



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la
empresa “Barboza Grupo E.I.R.L” Chepén 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORAS:

Alvarez Matara, Johana Anay (ORCID: 0000-0001-9902-4288)

Serrano Tacilla, Damaris Abigail (ORCID: 0000-0003-0101-5581)

ASESOR:

Mg. Parraguez Carrasco, Marcos Benito (ORCID: 0000-0002-1604-8098)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHEPÉN - PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedicamos esta investigación, ante todo a Dios, el cual nos dio la vida y nos sigue conduciendo en el camino del bien; también, va dirigido a nuestros padres que son las personas que nos brindan el apoyo económico y moral; a su vez, nos brindan el amor indispensable y de seguir luchando por nuestras metas. Finalmente, a los docentes por inculcarnos valores y guiarnos en el camino profesional, de ello damos fruto de nuestro esfuerzo del trabajo en equipo.

Johana Anay y Damaris Abigail

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primordialmente a Dios por darnos la vida y sabiduría para seguir saliendo a delante ante cada obstáculo que se nos atraviesa en el transcurrir de la vida; así mismo a nuestros padres por estar en a nuestro lado otorgándonos su total apoyo y confianza a cada una de nosotras y poder cumplir nuestras metas.

Un agradecimiento en especial al docente Pablo Chávez Aguilar por guiarnos y apoyarnos en el desarrollo de nuestra investigación; a su vez, al profesor Marcos Benito Parraguez Carrasco por orientarnos, animándonos y aconsejarnos en las ideas donde se procedió al trayecto de la tesis. Asimismo, agradecemos a nuestros jurados calificador por proporcionarnos recomendaciones en la redacción del proyecto.

Johana Anay y Damaris Abigail

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos.....	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 Variable y operacionalización.....	12
3.3 Población, muestra y muestreo	14
3.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos	16
3.5 Procedimiento de recolección de datos.....	18
3.6 Método de análisis de datos.....	18
3.7 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN.....	27
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES.....	33
REFERENCIA.....	34
ANEXOS	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- Validación de expertos	17
Tabla 2- Prueba de Normalidad	20
Tabla 3- Determinar el nivel de control de inventarios de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021	21
Tabla 4 - Determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.	22
Tabla 5- Establecer la relación entre la dimensión almacén en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.....	23
Tabla 6- Determinar la relación de la dimensión del stock en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021	24
Tabla 7- Establecer la relación entre la dimensión administración de inventario en la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.	25
Tabla 8 - Determinar la relación entre el sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Estructura del diseño metodológico.....	12
--	----

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar la relación entre el sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L. Chepén 2021; además se planteó un estudio de enfoque por lo cuantitativo de tipo básica, con diseño no experimental con corte transversal de nivel correlacional, por lo que los datos se extrajeron en un momento establecido estimado como población infinita, con una muestra de 384 personas; a su vez se utilizó la técnica de la encuesta, aplicando el instrumento del cuestionario, con una escala de Likert ordinal a través del SPSSV.26 donde el alfa de Cronbach indico que los valores fueron (0.704), en la variable control de inventario y (0.751) para la variable satisfacción del cliente; por lo tanto, ambos valores fueron aceptados; en otras palabras, que la herramienta de recopilación de información es fiable; interpretando así, que la variable control de inventario y satisfacción del cliente no tienen relación entre ellas.

Palabras clave: control de inventario, satisfacción del cliente, almacén, administración de inventario, rendimiento percibido.

ABSTRACT

The general objective of this research work is to determine the relationship between the inventory control system and customer satisfaction of the company Barboza Grupo E.I.R.L. Chepén 2021; In addition, a basic quantitative approach study was proposed, with a non-experimental design with a cross-sectional correlational level, for which the data was extracted at an established time estimated as an infinite population, with a sample of 384 people; In turn, the survey technique was used, applying the questionnaire instrument, with an ordinal Likert scale through the SPSSV.26 where Cronbach's alpha indicated that the values were (0.704), in the variable inventory control and (0.751) for the customer satisfaction variable; therefore, both values were accepted; in other words, that the information collection tool is reliable; thus interpreting that the variable inventory control and customer satisfaction are not related to each other.

Keywords: inventory control, customer satisfaction, warehouse, inventory management, perceived performance.

I. INTRODUCCIÓN

Todas las organizaciones de producción, servicios o comercialización necesitan de un abasto de productos, es por ello que surgió la existencia de un control de inventarios para cada uno de sus insumos. Actualmente las empresas están pasando una crisis letal en donde su población se ve afectada diariamente.

Este impacto desequilibra a las organizaciones porque muchas de ellas a nivel mundial cambiaron de rubro y otras decayeron, además ocasionó un alza en los precios, ello fue idóneo para que el sistema de control de inventarios se vea alterado, esto repercute directamente en sus ventas y ocasionando una deficiencia en sus ganancias e inestabilidad de su dinero invertido, de esta manera optan por el despido del personal. A consecuencia de esto, los empresarios están buscando personal que pueda desarrollar trabajos en equipo y que genere un alto nivel de productividad, así mismo lograr cumplir con objetivos planteados por la empresa

Según Castrejón y Raymundo (2019), indica que a nivel internacional una deficiente gestión de inventarios no permite tener proyecciones óptimas a la empresa, en consecuencia, se vuelve defectuosa, ocasionando costos. Además, Apunte y Rodríguez (2017), menciona que un sistema de control de inventarios al no poseer un óptimo manejo, obtiene como consecuencia un superávit de stock, ocasionando una deficiencia en la administración de ventas.

Rojas et al. (2020), menciona que las organizaciones están orientados a la prestación de un servicio de alta calidad, dando lugar al rol más importante en la empresa; por lo tanto, el trabajador debe de estar capacitado para dar el interés oportuno al momento de atender a la demanda y que ellos se sientan satisfechos con una finalidad de asegurarlos como clientes fijos.

Para Pérez y Wong (2018), indica que en el Perú las empresas deben aplicar el control de inventarios con el fin de reducir costos. Además, menciona que las empresas deben de usar una lista de herramientas como el chequeo continuo de sus productos, además deben de tener mayor hincapié en sus problemas que se le presenten en las acciones de la organización y del control de inventario. Así mismo Zumaeta (2017), menciona que las empresas al no tener una óptima

logística, el trabajador no puede desempeñarse eficiente, porque no se informa el tiempo cuando llega la mercancía al despacho, no se realiza una revisión previa a los documentos, las demoras, el almacenamiento de material inservible, una incorrecta planeación; esto repercute que los trabajadores no lleven una dirección de alto rango para el cliente exterior ocasionando con ello un mal servicio y una penosa imagen de la empresa.

Gestión (2019), menciona que cinco de cada diez organizaciones de cualquier sector ya sea industrial, comercio, etcétera, utilizaron un sistema de control de inventarios básicos por ejemplo office, este sistema no permite con certeza saber las proyecciones de ventas o con las cantidades de producto que quedan en almacén, esta situación genera que los empresarios no cuenten con disponibilidad de producto, generado así su insatisfacción del cliente

En cuanto, a nivel local la empresa Barboza Grupo E.I.R.L, ubicada en la provincia de Chepén, dedicada al rubro de ferretería, de la cual realiza las operaciones de ventas, contando con diversas áreas, como de producción, almacenamiento, administrativa, despacho, entre otros; el cual se observó que se mantiene descuidada la zona de gestión del control de inventario, pues no verifican cuanto tienen en su almacén, ocasionando fallas internas al momento de dirigirse al cliente externo, proporcionando insatisfacción e incomodidad al momento de adquirir su producto, pues no se sienten conformes con el servicio. Por otro lado, el sistema de control de inventario se ve afectado por la inestabilidad de los precios o por problemas políticos, sociales y económicos que existen en nuestro país, siendo esto un aspecto clave para que la empresa Barboza no alcance sus objetivos trazados, ello no permite cubrir las necesidades del consumidor en su totalidad, cumpliendo o superando las expectativas que tenía hacia la empresa.

De acuerdo a esta problemática encontrada, es de suma importancia realizar una investigación a la empresa Barboza Grupo E.I.R.L, con el fin de dar a conocer el sistema de control de inventarios en la satisfacción del cliente, por ello se plantea la siguiente interrogante: ¿Qué relación existe entre el sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021?

El presente trabajo, se justifica en una relevancia social, porque permite dar a conocer como la empresa Barboza Grupo E.I.R.L empleó a el control de inventarios y su relación en la satisfacción del cliente, por lo cual obtendrá un gran valor porque permitió brindarles una excelente orientación para que la empresa pueda fidelizar a su cliente y de este modo ayudará en el constante crecimiento de la organización mediante sus ventas; justificación teórica, porque se sostiene en un trabajo de investigación la cual es útil y permite conocer el nivel de control de inventario y su relación con la satisfacción del cliente dentro de las organizaciones del Perú; justificación metodológica, este análisis servirá como antecedente para las investigaciones siguientes que contengan la misma variable de estudio y el indicador similar al proyecto, por lo tanto, puedan acceder a la investigación especializada en el control de inventarios y la satisfacción del cliente. De igual manera, se analizarán diversas fuentes de información y con ello definir las variables de estudio las cuales son control de inventarios y satisfacción del cliente.

La presente investigación tiene como objetivos, determinar la relación entre el sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.

Se plantea los siguientes objetivos específicos para esta investigación de las cuales son: Determinar el nivel de control de inventarios de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021, determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021, establecer la relación entre la dimensión almacén en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021; determinar la relación de la dimensión del stock en la satisfacción del clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021; establecer la relación entre la dimensión administración de inventario en la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.

Además, se traza la siguiente hipótesis de la investigación Hi: Existe relación entre el sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Para destacar la investigación, es importante presentar los siguientes trabajos previos:

Para Asqui y Vera (2021), referente a su estudio sobre estrategia del control de inventarios para la mejorar la satisfacción del cliente, tuvo como propósito establecer un sistema de codificación de inventario para mejorar la satisfacción del cliente. El enfoque que emplearon fue cuantitativo, con un tipo de investigación descriptiva – exploratoria, además se aplicó un nivel de correlación. Para este trabajo de investigación su muestra estuvo conformada por 15 trabajadores a los que se le aplicó la herramienta del formulario. Los resultados que se hallaron fueron algunos problemas principales como las quejas, reclamos, retraso en el despacho, etc. Se concluyó, que la empresa tiene un manejo deficiente de los inventarios y ello genera que los clientes sientan molestias a causa de las demoras de su pedido, por ello se implementara una estrategia para la mejora.

