



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Gestión de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo  
Innova Truck S.A.C., Ate 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

**AUTORES:**

Córdova Vivanco, Jhorka Nohely (orcid.org/0000-0002-5697-7000)

Vasquez Ramirez, Luis Miguel (orcid.org/0000-0002-1724-3231)

**ASESOR:**

Mg. Cervantes Ramón, Edgard Francisco (orcid.org/0000-0003-1317-6008)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA – PERÚ**

**2022**

## **Dedicatoria**

El trabajo de investigación está dedicado primeramente a Dios por guiarnos, darnos las fuerzas, la perseverancia que necesitamos para el desarrollo del presente estudio. Asimismo, a nuestra familia por apoyarnos moralmente y darnos las fuerzas para cumplir con la excelencia en el desarrollo de la tesis.

## **Agradecimiento**

Primeramente, agradecer a nuestros padres por brindarnos el apoyo condicional y las herramientas que necesitamos para la culminación del presente estudio. Asimismo, agradecer al asesor de tesis el Mg. Cervantes Ramón Edgar, por compartirnos sus conocimientos y brindarnos asesoría en toda la etapa de investigación.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1 Tipo y diseño de la investigación .....	14
3.2 Variables y Operacionalización .....	15
3.3 Población, muestra y muestreo.....	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5 Procedimiento .....	21
3.6 Método o análisis de datos .....	21
3.7 Aspectos éticos .....	21
IV. RESULTADOS .....	22
V. DISCUSIÓN.....	32
VI.CONCLUSIONES .....	35
VII. RECOMENDACIONES.....	37
REFERENCIAS.....	38
ANEXOS.....	43

## Índice de tablas

Tabla 1 Indagación de especialistas denominados para validación.....	18
Tabla 2 Validación de expertos: Gestión de inventarios.....	18
Tabla 3 Validación de expertos: Servicio al cliente.....	19
Tabla 4 Confiabilidad de la variable gestión de inventario y servicio al cliente.....	20
Tabla 5 Confiabilidad de la variable gestión de inventario.....	20
Tabla 6 Confiabilidad de la variable servicio al cliente.....	20
Tabla 7 Resultado descriptivo de la primera variable: Gestión de inventario.....	22
Tabla 8 Resultado descriptivo de la segunda variable: Servicio al cliente.....	23
Tabla 9 Resultado descriptivo de la dimensión Valoración de inventario.....	24
Tabla 10 Resultado descriptivo de la dimensión Índice de medición de inventario.....	25
Tabla 11 Resultado descriptivo de la dimensión Tomas física de inventario.....	26
Tabla 12 Prueba de normalidad de gestión de inventario y servicio al cliente.....	27
Tabla 13 Prueba de hipótesis general.....	28
Tabla 14 Prueba de hipótesis de Valoración de inventario y servicio al cliente.....	29
Tabla 15 Prueba de hipótesis del Índice de medición de inventario y servicio al cliente.....	30
Tabla 16 Prueba de hipótesis de la Toma física de inventario y servicio al cliente.....	31
Tabla 17 Nivel de confiabilidad del instrumento.....	45
Tabla 18 Coeficiente de correlación.....	46

## Índice de figuras

Figura 1. Gestión de inventario.....	22
Figura 2. Servicio al cliente.....	23
Figura 3. Valoración de inventario.....	24
Figura 4. Índice de medición de inventario.....	25
Figura 5. Toma física de inventario.....	26

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación de la Gestión de inventario y servicio al cliente de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate, 2022. La metodología de la investigación aplicó un diseño no experimental de corte transversal, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo de tipo aplicada; consideró una población finita conformada por 50 clientes, con muestra censal, de tal manera, se utilizó la encuesta como técnica en la recolección de datos y el cuestionario como instrumento, la cual fue validada por juicio de expertos; haciendo uso del software estadístico SPSS V25, se demostró la confiabilidad del Alfa de Cronbach de nivel perfecto. Los resultados para la comprobación de la hipótesis fueron de un nivel de significancia = 0,000 siendo menor a 0,05, afirmando que existe relación entre las variables del estudio, asimismo, se obtuvo un Rho de Spearman de 0,839 indicando una correlación positiva muy fuerte. Para finalizar, se concluyó que la gestión de inventario se relaciona directamente con el servicio al cliente, debido que, la correcta administración de las mercancías, permite la optimización del tiempo de despacho logrando así un nivel óptimo de servicio al cliente.

