente estudio. Recordando, que la información suministrada por usted es de carácter confidencial y únicamente con fines investigativos.

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

Recepción

1. ¿Cree que la planificación que realiza la empresa en relación con la demanda de productos que usted adquiere con mayor frecuencia es la correcta?
2. ¿Considera usted que los trabajadores descargan de manera correcta los productos que llegan a la empresa?
3. ¿Cuando adquirió algún producto sellado, al abrirlo ¿ha notado que le falta alguna pieza?

Abastecimiento

4. ¿Cree usted que los trabajadores de almacén cuentan con las medidas de prevención adecuadas para el cuidado de los productos?
5. ¿Cuándo busca un producto, la empresa cuenta con disponibilidad de stock?
6. ¿Considera usted que el personal tiene una respuesta inmediata de la ubicación del producto solicitado?
7. Cuando le explican las características adheridas al producto por adquirir, ¿éste cumple con lo indicado?

8. ¿El personal le brinda información de los productos para que pueda realizar su pedido?

Movimiento

9. ¿Los productos que usted recibe se encuentran en óptimas condiciones?
10. ¿El tiempo que transcurre desde que usted tiene la necesidad de compra hasta que el producto es entregado, es el adecuado?

Fiabilidad

11. Si otro establecimiento le vende los mismos productos, ¿Preferiría regresar a esta empresa?
12. ¿Usted recomendaría a otras personas los productos que brinda esta empresa?
13. ¿Cree usted que la empresa está en constante cambios e implementa mejoras?
14. ¿Los productos que ofrece la empresa se adaptan a sus necesidades ?

Capacidad de respuesta

15. ¿Percibe usted que el personal de la empresa está capacitado para desarrollar sus funciones?
16. ¿Considera usted que los empleados le brindan un servicio adecuado?
17. ¿Considera que los empleados muestran interés en cumplir sus expectativas con nuevos productos?
18. Cree usted que ¿El personal de la empresa es claro con las explicaciones o información dadas al cliente?
19. ¿Considera usted que el personal de la empresa posee los conocimientos acerca de los productos que ofrece?

Anexo 2: Matriz de operacionalidad de variables

Variables	Definición		Dimensión	Indicadores	Escala de medición
	Conceptual	Operacional			
Gestión de almacenes	Villarroel & Rubio (2012) conceptualiza a esta variable como una operación del oficio logístico que está a cargo de la recepción, almacenamiento y movimiento en lo interno del almacén que contenga algún tipo de insumo, aun fuera productos primarios, artículos semiproductos o artículos terminados, también el manejo y conocimientos de los informes finales.	Esta se toma como la operación a través de la que realiza el almacenaje y preservación de los artículos de una empresa, beneficiándose de esta actividad para disminuir costes, se calculara mediante la técnica tipo encuesta empleada para identificar la percepción de los usuarios de la empresa Postes Norte S.A., mediante las dimensiones: Recepción, Almacenamiento, y Movimiento, con el objetivo de captar una data para el estudio.	Recepción	Planificación	Ordinal
				Descarga	
				Verificación	
			Almacenamiento	Custodia y mantenimiento	
				Disponibilidad de stock	
				Ubicación	
				Etiquetado	
			Movimiento	Conocimiento de productos	
				Registro y control	
Lead Time					
Satisfacción de los usuarios	Kotler & Keller (2012) conceptualiza a esta variable de acuerdo con lo percibido por el usuario en lo referente a la satisfacción o insatisfacción que se origina como resultado de la adquisición de un artículo y tomando en cuenta la experiencia de este, así como su expectativa contempladas de antemano. En este caso, la relación resultado y expectativa es directamente proporcional, es decir si el resultado es bueno, la expectativa del usuario ocasionara satisfacción; mientras que si el resultado es malo, la expectativa originara insatisfacción.	Esta variable es la conclusión de la percepción del usuario confrontada con su requerimiento del articulo o prestación en el instante de comprar, es analizado mediante un cuestionario empleada para identificar la percepción de los usuarios de la empresa Postes Norte S.A., se calculó con fundamento en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta, con el objetivo de captar una data para el estudio.	Fiabilidad	Fidelidad	Ordinal
				Recomendación	
				Innovación	
				Necesidades	
			Capacidad de respuesta	Personal capacitado	
				Calidad del servicio	
				Información	
				Conocimiento	

Anexo 3: Política de la Gestión de Inventarios para almacenes en Postes del Norte S.A.

7. POLITICAS

- 7.1. El inventario estará clasificado en 04 bloques, de acuerdo a su criticidad en el proceso productivo, valor del ítem y fuente de abastecimiento.
- 7.2. Todo ítem para ser considerado planificado debe contar con una frecuencia de consumo de 04 meses a más en una evaluación de 12 meses.
- 7.3. Se considerara ítem en sobre stock aquel ítem cuyo nivel de inventario represente una cobertura mayor a 06 meses.
- 7.4. Se considerara ítem inmovilizado aquel ítem que no ha registrado consumo alguno en los últimos 12 meses o que no cuente con una proyección de uso por parte del usuario, y que no sea considerado estratégico, para lo cual estará a disposición del área de Supply Chain Management para su gestión.
- 7.5. Todo ítem tiene la prioridad de traslado entre operaciones antes que la adquisición a un tercero.
- 7.6. Con frecuencia Trimestral se realizara una revisión masiva de las criticidades y puntos de reposición de los artículos.

Fuente: Elaboración Propia

Política de la Gestión de Inventarios para almacenes en Postes del Norte S.A.

7. POLÍTICA

- 7.1 Todo ítem del cual se solicite una adquisición debe ser catalogado, Activo Fijo, Repuestos, Suministros, Cargo directo, otros.
- 7.2 Los ítems específicos pertenecientes a partes de equipos o maquinaria serán catalogados con marca.
- 7.3 Los ítems genéricos serán catalogados sin marca, solo con sus especificaciones técnicas.
- 7.4 Todos los ítems de la Maestra de Materiales, deben contar con su código CUBSO de manera obligatoria.
- 7.5 Todo ítem que no cuente con un registro de compra, consumo o stock en el lapso de un año y medio, será inactivado de la Maestra de materiales.
- 7.6 Solo el personal de Planificación y Demanda podrá crear, modificar, activar o inactivar un código en la maestra de materiales.
- 7.7 Todo ítem catalogado deberá contar con una Clase y Sub-clase asignada.
- 7.8 El área de compras formará parte del proceso de catalogación, brindando los precios referenciales del ítem a crear y la exactitud del bien a requerir.
- 7.9 El almacén tendrá la potestad de rechazar, todo material que no guarde relación entre lo indicado en la descripción del ítem y su parte física.

Fuente: Elaboración Propia

Procedimientos del área de Almacenes de Postes del Norte S.A.

1. Procedimiento de Recepción de Materiales
2. Procedimiento de Despacho de Materiales
3. Procedimiento de Almacenamiento de Materiales
4. Procedimiento de la Gestión del Stock (Sobre stock, Stock inmovilizado y Stock Obsoleto)
5. Procedimiento de la Planificación del inventario
6. Procedimiento de Inventario cíclico de Almacén
7. Procedimiento de operaciones con Montacargas
8. Procedimiento de dar de baja inventario obsoleto

Fuente: Elaboración Propia