En cuanto a Roca y Cabrera (2020), en su proyecto de investigación de relación entre la gestión de inventarios y su atención con clientes, mantuvo como propósito resolver la relación de ambas variables de estudio. La metodología se trabajó con un enfoque cuantitativo, además se emplearon los siguientes instrumentos por ejemplo la tormenta de ideas, esquema de Ichikawa, grafico de Pareto y grafico de operaciones de proceso. Por ello, se menciona que los indicadores de control de inventario se establecen en stock máximo, stock mínimo y punto de reorden, de la cual se aplicó la gestión logística mejorando cada indicador y mejorando la atención al cliente.

Según Molina (2019), en su análisis referente a la gestión de inventarios y su enlace con el servicio al cliente, tuvo como propósito precisar la gestión de inventarios y su relación con del servicio al cliente. Además, en su metodología trabajo con un diseño hipotético deductivo con nivel correlacional descriptivo, de tipo aplicada. La muestra incluye a 44 trabajadores de la organización; el instrumento que ejecuto fue mediante un formulario, del cual fue evaluado mediante el método de Alfa Cronbach utilizando el programa SPSS y Excel. En cuanto, a lo resultados se encontró una correlación alta y fuerte entre sus variables

de estudio. Se concluye que la existe una correlación con la primera y segunda con un valor de 0.898.

Pérez y Landa (2019), tuvo como estudio la investigación de la medición de la satisfacción del cliente; por lo tanto, su objetivo fue preciar cual es el grado de satisfacción de los clientes. Donde su metodología estuvo realizada de modelo documental y de campo, su diseño no experimental transaccional descriptivo, aplicaron el método de la observación el cual fue evaluado a través de formularios. Por otro lado, su población estuvo constituida por todos los clientes de 18 y 75 años que hayan visitado el establecimiento durante los últimos 6 meses, sin embargo, su muestra final fue de 224 elementos. Mostrando como resultados que existen problemas entre la impresión y la perspectiva del cliente. En conclusión, el cliente se encuentra satisfecho con el servicio ofrecido.

Por otro lado, Yllaconza (2018), tuvo como estudio la gestión de inventarios y el servicio al cliente, además su propósito fue resolver la conexión que existe entre gestión de inventarios y el servicio al cliente. Con ello, se utilizó un diseño no experimental – transversal, del punto de vista cuantitativo correlacional. Su técnica que utilizo dentro de su investigación fue mediante la encuesta, su muestra estuvo conformada por 86 personas. Su resultado de los formularios fue estudiado por el software estadístico SPSS 23. Los resultados arrojaron que la gestión de inventarios se encuentra relacionado con el servicio al cliente. Concluyeron que, si existe una alta relación entre las dos variables de estudio, teniendo así un valor de 0.957.

Cruz (2018), en su libro gestión de inventario donde desarrolla variedad de capítulos de las cuales hace mención en su primer capítulo de la elaboración y gestión de inventarios, dando contextos a variables claves que afectan a la gestión del inventario, a su vez el de acuerdo control para ello; siguiendo con el segundo capítulo de valoración y cálculo de inventarios hace referencia a los indicadores de medida de inventarios; prosiguiendo con su tercer capítulo de control y gestión de stocks redacta los objetivos y funciones de la gestión de stock y finalmente en su cuarto capítulo de seguimiento y control de indicadores de gestión de stock nos hace a notar la efectividad de la gestión de almacén.

Torres (2018), en su tesis de control de inventarios y la satisfacción de los clientes, el objetivo es determinar el grado de conexión que existe entre las dos variables. Su metodología es de tipo aplicada, con nivel correlacional y su diseño transversal, en donde su población se conforma por 40 operarios de distintas empresas y donde son clientes del establecimiento, y su muestra consistía en el 100% de ello, es decir, 40 clientes; donde se le aplico como método la recolección de datos mediante los formularios, el cual tuvo como instrumento el cuestionario. Además, menciona que los elementos conformados por la variable satisfacción del cliente es el rendimiento percibido, expectativas y los niveles de satisfacción. Finalmente, arrojo como resultado y conclusión que si existe una alta relación entre control de inventario y satisfacción del cliente.

Para Becerra (2018), en su investigación control de inventarios y satisfacción al cliente, sostuvo como finalidad reconocer la conexión entre el control de inventarios y la satisfacción al cliente. Utilizaron un análisis no experimental – transversal; teniendo un diseño de investigación descriptivo correlacional y con un método cuantitativo. La prueba estuvo conformada por 50 clientes a quienes se le aplico un cuestionario. Este fue procesado mediante el Programa SPSS 23, para obtener las correlaciones entre ambas variables. Concluye que el objetivo general tiene una conexión de nivel alto entre el control de inventario y la satisfacción al cliente, referente a los objetivos específicos se observa una relación alta entre sus dimensiones de ambas variables.

Mondragón (2018), en su proyecto de investigación Gestión de inventario para mejorar la satisfacción del cliente. Teniendo como objetivo central resolver como la gestión de inventarios puede mejorar la satisfacción del cliente. Empleando la investigación metodológica aplicada, con enfoque cuantitativo, con diseño no experimental; su población estuvo constituida por los despachos de los articulo ferreteros atendidos el en área de despacho, aplicaron la técnica de registro de datos donde demostraran la veracidad del instrumento Kardex que recopila las entradas y salidas de materia en el almacén. Obteniendo como resultado que después de ejecutar el análisis se obtuvieron que los datos no eran paramétricos. Llegando a la conclusión que la gestión de inventario si incrementa la satisfacción del cliente.

Por otro lado, Trujillo y Tumbajulca (2018), en su investigación acerca de la evaluación del control de inventarios, sostuvo como finalidad fomentar una evaluación del control de inventarios de la organización, además aplicó un diseño descriptivo con un modelo cuantitativo. La prueba se conformó por todos los certificados de control de inventarios del periodo 2017; la técnica que se aplicó fue una entrevista. Los resultados muestran que la empresa viene desarrollando un deficiente inventario por lo que sus productos en el almacén no se encuentran ordenados y clasificados. Se concluyó, que la empresa está presentando problemas respecto al control de inventarios, por lo que, orientada a los conocimientos y experiencias adquiridas por el dueño, por ello que la información se llevó de forma empírica lo cual ocasionando deficiencias.

Cosme (2018), en su estudio de gestión de inventarios y la satisfacción del cliente, sostuvo como alcance diagnosticar el impacto que tiene el manejo e inventario con la satisfacción del consumidor. Su diseño fue no experimental correlacional, donde su nivel de estudio es descriptivo; con ello se integró la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento es cuestionario. Además, muestra los resultados que si existe correlación perfecta entre ambas variables con un porcentaje de significancia bilateral 0.000 y su coeficiente de correlación 0.827.

Para Guia (2017), en el trabajo de investigación acerca de la gestión de inventarios y su relación con la satisfacción del cliente, tuvo como propósito indagar cual es el nivel de conexión entre la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente. Esta investigación apuntó a un diseño no experimental transversal, teniendo un enfoque cuantitativo correlacional. Dentro de su investigación utilizó el método del formulario el cual está medido por la escala Likert. Por otro lado, menciona que los elementos de la satisfacción del cliente es la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad. En sus resultados muestra que si tienen relación la variable gestión de inventarios y satisfacción del cliente. Finalmente, si se encuentra relación positiva entre las dos variables, además de la tangibilidad y la fiabilidad entre los mismos.

Huerta (2019), en su estudio referente a la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente en el colegio Héroes del Pacífico; en donde sostuvo como objetivo esencial determinar la relación entre la variable gestión de inventarios y la

satisfacción del cliente de dicha empresa. Su metodología fue de tipo básica de nivel y de diseño descriptivo- correlacional, la muestra está conformada por las 229 personas entre padres y personal que labora en dicha institución, además aplicaron el procedimiento de la encuesta y su instrumento es el cuestionario. El resultado arrojó que si existe una relación alta para la variable gestión de inventarios y la satisfacción de cliente. En conclusión, nos da a conocer que un control de inventario se encuentra relacionado de manera positiva con la toma de decisiones.

Ladrón (2020), indica que las empresas deben de disponer de un control de sus inventarios puesto que esto asegura la continuidad del proceso de producción, también que cada control excesivo perjudica en los artículos trayendo un coste mayor, por ello es primordial evaluar y así prevenir un sobre coste.

Según Cruz (2018), refiere que el control de inventario pertenece a la gestión, cuya función está relacionado con el volumen de su actividad, dando hincapié que la materia prima que ingresa debe de ser ordenada de acuerdo a sus categorías. De la misma manera Guerrero (2017), menciona que las organizaciones al mantener un inventario ya sea de materias primas y de productos terminados, ambos deben de poseer un control idóneo, la cual conlleva un orden adecuado para satisfacer eficiente las necesidades requeridas del cliente, y con ello no ocasionar costos adicionales a la empresa. En resumen, Flamarique (2017), indica que control de inventario es todo lo que conlleva a la materia que ingresa y sale del almacén, esto quiere decir, que direcciona unitariamente los productos, dándole lugar correcto para así no ocasionar costos de operaciones de mantenimiento, errores y el tiempo de dedicación.

La variable definida anteriormente considera 3 dimensiones:

Saldarriaga (2019), refiere al almacén como una máquina que realiza las ordenes que se acogen del sistema de información. En cambio, Escudero (2019) define a la palabra almacén como un edificio, sitio o lugar de la cual se encarga de recolectar todo lo depositado ya sea mercancías o materiales, para que en ocasiones sea llevado a la venta. Por último, Ganlvet (2017) refiere al almacén como sitio donde depositan las mercancías para que luego pasen a disposición

del cliente final. Donde se ha convertido primordial por lo que maneja la cadena logística dando lugar al suministro de material necesario y con ello repercute en el coste de la organización.