**Palabras clave:** Gestión de inventario, servicio al cliente, valoración de inventario, índice de medición de inventario.

## ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the relationship between inventory management and customer service of the company Group Innova Truck S.A.C., Ate, 2022. The research methodology applied a non-experimental cross-sectional design, at a correlational level, with an approach applied-type quantitative; considered a finite population made up of 50 clients, with a census sample, in such a way, the survey was used as a technique in data collection and the questionnaire as an instrument, which was validated by expert judgment; Using the SPSS V25 statistical software, the reliability of the perfect level Cronbach's Alpha was demonstrated. The results for the verification of the hypothesis were of a level of significance = 0.000, being less than 0.05, affirming that there is a relationship between the study variables, likewise, a Spearman's Rho of 0.839 was obtained, indicating a very strong positive correlation. Finally, it was concluded that inventory management is directly related to customer service, because the correct administration of merchandise allows the optimization of dispatch time, thus achieving an optimal level of customer service.

**Keywords:** Inventory management, customer service, inventory valuation, inventory measurement index.



## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad se ha percibido que las organizaciones toman mayor importancia comercializar sus productos y expandir su cartera de clientes, dejando de lado llevar un control adecuado de sus inventarios, provocando la pérdida de clientes y baja rentabilidad de las empresas. Es ahí donde se ve la necesidad de tomar un control eficiente y eficaz de todas las existencias que hay en el almacén como la adquisición, la conservación y distribución.

En un enfoque internacional, Goodman y Chokshi (2021), mencionaron que en los últimos años el manejo de los inventarios se ha venido usando mediante el método JIT (Justo a Tiempo), considerado una de las mejores formas de minimizar costos y optimizar la gestión de inventarios. Sin embargo, tras la llegada de la Covid-19 en el mundo ha destapado algunas deficiencias en el manejo de inventario a nivel mundial, teniendo así escases de productos fundamentales para la realización de productos terminados, ocasionando un atascamiento y pérdida de ingresos. Asimismo, Juárez (2021), indicó que el buen manejo e innovación constante ante las situaciones adversas en la gestión de inventarios es de vital importancia, por ello, existió una difícil predicción en la demanda, ante la llegada del Covid-19, la información en tiempo real e implementación de nuevas versiones en las empresas es crucial y vital, un inventario que se mantiene y no se mueve equivale a una pérdida de dinero, además todos los productos tienen fecha de caducidad, como consecuencia perdida de ventas y clientes.

A nivel Nacional, Conexión ESAN (2020), refirió que la Covid-19 incrementó la importancia de la gestión de inventario, tener los productos correctos en el lugar y momento exacto, por lo que las herramientas convencionales como el código de barras no son tan eficaces, tampoco suficientes para afrontar tiempos cambiantes como los de ahora. Por ello, se ha implementado nuevas tecnologías que permiten hacer seguimiento en tiempo real, contemplan dentro de ellos métodos populares como RTLS (Real Time Location System) y WMS (Warehouse Management System), que han dado la talla en esta inestabilidad ocasionada por la pandemia. En el Perú, el control de inventario fracasa al usar sistemas básicos como las hojas

de cálculo (Excel), sobre todo las empresas que distribuyen, importan y fabrican, ya que este no cuenta con historial de compras y ventas y por lo tanto su eficiencia es muy limitada. Las empresas que utilizan tecnología para la gestión de inventario como el software ERP tienen mayor control, mejoran sus ventas de 25% al 30% al automatizar sus procesos, pueden pronosticar sus demandas, organiza la información, genera reportes financieros, por lo tanto, mejora la atención al cliente y las ventas, puesto que podremos obtener la información en el preciso momento que se requiera y tomar las decisiones pertinentes. Gestión (2019).

A nivel local la empresa Grupo Innova Truck S.A.C, maneja una buena cartera de clientes dentro de la comercialización de sus productos, pero el principal problema que se ha detectado es la deficiencia organizacional de la gestión de inventarios, debido que presenta problemas con el stock de sus productos, desorden en el área de trabajo, mala distribución de los artículos, entregas erróneas y desabastecimiento a sus clientes. Asimismo, cuentan con un software básico que no permite controlar eficazmente la entrada y salida de sus mercancías, ocasionando con ello variación entre la cantidad de inventario físico y sistemático. Los colaboradores de la empresa Innova Truck S.A.C manejan el almacén y sus inventarios empíricamente y al momento de despachar pedidos de los clientes no hay existencias suficientes, ocasionando incumpliendo o retraso con la entrega de pedidos, generando con ello insatisfacción, pérdida de clientes y por deducción baja rentabilidad en la organización.

Dentro del contexto antes explicado, se presenta el problema general de la siguiente manera:

¿Qué relación existe entre la Gestión de inventario y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022?

Por consiguiente, se presenta la formulación de los problemas específicos:

- ¿Qué relación existe entre la valoración de inventario y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022?
- ¿Qué relación existe entre el índice de medición de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022?

- ¿Qué relación existe entre la toma física de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022?

Asimismo, la presente investigación detalla 4 criterios de justificación correspondientes:

Justificación Teórica, la investigación redactó la gran importancia de una adecuada gestión en los inventarios en la compañía Grupo Innova Truck. Asimismo, el presente trabajo está respaldado de estudios y asesorías, donde también funcionará como guía para futuras investigaciones.

La Justificación práctica tuvo como finalidad beneficiar a la empresa logrando organizar una efectiva gestión de su inventario que permite abastecer y fidelizar a sus clientes mediante un trabajo operativo eficiente. De igual forma, distribuir adecuadamente los artículos, trabajar en orden y disciplina, con el fin de lograr mayor eficiencia en el servicio a los clientes.

Para la Justificación Social, el estudio beneficiará en gran forma a mejorar el servicio de atención y maximizar la rentabilidad de las empresas que tienen deficiencia en el manejo de sus inventarios, sobre todo a micros y pequeñas empresas que se encuentran estancadas, que realizan sus trabajos desordenadamente y no pueden abastecer lo suficientemente a sus clientes.

Por último, la Justificación Metodológica del estudio se determinó el tipo descriptivo correlacional, mediante una investigación cuantitativa, aplicando la técnica de recolección de datos, el cual se realizará a los clientes en base a cuestionarios que predomine la relación de las dos variables.

Por otro lado, se presenta la formulación el objetivo general:

Determinar la relación de la gestión de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate, 2022.

De igual manera, se determinó los siguientes objetivos específicos:

- Demostrar la relación entre la valoración de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate, 2022.

- Demostrar la relación entre el índice de medición de inventarios y el servicio al cliente de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.
- Demostrar la relación entre la toma física de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.

De tal manera, se presentó la hipótesis general del estudio:

Existe relación entre la gestión de inventario y el servicio al cliente de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.

Del mismo modo se planteó las siguientes hipótesis específicas:

- Existe relación entre la valoración de inventarios el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.
- Existe relación entre los índices de medición de inventarios y el servicio al cliente de la empresa Innova Truck S.A.C., Distrito Ate, 2022.
- Existe relación entre la toma física de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Innova Truck S.A.C., Ate 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Posteriormente, se mencionó los siguientes antecedentes internacionales:

Según Sastre (2021). Factores que influyen en la adopción de tecnologías RFID para el control de inventarios en las Pymes de manufactura de Bogotá, tuvo como objetivo principal determinar los factores que influyen en la adopción de tecnologías RFID en Pymes de Bogotá del sector manufactura por medio de un modelo de Regresión Logística Binario, El estudio sostuvo un enfoque mixto, de tipo cualitativo y cuantitativo y de índole descriptivo. Asimismo, la población fueron las Pymes de Bogotá del sector manufactura, donde aplicó una encuesta a 350 organizaciones, donde 55 fueron respondidas. El resultado fue significativo ( $p < 0.05$ ), donde el valor para la variable costo de tecnología, fue 0.016, para complejidad tecnológica fue 0.033 y en la disponibilidad de infraestructura fue de 0.004. Seguidamente, las hipótesis presentadas fueron aceptados en las tres variables, haciendo énfasis que el costo de la tecnología RFID impacta de forma negativa en su implementación, la complejidad tecnológica influye de forma negativa en la adopción de tecnologías RFID, la disponibilidad de infraestructura tecnología y su compatibilidad influye de forma negativa en la adopción de tecnología RFID. Por ello, llegó a la conclusión que los factores tecnológicos, organizacionales y de entorno tienen relaciones que son significativas en una posible adopción de la tecnología RFID.