Ladrón (2020), refiere al nivel del stock como la agrupación de materia almacenadas en la organización hasta el uso y venta. En cambio, para Cruz (2018), define al stock como mercancías del establecimiento que necesitan para proceder a la actividad de la venta o pase a la producción para que termine en producto terminado. Finalmente, Ochoa (2019), refiere al stock como las cantidades de bienes que se tiene en almacén para el equilibrio de la diferencia entre el flujo de consumo y producción. Por consiguiente, Céspedes (2017), define a la administración de inventario como la decisión de la porción de inventario que debe de estar destinado a mantenerse, la fecha de los despachos, las cantidades de unidades a ordenar la cual se desarrollara.

Por otro lado, tenemos la variable satisfacción del cliente y se consideró a:

Además, Torres y García (2017), define que la administración de inventario involucra el material necesario para cuando se coloca los pedidos, recibe, almacena y donde pasa a ser registrado por el motivo de generar costos bajo y así mantenerlos los productos necesarios para la venta.

Por otro lado, tenemos la variable satisfacción del cliente y se consideró a:

Además, Paride (2017), define que la satisfacción del cliente es esencial para perfeccionar la identificación de las áreas en las que encontramos deficiencia y la cual invertir esta como prioridad, además es una herramienta para definir el sentimiento que tiene el cliente hacia el producto o la empresa. Sin embargo, para Kotler et al. (2017), indica que la satisfacción del cliente es la reacción del usuario la cual evalúa las expectativas previas y el rendimiento del servicio. Por ello, la satisfacción del cliente es un componente valioso para que las empresas se consideran competitivas.

Para la Contreras (2018) define que la satisfacción está sujeta de manera directa con el nivel de resultado o asistencia del servicio y/o producto que se le otorga al cliente. Además, la satisfacción del cliente se encuentra bajo la

responsabilidad de sus requerimientos, resultados y experiencias con la organización o con la competencia.

Para la variable definida anteriormente se estableció 3 dimensiones:

Para Thompson (s.f), define que el rendimiento percibido se centra en el desempeño que el consumidor considera en tiempo de adquirir el bien o servicio por la organización. En cambio, Garza (2020), define que el rendimiento se encuentra sujeto a una mezcla de perspectivas del cliente, además cuando se ofrece un excelente producto y servicio genera una alta satisfacción del cliente. Sin embargo, Vélez (2017), define que el rendimiento percibido es la consecuencia que observa el usuario ante el bien o servicio obtenido. Finalmente, Catari (2018), define que el rendimiento percibido es la sensación que tiene el cliente ante la adquisición del o servicio.

Por otro lado, Vélez (2017), define que las expectativas es la confianza que tienen al adquirir el algo. Además, Tapia (2022), define que las expectativas son el punto de relación que se obtiene poco a poco el cliente a través de sus experiencias con los servicios o productos.

Por último, Valenzuela et. al. (2019), define que las expectativas se encuentran mayormente relacionadas con experiencias anteriores, recomendaciones de otros clientes o mediante la publicidad de los productos, de tal modo las empresas deben de tener en cuenta que las expectativas se establezcan de un nivel correcto.

En cuanto a, Arenas y Jaramillo (2017), define que la empatía en las organizaciones es un concepto que usualmente lo utilizan, además la empatía es un reconocimiento mental y afectuoso de la persona con el estado de ánimo del cliente. La empatía se centra en comprender los sentimientos de los clientes. Además, Zabala et al. (2018), Define que la empatía es aptitud para observar las cosas mediante otro punto de vista (cliente). Además, las personas empáticas tienen la habilidad de escuchar a los demás y con ello comprender sus dificultades.

III. METODOLOGÍA

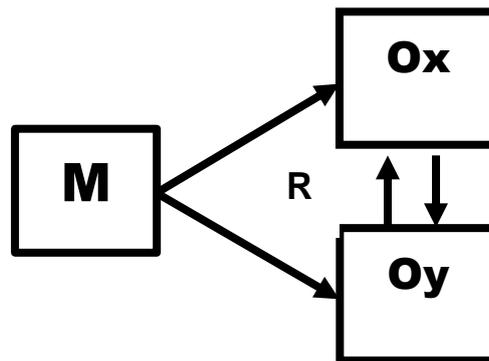
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Este estudio es básico, el cual se centra en una perspectiva cuantitativa por lo que está basado en la recopilación de datos, además aplica técnicas e investigaciones profundas para confrontar la hipótesis general. De esta manera, Sánchez (2019), define a la investigación cuantitativa como acontecimientos la cual se puedan medir, es decir cifras numéricas, por medio de la utilización de técnicas estadísticas.

El estudio tendrá el tipo de investigación descriptivo, porque se detalla la peculiaridad de cada variable de investigación, con la finalidad de brindar un punto de vista más extensa en el proyecto. Para Ochoa y Yunkor (2019), define al estudio descriptivo como la recopilación de datos, aspectos, entre otros de la cuales consta de tablas, cuadros, graficas e imagines, donde se muestran la información para probar la hipótesis.

El diseño de estudio utilizado es de correlación cruzada no experimental, se aplicó este diseño porque no se manipulará las variables de estudio. Además, es cruzado porque se observó alteraciones de la información en un determinado tiempo. Finalmente, correlacional porque se plateó una conexión entre las variables control de inventarios y satisfacción del cliente. Por ello, Ramos (2020), define la investigación correlacional como la necesidad de plasmar una hipótesis donde se proponga una relación entre 2 a más variable.

Gráfico N° 1: Estructura del diseño metodológico



La presentación del diseño de investigación es la siguiente:

Donde:

M= Muestra

Ox= Variable 1: Control de Inventario

Oy= Variable 2: Satisfacción del Cliente

r= Coeficiente de correlación entre Ox y Oy

3.2 VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN

Arroyo (2022), define a la variable de estudio como un problema significativo que los autores enfrentan para realizar la investigación, ello depende del tamaño y éxito que se llevara a cabo.

Variable Control de Inventarios

Definición conceptual

Para Gonzáles (2020), define que el control de inventarios permite conocer cuál es estado de la mercadería de la empresa, además es muy esencial porque ayuda a estimar las políticas de control a lo largo de su cadena de valor.

Definición operacional

El control e inventarios se mide mediante sus dimensiones los cuales son almacén, stock y administración de inventarios; todo ello será evaluado con la finalidad de observar si cuentan con un excelente control de inventarios. Todo ello se trabajará mediante una encuesta e instrumento un cuestionario.

Dimensiones: Almacén, Stock y Administración de inventarios

Indicadores: Aprovisionamiento, Distribución, Stock Máximo, Stock Mínimo, Punto de reorden, Materia Prima, Producción, Almacenaje y Producto terminados.

Escala de medición: Para medir la variable se manejó una escala ordinal de tipo Likert. Para Matas (2018), se refiere a la escala ordinal como el contenido de datos formados de una magnitud continua, donde se determina si un dato es mayor o menor que otro donde lleva un de acuerdo orden. A su vez, Canto et. al. (2020), hace referencia a la escala de Likert es una agrupación de ítems donde se expresa de manera afirmativa.

Variable Satisfacción del Cliente

Definición conceptual

Monroy (2019), define la satisfacción del cliente a la correspondencia de sus expectativas, deseos, necesidades del mismo, por lo tanto, la empresa debe de asegurar de brindar un buen servicio calificado, para lograr que la demanda encuentre lo que está buscando ya sea a través de un producto o servicio, esto llevara que, si alcanza sus perspectivas, el comprador recomiende al establecimiento.

Definición operacional

La satisfacción del cliente se mide a través de sus dimensiones de rendimiento percibido, las expectativas y la empatía, ello contribuye para el logro de los objetivos de la empresa. Sera evaluado mediante una encuesta e instrumento un cuestionario. El cuestionario se evalúa mediante encuestas y herramientas.

Dimensiones: Rendimiento percibido, Las expectativas y Empatía

Indicadores: Cortesía, Empatía, Procesos, Desempeño, Conocimientos, Estándares, Atención individualizada y Flexibilidad y accesibilidad.

Escala de medición: Para medir la variable se manejó una escala tipo sumaria (Likert).

3.3 POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO

3.3.1 POBLACIÓN

Ventura (2017), indica que la población equivale a los componentes de la cual poseen las mismas características que se va estudiar.

Por otro lado, Dávila et al. (2019), define a la población infinita o desconocida cuando no se define la cifra que serán parte de la dimensión y de la cual excede a los 100.00 elementos.

En este caso la investigación tuvo una población infinita, puesto que la población es desconocida, por lo tanto, no se encuentra una cantidad exacta de personas

CRITERIOS DE INCLUSIÓN:

- Todos los clientes de la empresa Barboza Grupo EIRL Chepén 2021
- Se consideró a personas que se encuentre ubicados dentro de las edades de 18 a 60 años
- Se estimó trabajar con clientes los clientes 2020 al 2021
- Además, el criterio de inclusión fue centrado en la localidad de Chepén

CRITERIO DE EXCLUSIÓN:

- Clientes de otras empresas sede Chepén 2021
- Personas que no desean participar en la investigación
- Personas menores 18 y mayores de 60 años de edad
- Individuo que no asistan a la empresa

3.3.2 MUESTRA

Otzen y Manterola (2017), se refiere a mostrar una extrapolación que generaliza los resultados mostrados en la población. Entonces, existe la muestra representativa o no, que se escoge al azar a los sujetos de la población.

La muestra obtenida para esta investigación fue de 384 clientes de la empresa Barboza Grupo EIRL Chépén, la cual fue encontrada mediante la fórmula de la población desconocida infinita. (ANEXO 7).

3.3.3 MUESTREO

Serna (2019) define al muestreo como un conjunto de amplitudes y diferencia de casos de estudio con la finalidad de descubrir diferencias fundamentales entre grupos y lograr la forma de saturación de las categorías.

Además, Otzen y Manterola (2017), define al muestreo aleatorio simple que toda la población tiene la oportunidad de ser parte de la muestra, esto quiere decir que todos están sujetos a la probabilidad de ser seleccionados para ser parte del estudio.

La técnica utilizada en el estudio, será un muestreo aleatorio simple, porque todos los individuos podrán ser seleccionados para la muestra. Finalmente, se trabajará con 30 clientes de la empresa Barboza Grupo.