Según Gallardo (2019). Gestión de inventario como herramienta de control para la adquisición de bienes de uso y consumo corriente en el Sector Público basado en el modelo de inventario E.Q.Q, tuvo como objetivo establecer un modelo de la gestión de inventarios que sea usado como herramienta para la adquisición de bienes de uso y consumo corriente. La metodología de la investigación fue de carácter cuantitativo de tipo correlacional, de índole descriptivo y exploratorio, bajo la modalidad de estudio transversal. El objeto a estudiar fueron los bienes de uso y según las adquisiciones e informes de consumo son de 28 bienes, debido que la población en pequeña no se lleva cabo una muestra. Asimismo, el resultado del estudio fue en virtud de significancia, donde fueron de 0.04 menor que 0.05, por lo tanto, se rechaza el  $H_0$  y se admite la  $H_a$ , por lo tanto, la gestión de inventario incide directamente en los costos de administración de los materiales. Por ello, concluyó

que al contar con una deficiente gestión de inventario los costos de inventarios tienen a tener un nivel elevado por lo que sus gastos serían mayores.

Según Flores (2021). Logística integral y satisfacción al cliente de los servicios logísticos de Guayaquil, tuvo como objetivo principal determinar en qué medida se relacionan las dos variables. El estudio fue no experimental, aplicada de tipo correlacional y de un enfoque cuantitativo, asimismo consideró una población infinita realizando una muestra aleatoria simple. Se aplicó el instrumento a los clientes de las empresas prestadoras de servicio logístico donde tomó 10 empresas para la elaboración de las encuestas. Asimismo, tuvo como resultado que la correlación fue de 0,324, siendo menor a 0,05 donde indican que los datos fueron tomados como significativo, aceptando la  $H_a$  y rechazando el  $H_o$ . De esa forma, concluyó hay relación significativa en las dos variables de los servicios logísticos en Guayaquil.

Según Hidalgo (2019). Calidad de Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato, tuvo como objetivo principal proponer un plan de mejora en las dos variables planteadas. Asimismo, tuvo un alcance descriptivo, fue una investigación no experimental transversal y presenta de un enfoque cuantitativo. El objeto de estudio manifestó una población a 450 clientes donde fue realizada la muestra, teniendo como dato 270 clientes para recabar información. Asimismo, tuvo como resultado que aprueba la  $H_a$  y rechaza el  $H_o$ , debido que tuvo un valor menor o igual a 0,05. Por ello, llegó a la conclusión que ambas variables planteadas en el estudio están profundamente relacionados, debido que si la calidad de servicio de atención hacia los consumidores es efectiva se logra una satisfacción óptima.

Según Rivera (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador, tuvo como objetivo principal evaluar la relación de las dos variables en la empresa Greenandes Ecuador de la ciudad de Guayaquil. A continuación, tuvo un alcance descriptivo, fue una investigación no experimental transversal y presenta de un enfoque cuantitativo, para recolectar y analizar datos. La población del estudio fue de 336 clientes exportadores, donde la muestra de investigación fue a 180 clientes para la aplicación de las encuestas. Asimismo, manifestó el Rho siendo de 0.457, donde acepta la  $H_a$  y rechaza el  $H_o$ .

Por ello, concluyó que la calidad de servicio se relaciona en la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador. Por consiguiente, manifiesta que el servicio de atención a los consumidores debe de ser eficiente y eficaz para tener clientes satisfechos que vuelvan a adquirir los productos.

De la misma manera, se mencionó los antecedentes nacionales:

Según Molina (2019). Gestión de inventario y su relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019, sostuvo de ese modo el objetivo siendo, determinar la relación de ambas variables. Asimismo, tuvo un alcance descriptivo, fue una investigación no experimental transversal y presenta de un enfoque cuantitativo. El estudio tuvo como población finita con una muestra de 44 trabajadores de una empresa cerámica. Tuvo como resultados la estimación de 0.898 y el valor significativo de 0,000 menor a 0,05, admitiéndose de esa manera la hipótesis alterna. Por consiguiente, llegó a la conclusión que las variables tienen un vínculo; esto quiere decir que la variable uno repercute significativamente en la variable dos.