La técnica utilizada para la investigación es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{E^2}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(1 - 0.50)}{(0.05)^2}$$
$$n = 384.16$$
$$n = 384$$

Donde:

E: 5%=0.05

Z: 95.5% =1.96

P:50%=0.5

1-p=q: 50%=0.5

3.4 TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 LAS TECNICAS

Cisneros et al. (2022), se refiere a la técnica como el recolector de información en general donde se emplean los procedimientos y recursos. Por lo tanto, para este estudio se empleó el método de la encuesta.

Este método permite validar los problemas propuestos en la investigación, cada tema tiene una herramienta o método a utilizar.

3.4.2 EL INSTRUMENTO

Sánchez y Martínez (2020), se refiere al cuestionario como instrumento de evaluación que se emplea para la recolección de datos durante la investigación, es decir, es una herramienta que ayuda a desarrollar preguntas para recolectar la información estructurada de la muestra.

Este trabajo de investigación utilizó el instrumento del cuestionario con la finalidad de recopilar datos sobre situación de los clientes de la empresa; en donde se empleó una escala de Likert cuya evaluación fue del 5 al 1 respectivamente; de las cuales estuvo conformada por Nunca, Casi Nunca, A veces, Casi Siempre, Siempre

3.4.3 VALIDEZ

Ventura (2017), se refiere a la validez como el grado donde el grado de evidencia y la teoría se interpretan.

Además, es necesario aplicar prueba piloto al cuestionario y con ello experimentar el instrumento, de esta manera verificar si existe algún error y hacer las rectificaciones respectivas para dar inicio con el trabajo de campo.

Para lograr aprobar el instrumento el cual se encuentra integrado por 25 preguntas el cual está plasmado en el cuestionario. La

investigación fue validada a través de tres expertos de la escuela de administración con Maestría y Doctorado dieron su opinión y conformidad sobre el cuestionario.

Tabla 1

Validación de expertos

NOMBRE Y APELLIDOS	CONTROL DE INVENTARIOS	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Marilú Flores Lezama	Procede Aplicar	Procede Aplicar
Fausta Alburuqueque Arana	Procede Aplicar	Procede Aplicar
Pablo Chávez Aguilar	Procede Aplicar	Procede Aplicar

Fuente: Elaboración propia

3.4.4 CONFIABILIDAD

Ventura (2017), define la confiabilidad como una puntuación del test donde indica la varianza confiable. Además, la confiabilidad es un instrumento de medición el cual muestra cuánto se produce el resultado de coherencia y solidez a lo que se desea medir. Asimismo, para hallar la confiabilidad se extrajo una porción de la muestra, siendo así 30 clientes que constituye nuestra prueba piloto.

La confiabilidad fue cuantificada mediante el método de alfa de Cronbach, a través de SPSS v. 25, donde el valor fue (0.704), en la variable control de inventarios; (0.7511) para la variable satisfacción del cliente; se aceptan ambos valores, es decir que es una herramienta de compilación confiable.

3.5 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Dorantes (2018) define al proceso de la investigación que el autor debe de establecer con exactitud los elementos básicos para el transcurso al realizar el proyecto de la cuál es la perspectiva que se observa el fenómeno poseyendo con aspectos éticos para la búsqueda de investigaciones que servirán como antecedentes.

Para su proceso de realización de la investigación, se le comunicó anticipadamente al gerente de la empresa Barboza Grupo ERIL Chepén; solicitando el permiso para iniciar el análisis de la investigación con el nombre de la organización.

Con ello, Figueredo et al. (2019), refiere la importancia de aplicar la encuesta (cuestionario) en la investigación de un proyecto porque facilita la recolección de información para así cuantificarla, interpretarla para llegar a la decisión correcta.

A su vez, Soliz (2019), indica que la importancia de la tabulación de datos ya que hace de manera factible la de comprensión, análisis e interpretación de resultados que proporciona la encuesta.

En el procedimiento de esta investigación se realizó mediante el uso de la herramienta de recopilación de datos la cual se le conoce como el cuestionario, además esta fue aplicada a 384 clientes de la empresa Barboza Grupo EIRL.

La información se procesó mediante listado creado por el programa EXCEL, la cual cuenta varias propiedades para el uso posterior de graficados y trasladados al programa Estadístico SPSS versión 2.5, con ello obtener la correlación y constatar las hipótesis planteadas.

3.6 MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS

Marín (2020), define como análisis de datos una etapa crucial en las investigaciones por lo que dan relativa en la calidad y veracidad de los resultados

En este análisis, la búsqueda extraída fue recopilada para su investigación descriptiva en las tablas según sus magnitudes de cada variable de estudio.

Para ello se empleó un sistema llamado Microsoft EXCEL y el programa estadístico SPSS v2.5.

Para ejecutar la hipótesis principal se empleó la prueba de normalidad de Koglomorov Smirnov, porque la muestra es mayor a 30, por el cual esta investigación está constituida de 384 clientes de la empresa Barboza Grupo EIRL; además a un futuro se utilizará Rho Spearman o Pearson teniendo en cuenta el nivel de confianza del proyecto de investigación.

3.7 ASPECTOS ÉTICOS

Salazar et al. (2018), define como ética profesional al otorgar crédito, valor a los autores seleccionados de investigaciones anteriores para la realización del proyecto, de la cual es de suma importancia aplicarla en el desarrollo de la investigación para que tenga validez y confiabilidad de lo que sustentamos.

Además, Quiroz et al. (2020), se refiere a la ética profesional al respeto intelectual que se les otorga a los derechos de los autores de investigaciones pasadas.

La investigación se desarrolló de la manera adecuada, además los datos alcanzados fueron mediante el instrumento aplicado el cual es la encuesta, y esta se ejecutó de manera confidencial. Además, se protegió la identidad e integridad de los clientes de la empresa Barboza Grupo EIRL.

Por otro lado, no se perjudicó la reputación de los clientes, porque se quiere brindar esta información a la organización para mejorar sus debilidades y con ello pueda mantenerse en un mercado competitivo. No obstante, los datos reclutados fueron manipulados con cuidado por lo que solo fueron usados para dicho análisis. Concluyendo, se respetó los lineamientos por parte de la Universidad Cesar Vallejo, utilizando las normas APA y así obtener la confiabilidad del autor referenciado en la investigación.

IV. RESULTADOS

Tabla 2-

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl	Sig	Estadístico	gl	Sig
Control de Inventario	.107	384	.000	.982	384	.000
Satisfacción del cliente	.070	384	.000	.990	384	.012

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

En el presente estudio, tiene una población de 384 personas; por consiguiente, se aplicó la prueba de Kolmogorov – Smirnov, en el cual se observó una significancia para ambas variables menor al 5%; ello indica, que la distribución normal de los datos procesados es nula. Por tal motivo, se realiza la prueba estadística de Spearman, lo cual determina que ambas variables no tienen relación, de manera que se dará respuesta a los objetivos.

Tabla 3-

Determinar el nivel de control de inventarios de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021

NIVEL	INVENTARIO	%
Bueno	25	6.51%
Regular	358	93.23%
Malo	1	0.26%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

En la tabla 3, se precisó que el control de inventario se considera como bueno 7% (25); como regular, 93% (358) y malo 0% (1). Entonces, se considera que en su mayoría los clientes determinan que la variable control de inventario es regular, frente que una pequeña proporción que es bueno en la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.

Tabla 4 –

Determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L. Chepén 2021.

NIVEL	CLIENTE	%
Alto	21	5.47%
Medio	362	94.27%
Bajo	1	0.26%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

En la tabla 4, se determinó que en la satisfacción del cliente se considera como alto 5% (21); como medio, 94% (362) y bajo 0% (1). Por lo tanto, se observó que en su mayoría los clientes determinan que la variable satisfacción del cliente es medio, frente a una pequeña proporción que es alto en la empresa Barboza Grupo E.I.R.L. Chepén 2021.

Tabla 5-

Establecer la relación entre la dimensión almacén en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.

		Satisfacción del cliente	Almacén
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1.000	.059
	Sig.(bilateral)		.245
	N	384	384
	Coeficiente de correlación	.059	1.000
	Sig.(bilateral)	.245	
	N	384	384

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

En la tabla 5, se examinó que el nivel de significancia ($P=0.245$), siendo mayor a 0.05; esto quiere decir, que no existe relación significativa entre la variable satisfacción del cliente y dimensión almacén. En otros términos, el almacén de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L no cumple con la satisfacción del cliente.

Tabla 6-

Determinar la relación de la dimensión del stock en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021

		Satisfacción del cliente	Stock
Rho de Spearman	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación Sig.(bilateral)	1.000 .812
		N	384 384
	Stock	Coeficiente de correlación Sig.(bilateral)	.012 .812
		N	384 384

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

En la tabla 6, se visualiza que el nivel de significancia ($P=0.812$) es mayor a 0.05; en otras palabras, que la relación es nula entre la variable satisfacción del cliente y dimensión stock de la empresa. En otros términos, el stock de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L no cumple con la satisfacción del cliente.

Tabla 7-

Establecer la relación entre la dimensión administración de inventario en la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.

		Satisfacción del cliente	Administración de inventario
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1.000	-.032
	Sig.(bilateral)		.529
	N	384	384
	Coeficiente de correlación	-.032	1.000
	Sig.(bilateral)	.529	
	N	384	384

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

En la tabla 7, se observó que el nivel de significancia es ($P=0.529$) es mayor a 0.05; es decir, que no existe relación significativa entre la variable satisfacción del cliente y dimensión administración de inventario de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021. Dicho de otro modo, la administración del inventario de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L no cumple con la satisfacción del cliente.

Tabla 8 -

Determinar la relación entre el sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021.

		Control de inventario	Satisfacción de cliente
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1.000	.049
	Sig.(bilateral)		.340
	N	384	384
	Coeficiente de correlación	.049	1.000
	Sig.(bilateral)	.340	
	N	384	384

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

En la tabla 8, se observó que el nivel de significancia es ($P=0.340$) es mayor a 0.05; en otros términos, no refleja una relación significativa entre las variables control de inventario y satisfacción de cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R. L Chepén 2021. En otras palabras, el cliente no percibe que la organización Barboza Grupo lleve un adecuado control de registro, por lo que ello no afecta en la satisfacción del cliente.

V. DISCUSIÓN

En los resultados que se obtuvo para medir las variables de estudio: control de inventario y satisfacción del cliente; primero, se efectuó la medición de los niveles de variable por variable, con ello poder medir la correlación entre las dimensiones y la variable de estudio de este presente trabajo, llegando a la siguiente discusión:

En esta investigación, el objetivo general fue: Determinar la relación entre el sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021, visualizándose en gran medida que es mayor al 5% (34%), es decir, no se encuentra relación de significancia entre el control de inventario y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021. A diferencia de, Torres (2018), que realizó su trabajo de investigación tuvieron un enfoque cuantitativo; determinó que en ambas variables (control de inventario y satisfacción del cliente) existe una relación, obteniendo como correlación significativa de 0.01 (bilateral) un nivel fuerte entre ambas variables.

Asimismo, Becerra (2018), en su investigación aplicó un enfoque cuantitativo para adquirir la información, concluyendo que si existe una relación alta entre ambas variables, del mismo modo, en su estudio estadístico le arrojó un Rho de Speraman 0.777 indicando que si halla una relación positiva considerable en las variables manejadas y un 0.000 en P-valor que equivale menor al 5% refiriéndose que hay significancia bilateral, dando sentido que un gestionamiento de control de inventario proporcionará a un cliente a gusto con el servicio o producto.

Tal como, Yllancoza (2018), en su trabajo de investigación relata con los datos extraídos por el SPSS que entre ambas variables control de inventario y satisfacción del cliente, si tiene una correlación de significancia alta, dando su valor de 0.000 menor al 5%. Aceptando su hipótesis alternativa y rechazando la nula. También Cosme (2018), en su estudio determina que ambas variables tienen correlación alta perfecta con su nivel de significancia

de 0.000 menor al 5%, lo que indica que el control de inventario si se relaciona con la satisfacción del cliente; en otras palabras, la gestión de inventarios debe de ser adecuado, eficiente para que desarrollen un alto nivel en la satisfacción hacia el cliente.

Por los autores anteriormente mencionado, se concluye que la variable control de inventario y satisfacción del cliente no siempre tendría que guardar relación pues, bien sabemos que el control de inventario se maneja de diferentes formas en las organizaciones; además la satisfacción del cliente en su gran mayoría no tiene que estar acorde al control de inventario se maneja de diferentes formas en las organizaciones.

Al punto que, el control de inventario manifiesta de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021, los resultados arrojaron que su nivel es regular (93%), obteniendo estos datos de acuerdo a las encuestas; y se utilizó un enfoque cuantitativo. Por el contrario, Ladrón (2020), indica que el control de inventario, se sustenta en planificar, controlar y asegurar la continuidad de proceso de producción; permite controlar un excesivo stock para no generar un coste mayor de almacén. A su vez, el nivel óptimo que requiere un control de inventario, es la realización de clasificar los bienes que dispone la empresa en sus respectivas categorías, familias y lugar de ocupación, las cual hace un ajuste con la realidad y no sobrevalora de lo que se necesita.

Del mismo sentido, Huerta (2019), expresa en su estudio que el control de inventario tiene un porcentaje relativo del 50% indicando que es regular, con ello extrae un 30% de bueno y por último 20% de malo; es decir, que la empresa le falta estimar el control de inventario para que llegue al objetivo trazado.

Por lo tanto, se puede interpretar, que el control de inventario es variable, esto se ve reflejado en los años, no siempre se va posicionar en un nivel bueno o aceptable en la empresa pues todo se visualiza con la correcta administración y también los factores como los políticos, tecnología, entre

otros. Asimismo, en la empresa Barboza Grupo le falta evaluar el área de control de inventarios porque mantiene un grado de 93% siendo un nivel regular; por lo tanto, para completar el objetivo trazado de la empresa tendrían que mejorar en el tema de stock, producción, almacén, entre otras.

Cuando se investigó el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L. Chepén 2021, se llegó a la conclusión de que se encuentra en un nivel medio (94%), generando que los clientes se localizan medios satisfechos con la atención. En cambio, Paride (2017), comenta que la satisfacción del cliente es punto esencial para las empresas, la cual explica el sentir hacia el producto. También el nivel que se opta (100%) para el logro de las expectativas del público, se ve reflejado entre la calidad percibida y la calidad prometida; en otras palabras, la organización debe de ser eficaces con sus funciones de distinción para alimentar y así mejorar la planificación de mejora continua.

Para Valenzuela et. al. (2019), expresa en su estudio que el nivel de satisfacción no llega a superar, su máximo es 4 de un intervalo de valorización del 1 al 6, dando a entender que el consumidor no concluye su satisfacción; pues ocasionando que el mismo recurra a la competencia, dejando por lo bajo las entradas de dinero por la compra de su producto o prestación de servicio de la organización; por ende, la empresa debe profundizarse con el cliente, buscando sus necesidades más requeridas para que sean cumplidas

Por los autores anteriormente mencionados, se interpreta que la satisfacción del cliente no depende mucho del control de inventarios que maneje la empresa; puesto que los clientes solo buscan sus necesidades y con ello se sienten más que satisfechos. Asimismo, este tipo de variable es un nivel cambiante, pues tiene muchos mecanismos que afectan y de las cuales pueden ser positivos como negativos; la empresa debe de manejar

adecuadamente los conocimientos del cliente; obteniendo la fidelización de los clientes hacia la empresa.

En el estudio de la relación entre la dimensión almacén en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L. Chepén-2021, el cual se observa que el nivel de valor es de ($P=0.245$), siendo mayor a 0.05, teniendo como resultado que no existe relación significativa entre la dimensión y la variable de estudio; por el cual, el almacén de la empresa Barboza Grupo no cumple con la satisfacción del cliente. En cambio, Guia (2017), indica que la dimensión almacén se encarga del ingreso y de la demanda saliente de los productos de dicha compañía, por ello, el cliente no le toma interés acerca del manejo del almacén de una organización, solo se preocupa que le brinden el pedido que requiera. A su vez, en su estudio se observa que la dimensión con la variable existe correlación significativa de 0.01 (bilateral).

Por lo tanto, se interpreta que para lograr satisfacer las necesidades del consumidor no necesariamente tiene que estar relacionado con el almacén de los productos; puesto que, a ellos, no perciben una afectación con respecto al orden con los productos. Además, lo mencionado anteriormente se ve que obtener una satisfacción del cliente se basa en conocer sus necesidades para alcanzar las expectativas que requiere.

En cuanto, al relacionar la dimensión del stock en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L. Chepén 2021, el cual arroja un nivel de significancia de ($P=0.812$) es mayor a 0.05, teniendo como efecto que no se encuentra relación significativa entre la dimensión y variable de investigación; por lo tanto, el stock de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L. no satisface al cliente. Al contrario, Huerta (2019), refiere que el stock es un punto clave para la satisfacción del cliente, ya que, la empresa toma conocimiento de cuanto producto dispone. Donde, en su investigación encuentra que la empresa tiene un nivel regular 50% de stock. Esto dará lugar que las ventas aumenten, obteniendo ingresos y la empresa sea solvente.

Por los autores anteriormente mencionados, se interpreta que el stock que maneje la empresa es algo interno que les corresponde a los administradores, gestionarlo. El cliente desea que le proporcione el producto(s) que necesita para su satisfacción; por lo contrario, buscará una empresa donde le brinden calidad de servicio y el producto que requiere en poco tiempo.

Por otra parte, la relación entre la dimensión administración de inventario en la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L. Chepén 2021, obtuvo como nivel de significancia ($P=0.0529$) es mayor a 0.05, por consiguiente, no existe relación entre la variable satisfacción del cliente con la dimensión administración de inventario de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L. Dicho de otra manera, la administración del inventario de la empresa Barboza no cumple con la satisfacción del cliente.

En cambio, Molina (2019), relata que la administración de inventario corresponde a la porción de bienes para la decisión de compra, para ofrecer al cliente en los despachos de acuerdo a las cantidades requeridas. En su análisis obtiene una correlación significativa de 0.01 (bilateral) dando lugar que si existe relación entre la dimensión y variable de estudio. Por otra parte, Pérez y Wong (2018), en su investigación determinaron que el 60% llega al cumplimiento de las metas a través de la planeación, en seguida gestión y culminando control; esto hará que sea aceptable porque da claridad y mayor oportunidad con mejoramiento.

Por lo anteriormente mencionado se interpreta, que la administración de inventarios va relacionada a la gestión que se realiza cuando entra o sale pedido. Todo ello no le compete al cliente, puesto que este solo se enfoca en sus necesidades de compra dentro de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

Este presente trabajo de investigación ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Al identificar la relación entre sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa “Barboza Grupo E.I.R.L” Chepén 2021, se determinó que no existe relación entre ambas variables, en la cual se establece que ambas variables son independientes.
2. Al respecto al nivel de control de inventarios de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021, se analizó que la variable se posiciona en un nivel regular del 93% (358), a diferencia de 7% (25) que es bueno.
3. Acerca de determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021, se estableció que variable se encuentra en un nivel medio del 94% (362), lo que indica que los clientes de la organización no llegan al máximo se sentirse a gustos con la atención.
4. Referente a establecer la relación entre la dimensión almacén en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021, se precisó que no existe relación entre almacén y satisfacción por lo que se obtuvo un nivel de significancia elevado al 5% ($P=0.245$); en otras palabras, el almacén de la empresa no llega a cumplir las expectativas del cliente.
5. Sobre la determinación de la relación que existe entre la dimensión del stock en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021; es que su nivel de significancia es mayor al 5% ($P=0.812$) esto quiere decir, que el stock no proporciona las necesidades del cliente.
6. En cuanto a establecer la relación entre la dimensión administración de inventario en la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L Chepén 2021; se determinó que no existe relación entre la dimensión y la variable de estudio, dando un porcentaje mayor al 5% ($P=0.529$) en otros términos, la administración de inventarios de la organización no satisface al cliente.