Según Becerra (2018). Control de inventario y Satisfacción al cliente en la empresa Ferretería Kevin Lima-2017. Tuvo como objetivo identificar la relación entre el control de inventario y la satisfacción al cliente en la empresa "Ferretería Kevin" Lima-2017. Asimismo, tuvo un alcance descriptivo, fue una investigación no experimental transversal y presenta de un enfoque cuantitativo, del mismo modo se aplicó el cuestionario a 50 clientes. Asimismo, el resultado rechazó la hipótesis nula. Por consiguiente, concluyó que hay relación en las variables. De tal manera, el estudio nos informó sobre la importancia de aplicar el control de inventario para así tener un servicio de alta calidad.

Según Imán (2019). Relación entre la calidad de servicio logístico y Satisfacción del cliente en las Agencias de carga para las MYPES exportadoras de confecciones de Gamarra que hacen uso de Transporte Marítimo desde Puerto del Callao 2019. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre sus dos variables en las Agencias. El instrumento usado fue el cuestionario aplicado en 40 empresas. Asimismo, tuvo un alcance descriptivo, fue una investigación no experimental transversal y presenta de un enfoque cuantitativo. Tuvo como

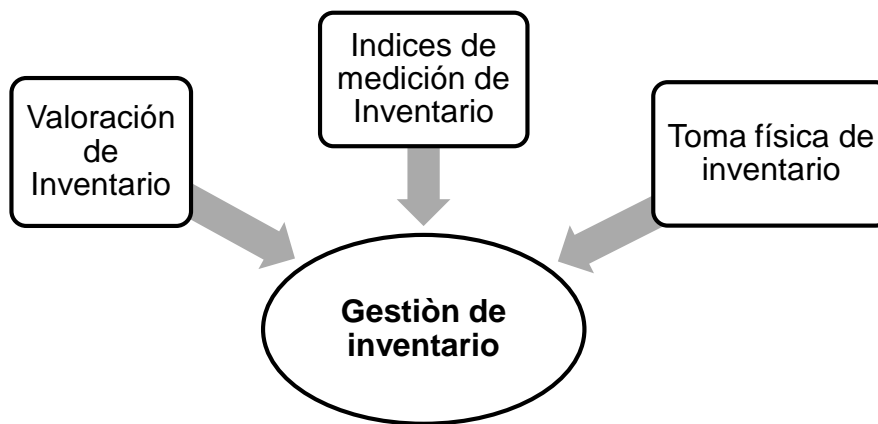
resultado la validación de la hipótesis ya que se tiene una correlación de Spearman de  $r = 0.336$ ,  $p < 0.05$ . Por ello, concluyó que las dos variables se relacionan de manera positiva, por ende, una eficiente calidad de servicio logístico será determinante para lograr una satisfacción en los clientes. De la misma forma la investigación indicó ayudar a mejorar los tiempos y despachos de la mercadería, para así lograr la satisfacción del cliente.

Según Baca y Torres (2019). La gestión logística y su incidencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Villa Bellavista S.A.C., ciudad de Tarapoto, año 2017. Tuvo como objetivo determinar la incidencia de la gestión logística en la satisfacción de los clientes internos de la empresa Villa Bellavista S.A.C. de la ciudad de Tarapoto, año 2017. Se empleó en el estudio, diseño no experimental correlacional, descriptivo y aplicativo. Asimismo, aplicó el cuestionario a 100 clientes. Los resultados manifestaron que según el coeficiente de correlación ( $r$ ) es de 0.589, por lo tanto, se aceptó la hipótesis alterna. Por consiguiente, concluyó que la gestión logística incurre positivamente en la satisfacción de los clientes internos de la empresa estudiada. Finalmente, la tesis manifestó que la primera variable será la determinante para obtener un excelente servicio.

Según Torres (2018). El Control de Inventarios y la Satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños S.A.C., Carabayllo, Lima 2018. Se hizo mención el objetivo determinar la relación entre ambas variables. El estudio fue tipo aplicada, de corte transversal y no experimental - correlacional. La muestra se aplicó en 40 consumidores y se utilizó la encuesta como instrumento. Por consiguiente, tuvo como resultado  $Rho = 0,879$ , con un valor de significativo de  $0,00 < 0,05$ . Por ende, se concluyó que hay correlación fuerte y proporcional entre ambas variables. De tal forma, la investigación ayudó a tener conciencia de la gran importancia que presenta el manejo de inventarios, ya que influye con el servicio al cliente.