VII. RECOMENDACIONES

En este proyecto de investigación proporcionaremos las siguientes recomendaciones:

- A la empresa Barboza Grupo E.I.R.L se le recomienda que mejore su control de inventarios, a través de una implementación de un sistema Software; cuya función será facilitar la rapidez de la búsqueda del producto con sus precios y también procederá con la ejecución de boletas y facturas electrónicas.
- Además, se debe brindar capacitaciones al personal del área logística y a los gerentes de la empresa Barbosa Grupo E.I.R.L para que ejecute un correcto trabajo y con ello agilizar las funciones de los productos que se encuentran en almacén; así mismo, obtendrá una mayor eficiencia en el control de inventario.
- Frente a la crisis mundial que se está viviendo, se le sugiere a la empresa que emplee estrategias para que obtengan al cliente satisfecho; esto se daría por medio de promociones, descuentos, vales, entre otras; también a la adecuada atención del personal hacia él, con toda la amabilidad e informando todo acerca del producto que necesita.
- Se le aconseja a la empresa que maneje su área de almacén a través de estantes, cajoneras, entre otros y de forma ordena como el tipo, diseño, peso, etc. del producto para que beneficie con la búsqueda del vendedor hacia el cliente.
- Así mismo a la empresa Barboza Grupo E.I.R.L, se le atribuye que realice mensualmente un informe de los productos que se encuentran el almacén, para que no genere costo y así no se queden con stock.
- Por último, la empresa Barboza Grupo E.I.R.L debe de proceder con talleres de que oriente la buena administración de inventarios a su personal del área logística como al de ventas, para que estén capacitados y orientados al adecuado manejo de ello.

REFERENCIA

- Apunte, R y Rodríguez, R. (2017). diseño y aplicación de sistema de gestión en inventarios en empresa ecuatoriana. *REDALYC*,22,1-14. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181546432006.pdf>
- Arenas, C y Jaramillo, N. (2017). Concepciones de la empatía a nivel general, psicológico y a partir de sus instrumentos de medición. *Revistas Electrónica PSYCONEX*, 15(15). <https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/330991>
- Arroyo, J. (2022). Las variables como elemento sustancial en el método científico. *Redalyc* 46(1). <https://www.redalyc.org/journal/440/44068165026/html/>
- Asqui, F. y Vera, A. (2021). Estrategias de gestión de control de inventario para la satisfacción del cliente en Jaroma S.A. Repositorio UG [Tesis para optar el título de contaduría pública autorizada]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/58621/1/ASQUI%20BELTRAN%20FRANKLIN%20VICENTE-%20VERA%20RAMIREZ%20ANGGIE%20LISETTE%20.pdf>
- Becerra, C. (2018). Control de inventario y satisfacción al cliente en la empresa ferretería Kevin LIMA – 2017 [Tesis de título de licenciado, Universidad Autónoma del Perú] Repositorio autónoma. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/568/CESAR%20WILFREDO%20BECERRA%20HUAYANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Canto, A.; Sosa, W.; Bautista, J. y Escobar, J. (2020). Escala de Likert: Una alternativa para elaborar e interpretar un instrumento de percepción social. *Revista de la alta tecnología y sociedad*, 12(1). <https://static1.squarespace.com/static/55564587e4b0d1d3fb1eda6b/t/5ffe0063b15beb25b917bec1/1610481763900/06+CantodeGante+ATS+V12N1+38-45.pdf>
- Catari, P. (2018). Calidad del servicio y satisfacción de los clientes de la Empresa El Baúl, Torata, Moquegua, 2018. [Tesis de grado académico, Universidad César Vallejo] Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26740>

- Catrejón, J y Raymundo, M. (2019) Gestión de los inventarios y sus beneficios en las empresas productoras [Tesis de grado académico, Universidad Peruana Unión] Repositorio UPEU. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2482/Judith_Trabajo_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Céspedes, N; Paz, J.; Jiménez, F.; Pérez, I. y Pérez, Y. (2017). La administración de los inventarios en el marco de la administración financiera a corto plazo. *DIALNET*, 6(5), 196-214. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6145627>
- Cisneros, A; Urdánigo, J; Guevara, A y Garcés, J. (2022). Técnicas e instrumentos para la recolección de datos que apoyan a la investigación científica en tiempos de pandemia. *Dialnet* 8(1). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383508.pdf>
- Cosme, K. (2018). Gestión de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa Pet Shop Galpón Dorado, San Juan de Lurigancho [Tesis título profesional, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/65651>
- Contreras, E. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de Interbank Próceres 630 San Juan de Lurigancho, 2018. Repositorio UCV [Tesis para obtener el título profesional de licenciado en administración]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19878/CONT_RERAS_CEJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cruz, A. (2018). *Gestión de inventarios*. Editorial IC. https://books.google.com.pe/books?id=s1cpEAAAQBAJ&dq=control+de+inventarios&source=gbs_navlinks_s
- Dávila, H.; Palacios, I.; Peña, H. y Valencia, J. (2019). Trade marketing como estrategia de posicionamiento empresarial. *DIALNET*, 25(1), 130-145. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7113720>

- Dorantes, C. (2018). *El proyecto de investigación en psicología: de su génesis a la publicación*. https://books.google.es/books?id=yKRdDwAAQBAJ&dq=info:DFjb9Ma4ZLEJ:scholar.google.com/&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Escudero, M. (2019). *Logística de almacenamiento*. EDICIONES PARANINFO. https://books.google.com.pe/books?id=vcSPDwAAQBAJ&dq=almacenamiento&source=gbs_navlinks_s
- Figueredo, A; León, R y Martínez, M. (2019). Procedimientos para el procesamiento de la información de la DIP de la carrera Ingeniería Forestal. *Scielo* 75(1). <http://www.scielo.org.pe/pdf/biblios/n75/a05n75.pdf>
- Flamarique, S. (2018). *Gestión de existencias en el almacén*. Marge books. https://books.google.com.pe/books/about/Gesti%C3%B3n_de_existencias_en_el_almac%C3%A9n.html?id=CDd8DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-419&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Ganivet, J. (2017). *Diseño y organización del almacén*. Editorial Elearning. [https://books.google.com.pe/books?id=Z35XDwAAQBAJ&pg=PA1&dq=Ganivet+\(2017\)+ALMACEN&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwibraaw6YT0AhW1rJUChQBtA4cQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Z35XDwAAQBAJ&pg=PA1&dq=Ganivet+(2017)+ALMACEN&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwibraaw6YT0AhW1rJUChQBtA4cQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q&f=false)
- Garza, D. (2020). *El libro negro de las computadoras en la productividad*. https://books.google.com.pe/books?id=iBD6DwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Gestión. (2019). *Empresas elevan ventas en 25% al automatizar gestión de inventarios*. <https://gestion.pe/economia/empresas/empresas-elevan-ventas-25-automatizar-gestion-inventarios-272267-noticia/>
- Gonzales, A. (2020). Un modelo de gestión de inventarios basado en la estrategia competitiva. *SCIELO*, 28. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S071833052020000100133&lng=en&nrm=iso&tlng=en
- Guerrero, H. (2017). *Inventarios manejo y control*. ECOE EDICIONES. <https://books.google.com.pe/books?id=2q5JDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

- Guia, G. (2017). Gestión de inventarios y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa archi distrito ATE, AÑO 2017 [Tesis de título profesional, Universidad César Vallejo] Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12445>
- Huerta, P. (2019). Gestión de inventarios y satisfacción del cliente en la corporación educativa Colegio Héroes del Pacífico, San Juan de Miraflores-2019 [Tesis título profesional, Universidad Autónoma del Perú] Repositorio Autónoma. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1770/Huerta%20Vargas%2c%20Patricia%20Del%20Pilar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kotler, P.; Bowen, J; Makens, J.; & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. (7ma ed.). Pearson Education.
- Ladrón, M. (2020). *Gestión de inventarios*. https://books.google.com.pe/books?id=bpXSDwAAQBAJ&dq=control+de+inventarios&source=gbs_navlinks_s
- Marín, J. (2020). Análisis de datos para el marketing digital emprendedor: Caso de estudio del Parque de Innovación Empresarial de Manizales. *SCIELO*, 22(38). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7135>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista SCIELO*, 20(1). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1607-40412018000100038&script=sci_arttext_plus&tlng=es
- Molina, A. (2019). Gestión de inventarios y su relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, LIMA, 2019 [Tesis de título profesional, Universidad César Vallejo] Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55404/Molina_RAW-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mondragón, K. (2018). Gestión de inventario para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa AQUABRIGHT PROFESIONAL SAC. EN EL AÑO 2018. [Tesis de título profesional, Universidad César Vallejo] Repositorio UCV.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22564/MOND_RAGON_LK.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Monroy, M. (2019). Factores de la satisfacción del cliente. *Dialnet*, 11(1), 70-87.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399782>

Tapia, I. (2022). Las expectativas en estudiantes de la educación profesional técnica. *Redalyc*, 53(2), 93-120.
<https://www.redalyc.org/journal/270/27069733013/html/>

Ochoa, D. (2019). Análisis y diagnóstico en la gestión de stock para evitar quiebres de stock de la tienda SODIMAC-HUANCAYO. [Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, Universidad Continental] Repositorio Institucional Continental. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/5811/2/IV_FIN_108_TE_Ochoa_Aliaga_2019.pdf

Ochoa, J. y Yunkor, Y. (2019). El estudio descriptivo en la investigación científica. *Revista Autónoma*, 2(2).
<http://201.234.119.250/index.php/AJP/article/view/224>

Otzen, T y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Scielo*, 35. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037&lng=en&nrm=iso&tlng=en

Paride, B. (2017). *La satisfacción del cliente*. <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LA-SATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>

Pérez, C y Landa, A. (2019). Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante Tao. [Tesis de título profesional, Universidad De Piura] Repositorio PIRHUA. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4179/AE_318.pdf?sequence=

Pérez, M y Wong, H. (2018). Gestión de inventarios en la empresa soho olor salón & spa en TRUJILLO (PERÚ). *REDALYC*, 14.
<https://www.redalyc.org/journal/4096/409658132010/movil/>

- Quiroz, R.; Campos, A. y Aliaga, J. Protección a la propiedad intelectual del autor en Perú en tiempos de crisis moral. *REDALYC*, 4(1). <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v44n1eIn2>
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *Dialnet*,9(3). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Roca, E y Cabrera, M. (2020). Relación entre el sistema de gestión de inventarios y su atención a los clientes de la empresa compresores INDUSTRIALES SAC. [Tesis de título profesional, Universidad Privada Del Norte] Repositorio UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25148/Trabajo%20de%20Suficiencia%20%20Roca-Cabrera%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, C.; Niebles, W.; Pacheco, C. y Hernández, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *SCIELO*,31. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071807642020000400221&script=sci_arttext
- Salazar, M.; Icaza, M. y Alejo, O. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *SCIELO*, 10(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000100305&script=sci_arttext&lng=en
- Saldarriaga, D. (2019). *Almacenes y centros de distribución. manual para optimizar procesos y operaciones*. https://books.google.com.pe/books?id=CTGeDwAAQBAJ&dq=Almacen&source=gbs_navlinks_s
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: concesos y disensos. *Revistas Digital De Investigación*,13(1). <https://revistas.upc.edu.pe/index.php/docencia/article/view/644>
- Sánchez, M. y Martínez, A. (2020). Evaluación del y para el aprendizaje: instrumentos y estrategias. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SYXZDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=instrumento+de+evaluaci%C3%B3n&ots=XukZTirUJ-&sig=brgtzLU3NfTJHsjRvJ1QwxYG_mg#v=onepage&q=instrumento%20de%20evaluaci%C3%B3n&f=false

- Serna, M. (2019). ¿Cómo mejorar el muestreo en estudios de porte medio usando diseño con método mixto? Aportes desde el campo de estudios de elites. *Dialnet*, 43. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6922583>
- Solís, D. (2019). *Cómo Hacer Un Perfil Proyecto De Investigación Científica*. https://books.google.es/books?id=Q-GCDwAAQBAJ&dq=importancia+tabulaci%C3%B3n+de+datos&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Thompson, I. (s.f). *La satisfacción del cliente*. <https://www.procace.cl/Demos/tmk/docs/Satisfacci%C3%B3n%20al%20Cliente.pdf>
- Torres, S. y García, P. (2017). Administración de Inventarios, un desafío para Las Pymes. *DIALNET*, 13(29), 31-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8083269>
- Torres, Y. (2018). El control de inventarios y la satisfacción de los clientes de la empresa casas y sueños SAC, CARABAYLLO, LIMA 2018. [Tesis título profesional, Universidad César Vallejo] Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25091/Torres_GYS.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Trujillo, A y Tumbajulca, E. (2018). Evaluación del control de inventarios en la empresa representaciones JHON ALEXANDER EIRL, CHIMBOTE-2018 [Tesis título profesional, Universidad César Vallejo] Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29707/Trujillo_VAE-Tumbajulca_AEW.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valenzuela, N.; Buentello, C.; Gomez, L. y Villareal, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON*, 6(2), 18-24. <https://revistageon.unillanos.edu.co/article/view/159>
- Vélez, C. (2017). *Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios o microempresas*. Editorial Elearning S.L. https://books.google.com.pe/books?id=hV5WDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true

- Ventura, J. (2017). La importancia de reportar la validez y confiabilidad en los instrumentos de medición: Comentarios a Arancibia et al. *Scielo*, 145(7). https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872017000700955&lng=en&nrm=iso&tlng=en
- Ventura, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Scielo*, 43(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s0864-34662017000400014&script=sci_arttext&tlng=en
- Yllaconza, R. (2018). Gestión de inventarios y servicio al cliente en la empresa maestro, CALLAO-2018 [Tesis de título profesional, Universidad César Vallejo] Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23232/Yllaconza_TRS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zabala, M; Richard's, M; Breccia, F y López, M. (2018). Relaciones entre empatía y teoría de la mente en niños y adolescentes. *Redalyc* 16(2). <https://www.redalyc.org/journal/801/80156642004/80156642004.pdf>
- Zumaeta, M. (2017). Implementación de las 5 "s" para mejorar la productividad en el área de atención al cliente de la empresa LÍDER QUÍM S.R.L, SAN MARTIN DE PORRES, 2017[Tesis de título profesional, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio Digital Institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/browse?type=author&value=Mar%C3%ADn%20Zumaeta,%20Alexander>

ANEXOS

Anexo 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 1 CONTROL DE INVENTARIO

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
CONTROL DE INVENTARIO	Para Gonzáles (2020) define que el control de inventarios permite conocer cuál es estado de la mercadería de la empresa, además es muy esencial porque ayuda a	El control e inventarios se mide mediante sus dimensiones los cuales son almacén, stock y administración de inventarios; todo ello será evaluado con la finalidad de	ALMACÉN	Aprovisionamiento, Distribución	ORDINAL
			STOCK	Stock Máximo, Stock Mínimo, Punto de Reorden	

	estimar las políticas de control a lo largo de su cadena de valor.	observar si cuentan con un excelente control de inventarios. Todo ello se trabajará mediante una encuesta e instrumento un cuestionario.	ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIO	Materia Prima, Producción, Almacenaje, Productos Terminados	
--	--	--	------------------------------	---	--

Anexo 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 2 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA
	<p>Monrroy (2019) define la satisfacción del cliente a la correspondencia de sus expectativas, deseos, necesidades del mismo, por lo</p>	<p>La satisfacción del cliente se mide a través de sus dimensiones de rendimiento percibido, las expectativas y la</p>	<p>RENDIMIENTO PERCIBIDO</p>	<p>Cortesía, Empatía, Procesos</p>	<p>ORDINAL</p>
			<p>LAS EXPECTATIVAS</p>	<p>Desempeño, Conocimiento, Estándares</p>	

<p>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</p>	<p>tanto, la empresa debe de asegurar de brindar un buen servicio calificado, para lograr que la demanda encuentre lo que está buscando ya sea a través de un producto o servicio, esto llevara que, si alcanza sus perspectivas, el comprador recomiende al establecimiento.</p>	<p>empatía, ello contribuye al logro de los objetivos de la empresa. Sera evaluado mediante una encuesta e instrumento un cuestionario</p>	<p>EMPATIA</p>	<p>Atención individualizada, Flexibilidad y accesibilidad</p>	
-------------------------------------	---	--	----------------	---	--

Anexo 3: CUADRO DE CONSISTENCIA

Sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa "Barboza Grupo E.I.R.L" Chepén 2021						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA		
¿Qué relación existe entre el sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L CHEPÉN 2021?	Determinar la relación entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L CHEPÉN 2021.	Existe relación entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L CHEPÉN 2021.	V1: Sistema de Control de Inventario		TIPO DE INVESTIGACIÓN	
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Stock	Almacén	Aprovisionamiento	Aplicada
					Distribución	
					Stock Máximo	
					Stock Mínimo	
	Determinar el nivel de control de inventarios de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L CHEPÉN 2021				Punto de Reorden	Descriptiva Correlacional
	Determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L CHEPÉN 2021.		Administración de inventario		Materia Prima	
					Producción	
					Almacenaje	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
					Productos Terminados	No experimental de tipo transversal-correlacional
				V2: Satisfacción del cliente		POBLACIÓN
	Establecer la relación entre la dimensión almacén en la satisfacción de los clientes de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L CHEPÉN 2021			Rendimiento Percibido	Cortesía	Desconocida infinita
					Empatía	
	Determinar la relación de la dimensión del nivel ventas en la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L CHEPÉN 2021				Procesos	
		Las expectativas	Desempeño	MUESTRA		
			Conocimiento			
				Estándares	Para este estudio la muestra fue de 384 clientes.	
Establecer la relación entre la dimensión producción en la satisfacción del cliente de la empresa Barboza Grupo E.I.R.L CHEPÉN 2021		Empatía	Atención individualiza	TÉCNICAS E INSTRUMENTO		
				Flexibilidad y Accesibilidad	Encuesta - cuestionario	

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Sistema de control de inventarios y su relación en la satisfacción del cliente
de la empresa “Barboza Grupo E.I.R.L” Chapén 2021**

Buenos días/ tardes

Estimado señor (a), señorita o joven, el siguiente formulario forma parte de un proyecto de investigación que tiene como finalidad recopilar información sobre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa Barboza Grupo. El cuestionario es confidencial.

INDICACIONES:

Lea detenidamente cada proposición marque con un aspa (X) solo una alternativa, la que mejor le parezca. Por favor conteste todas las preguntas. Donde: 1 – NUNCA; 2- CASI NUNCA; 3-A VECES; 4-CASI SIEMPRE; 5- SIEMPRE.

1. ¿Desea usted participar en la encuesta?

SI

NO

2. Femenino: ()

Masculino: ()

N°	PREGUNTAS	ALTERNATIVA				
		1	2	3	4	5
VARIABLE: CONTROL DE INVENTARIOS						
DIMENSIÓN: ALMACÉN						
1	Cree usted que la empresa lleve un orden de sus productos					
2	Cree usted que la empresa cuenta con los estándares de control de almacén					

3	Barboza Grupo le brinda vehículo para la movilización de sus productos hacia el lugar final					
4	Cree usted que Barboza Grupo distribuye eficazmente los materiales al momento de ser vendidos					
DIMENSIÓN: STOCK						
5	Según usted la empresa cuenta con los materiales que la demanda requiere					
6	Para usted la empresa cuenta con variedad de productos para abastecer a los clientes de acuerdo a sus necesidades					
7	Considera usted que Barboza Grupo tiene mercancía de optima confiabilidad para la venta					
8	Según su punto de vista Barboza Grupo conserva demasiado tiempo un producto y no lo rota					
9	Cree usted que Barboza Grupo cuenta con cantidades eficientes de material para la venta					
DIMENSIÓN: ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS						
10	Para usted Barboza Grupo cuenta con materia prima para la elaboración del producto o servicio final					
11	Según su punto de vista Barboza Grupo ejecuta una elaboración responsable de materia prima					
12	Para usted Barboza Grupo cuenta con las herramientas, tecnología apta para el proceso de elaboración					
13	Considera que Barboza Grupo tiene productos a su disponibilidad					

14	Cree usted que Barboza Grupo brinda un efectivo producto terminado					
----	--	--	--	--	--	--

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Sistema de control de inventarios y su relación en la satisfacción del cliente
de la empresa “Barboza Grupo E.I.R.L” Chepén 2021**

Buenos días/ tardes

Estimado señor (a), señorita o joven, el siguiente formulario forma parte de un proyecto de investigación que tiene como finalidad recopilar información sobre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa Barboza Grupo. El cuestionario es confidencial.

INDICACIONES:

Lea detenidamente cada proposición marque con un aspa (X) solo una alternativa, la que mejor le parezca. Por favor conteste todas las preguntas. Donde: 1 – NUNCA; 2- CASI NUNCA; 3-A VECES; 4-CASI SIEMPRE; 5- SIEMPRE.

1. ¿Desea usted participar en la encuesta?

SI

NO

2. Femenino: ()

Masculino: ()

N°	PREGUNTAS	ALTERNATIVA				
		1	2	3	4	5
VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
DIMENSIÓN: RENDIMIENTO PERCIBIDO						
1	Usted considera que el personal emplea un lenguaje adecuado con los clientes					

2	Para usted el personal brindan atención personalidad					
3	Considera usted el personal aclara sus dudas de manera inmediata					
4	Para usted la empresa cuenta con los productos requeridos					
5	Considera que el personal muestra atención por resolver los problemas del cliente					
DIMENSIÓN: EXPECTATIVAS						
6	Considera usted el desempeño de los colaboradores es efectivo					
7	Piensa usted que organización brinda una rápida atención					
8	Para usted los colaboradores conocen los productos que ofrecen la empresa					
9	Usted cree que los productos que se ofrecen cumplen con tus estándares requeridos					
DIMENSIÓN: EMPATÍA						
10	Según usted la empresa Barboza Grupo tiene como política la atención individualizada					
11	Cree usted que la empresa tiene como importancia desarrollar acciones con eficiencia					

Trujillo 28 / 10 /2021	26631065	 Dra. Fausta Elizabeth Alburquerque Arana DOCENTE UCV	982074695
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

Chepén, 29 de octubre de 2021	17926541		937235236
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

<input checked="" type="checkbox"/>	Procede su aplicación.
<input type="checkbox"/>	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
<input type="checkbox"/>	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

29/10/2021	44852440		968640938
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

	Expectativas	Desempeño	Considera usted el desempeño de los colaboradores es efectivo			X			X			X			X			X			X			
			Piensa usted que organización brinda una rápida atención			X			X			X			X			X			X			X
		Conocimiento	Para usted los colaboradores conocen los productos que ofrecen la empresa			X			X			X			X			X			X			X
		Estándares	Usted cree que los productos que se ofrecen cumplen con tus estándares requeridos.			X			X			X			X			X			X			X
	Empatía	Atención individualizada	Según usted la empresa Barboza Grupo tiene como política la atención individualizada			X			X			X			X			X			X			X
		Flexibilidad y accesibilidad	Cree usted que la empresa otorga facilidades para adquirir el producto			X			X			X			X			X			X			X

Leyenda:

M: Malo R: Regular B: Bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

29/10/2021	44852440		968640938
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

Anexo 6: FIABILIDAD DE VARIABLE CONTROL DE INVENTARIO

Variable Sistema de control de inventario

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,704	14

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Cree usted que la empresa lleve un orden de sus productos	50,30	34,217	,467	,671
Cree usted que la empresa cuenta con los estándares de control de almacén	50,53	35,430	,336	,686
Barboza Grupo le brinda vehículo para la movilización de sus productos hacia el lugar final	50,70	36,631	,247	,696
Cree usted que Barboza Grupo distribuye eficazmente los materiales al momento de ser vendidos	50,60	32,938	,403	,675
Según usted la empresa cuenta con los materiales que la demanda requiere	50,77	38,668	,042	,717
Para usted la empresa cuenta con variedad de productos para abastecer a los clientes de acuerdo a sus necesidades	50,80	33,752	,397	,677

Considera usted que Barboza Grupo tiene mercancía de optima confiabilidad para la venta	50,37	36,723	,174	,705
Según su punto de vista Barboza Grupo conserva demasiado tiempo un producto y no lo rota	50,70	35,390	,376	,682
Cree usted que Barboza Grupo cuenta con cantidades eficientes de material para la venta	50,53	32,602	,566	,656
Para usted Barboza Grupo cuenta con materia prima para la elaboración del producto o servicio final	50,20	37,062	,170	,705
Según su punto de vista Barboza Grupo ejecuta una elaboración responsable de materia prima	50,57	30,461	,576	,646
Para usted Barboza Grupo cuenta con las herramientas, tecnología apta para el proceso de elaboración	50,33	39,471	-,049	,731
Considera que Barboza Grupo tiene productos a su disponibilidad	50,50	33,224	,429	,672
Cree usted que Barboza Grupo brinda un efectivo producto terminado	50,30	35,252	,288	,692

Anexo 7: FIABILIDAD DE VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Variable Satisfacción del cliente

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,751	11

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Usted considera que el personal emplea un lenguaje adecuado con los clientes	39,10	32,645	,483	,721
Para usted el personal brindan atención personalidad	39,27	33,857	,408	,731
Considera usted el personal aclara sus dudas de manera inmediata	39,23	35,771	,181	,761
Para usted la empresa cuenta con los productos requeridos	39,60	31,972	,564	,711
Considera que el personal muestra atención por resolver los problemas del cliente	39,47	31,292	,585	,707
Considera usted el desempeño de los colaboradores es efectivo	39,27	33,099	,385	,734

Piensa usted que organización brinda una rápida atención	39,33	31,540	,556	,711
Para usted los colaboradores conocen los productos que ofrecen la empresa	39,70	32,424	,416	,730
Usted cree que los productos que se ofrecen cumplen con tus estándares requeridos	39,60	33,214	,447	,726
Según usted la empresa Barboza Grupo tiene como política la atención individualizada	39,53	34,189	,319	,743
Cree usted que la empresa tiene como importancia desarrollar acciones con eficiencia	39,23	37,771	,066	,770

Anexo 9: Carta de Autorización



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Chepén, 1 octubre del 2021

OFICIO No. 03-2021/CCPA-UCVCHEPÉN

Sr. Marcos Anthony Barboza Sanchez
GERENTE GENERAL BARBOZA GRUPO EIRL

Presente. -

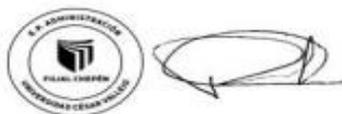
De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo e informarle que los Estudiantes: **Alvarez Matara, Johana Anay**, identificado con DNI N°71601087; **Serrano Tacilla, Damaris Abigall**, identificado con DNI N° 77425342 del IX ciclo de la Carrera Profesional de Administración, están desarrollando el Trabajo de Investigación: **“Sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa “Barboza Grupo E.I.R.L.” Chepén 2021.”**, tema de gran importancia, cuyo beneficio directo recae en su representada, ya que tiene elementos que contribuirán al proceso de toma de decisiones.

En tal sentido y por la trascendencia del tema de investigación, agradezco a usted las facilidades que les han brindado para obtener información y/o aplicar encuestas, y por nuestra parte nos comprometemos a hacerle llegar a su correo institucional un ejemplar en pdf de dicho trabajo de investigación, luego de su sustentación.

Sin otro en particular y agradeciéndole por su atención a la presente, me despido reiterándole mi particular deferencia.

Atentamente,



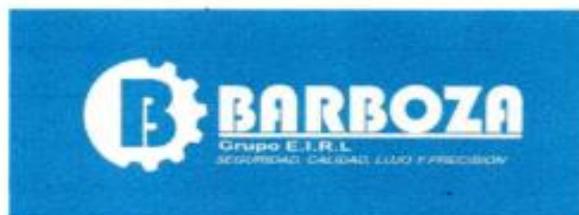
Mgr. Ricardo Antonio Guerrero Vilchez
Coordinador de la Escuela de Administración - Chepén

CAMPUS CHEPÉN

Panamericana Norte Km. 695 - Chepén
Tel. (044) 566108

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
Ucv.edu.pe

Anexo 10: Carta de Aceptación



BARBOZA Grupo E.I.R.L

**SEGURIDAD, CALIDAD Y
PRECISIÓN**

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Chepén, 2 de octubre del 2021

Carta N° ...02...2021

SEÑOR:

Mgtr. RICARDO ANTONIO GUERRERO VILCHEZ

COORDINADOR ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN UCV-CHEPÉN

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

PRESENTE. -

ASUNTO: ACEPTACIÓN PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

REF: OFICIO No. 03-2021/ CCPA-UCV CHEPÉN

Reciba usted mi cordial saludo en nombre de la empresa BARBOZA GRUPO EIRL., el motivo de la presente es con la finalidad de manifestarle que, en virtud del documento de referencia, se ha tenido a bien **ACEPTAR**, que los estudiantes **Alvarez Matara, Johana Anay**, Identificado con DNI° 71601087; **Serrano Tacilla, Damaris Abigail**, Identificado con DNI° 77425342; XI ciclo de la Carrera Profesional de Administración, realicen su trabajo de investigación en nuestra empresa.

Sin otro particular, me despido de usted.

Atentamente,

BARBOZA
Marcos A. Barboza Sánchez
GERENTE

RUC:20601341299

DOMICILIO FISCAL: Calle Triunfo 804 - La Libertad - Chepén - Chepén

Anexo 11: Turnitin

feedback studio | JOHANA ANAY ALVAREZ MATARA | TURNIRIN ALVAREZ - SERRANO 12-07-22.docx



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Sistema de control de inventarios y la satisfacción del cliente de la empresa
"Barboza Grupo E.I.R.L." Chepén 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciadas en Administración

AUTORAS:

Alvarez Matara, Johana Anay (ORCID 0000-0001-9902-4288)

Resumen de coincidencias

16 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	6 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3 %
3	Repositorio.Ucv.Edu.Pe Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.ujcm.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
6	repositorio.autonoma.e... Fuente de Internet	<1 %

Anexo 12: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1. Recursos y Presupuestos

4.1.1. Recursos

4.1.1.1. Recursos Humanos: Para el presente proyecto se emplearán los siguientes recursos humanos:

- 02 Investigadores
- 01 Asesor Metodólogo
- 01 Asesor Temático

4.1.1.2. Recursos Materiales: Se emplearán los siguientes materiales para el proyecto:

- Materiales:

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Importe
Papel Bond A4	50 unidades	S/.12.00	S/.6.00
Lapiceros	02 unidades	S/.0.50	S/.1.00
Engrapador	01 unidad	S/.10.00	S/.10.00
Grapas	01 caja	S/.2.50	S/.2.50
TOTAL			S/.19.50

4.1.2. PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO S/.
Papel Bond A4	50 unidades	S/.6.00
Lapiceros	02 unidades	S/.1.00
Engrapador	01 unidad	S/.10.00
Grapas	01 caja	S/.2.50
Movilidad		S/.10.00

Elaboración del informe final de investigación.									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Elaboración propia