A continuación, se considera el siguiente esquema para desarrollar la teoría de la gestión de inventario y sus respectivas dimensiones.



Según Suárez, (2012), manifiesta que la gestión de inventario es una función dedicada a perfeccionar y controlar eficazmente los artículos de los almacenes en la organización, equilibrando entre las necesidades del área comercial y del proceso productivo. Asimismo, Prabhu (2021), menciona que la gestión de inventario es fundamental para el éxito de un negocio, ya que garantiza que nunca haya demasiados o muy pocos productos disponibles, lo que reduce el peligro de desabastecimientos y registros erróneos. Por ende, es de vital importancia controlar las cantidades de los materiales, tenerlos en óptimas condiciones económicas para abastecer al proceso productivo y asegurar un adecuado servicio a los consumidores.

Según Vidal, (2017), hace énfasis que el manejo correcto de los inventarios se realiza mediante un análisis profundo de todos los artículos en el almacén debido a su complejidad, donde los principales problemas que presentan las empresas en la administración de inventario es la constante rotación que se abarca por la demanda y espera de reposición en cualquier sistema de control adecuado. Por ello, los inventarios son artículos o productos existentes en el almacén que debe de ser gestionado y controlado periódicamente para su correcto proceso de comercialización.

Asimismo, Mauleon (2015), manifiesta que una adecuada gestión de inventario se basa en presentar las existencias a los usuarios en tiempo y forma. De igual forma, Muller (2019), menciona que la gestión de inventario en las

organizaciones toma un gran interés, ya que se requiere para la ejecución de operaciones del día a día puesto que se vela los tiempos de reabastecimiento, las demandas, incertidumbre y economía de escala. Es decir, que las organizaciones deben de tener un control de las de materias primas ingresantes y usadas en el proceso de elaboración para disponer del stock en cualquier tiempo de compra del cliente y si el pedido suma en grandes cantidades y es solicitada con plazos de anticipación, genera un lead-time de producción para obtener una entrega eficiente.

Existen diferentes estrategias de inventarios que son efectivas y se debe de considerar para una correcta gestión. Según Vélez, (2014), para llevar un adecuado control de los inventarios se debe tomar en cuenta las siguientes dimensiones:

Teniendo en la primera dimensión de la variable denominada Valoración de inventarios, según Vélez (2014), sostiene que la valoración de inventarios está asociada directamente con la contabilidad financiera a fin de determinar el valor de los insumos para su proceso productivo y el valor de los artículos listos para la venta. Por lo tanto, se debe usar la valoración de inventarios a precios de venta, valor de reposición y valor comercial, para aumentar las proyecciones, fuerza de ventas y mejorar la toma de decisiones comerciales. Asimismo, teniendo en cuenta la diferencia del valor de compra y valor de venta, el valor de cada artículo varía con el tiempo y los resultados serán diferentes según el método de valoración aplicada. Por ende, se propone los siguientes indicadores:

- Método FIFO, o PEPS
- Método LIFO, o UEPS
- Método de promedio ponderado
- Método por Identificación

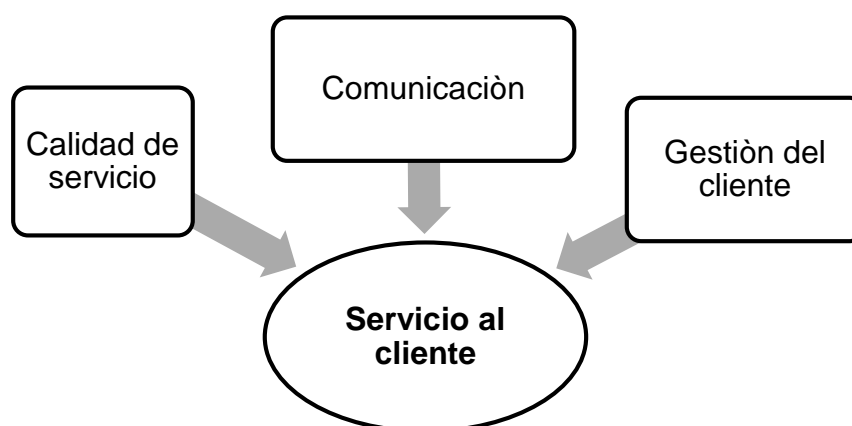
A continuación, la segunda dimensión denominada Índice de medición de inventarios, según Vélez (2014), manifiesta que los índices de medición de los inventarios dependen de cada organización según sus objetivos planteados, los problemas logísticos y según como se adapte a las circunstancias, pero los índices e indicadores sirven principalmente para medir cuantitativamente el desempeño del área tales como: verificación de la rotación constante de artículos, definir el volumen total de inventarios, etc. De tal manera, se plantea los siguientes indicadores:

- Nivel de servicio al cliente en inventarios
- Cantidad de inventarios
- Rotación de inventarios
- Exactitud de los inventarios
- Gráficos y Benchmarking

Finalmente, la tercera dimensión Toma física de inventarios según Vélez (2014), menciona que los inventarios deben manejarse físicamente e informáticamente en toda organización, especialmente en empresas industriales, mediante la contabilización y el conteo exacto de los artículos como los insumos, productos en proceso de fabricación y productos culminados. Asimismo, se debe realizar codificaciones y contabilizaciones de todas las existencias en el almacén cada cierto tiempo para poder registrar dentro del balance general de los estados financieros. Por consiguiente, se presenta los siguientes indicadores de dicha dimensión:

- Procedimiento
- Preparación
- Conteo
- Validación

Asimismo, se presenta el siguiente esquema para el desarrollo de la Teoría de la segunda variable Servicio al Cliente y sus respectivas dimensiones.



Continuando con la investigación, se definen las teorías de los diferentes autores el cual explican la segunda variable de estudio.

El buen nivel del servicio al cliente es indispensable en toda empresa, ya que es el trato directo con el consumidor. Por ello, Mateo (2019), manifiesta que el servicio al cliente son actividades que se alinean a las necesidades, expectativas que poseen los individuos. Por lo tanto, mediante diferentes estrategias de marketing se busca cubrirlas, con el único fin de que el cliente consiga el producto correcto en el momento indicado, logrando así la satisfacción del cliente y seguidamente la fidelización de ella para que se vuelva a repetir la compra o servicio. La atención al cliente debe ofrecer la confiabilidad y calidad, asimismo la innovación debe ser perpetua para hacer frente a un mundo tan cambiante e impredecible.

Asimismo, Serna (2006) afirma que el servicio al cliente es una agrupación de estrategias que desarrolla las organizaciones para satisfacer las expectativas de sus clientes que sus competidores. De igual manera, McLean (2006), manifiesta que el servicio al cliente compromete diferentes áreas en una compañía que en conjunto y con un solo objetivo buscan satisfacer al cliente. Por lo tanto, se sintetiza que el servicio al cliente es de vital importancia para lograr los objetivos de la compañía.

De la misma manera, Lovelock (1990), manifiesta que el servicio al cliente incluye acciones orientadas a tareas, además de las ventas proactivas, que implican relaciones con los clientes en persona y a través de los medios digitales. Asimismo, Goodman (2009), menciona que el servicio al cliente tiene como objetivo retener al cliente y fidelizarlo a través de una correcta comunicación, calidad y experiencia del servicio. Este rol debe diseñarse, ejecutarse y comunicarse con los dos objetivos que son la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

A continuación, la segunda variable denominada Servicio al cliente cuya dimensión son la calidad de servicio, comunicación y gestión al cliente.

Como primera dimensión de la segunda variable denominada calidad de servicio según Mateo (2019), menciona que la calidad es lo que el cliente determina mediante su criterio al cumplir sus expectativas y necesidades, por ende, explica que la calidad es una responsabilidad en la cual todos los miembros de una

compañía están implicados y se verá reflejado en el producto o servicio ofrecido. Asimismo, Nahrstedt (2012) manifiesta que la calidad de servicio son estrategias que mejoran el índice de servicio de atención al cliente y logra una conexión positiva entre el cliente y la marca, el cual es clave de éxito para el área comercial. La calidad del servicio se concluye con la satisfacción al consumidor, en la venta o servicio terminado e incluso en la post venta. Además, tiene como principales indicadores:

- Efectividad
- Eficiencia
- Eficacia científica – técnica

Continuando con la segunda dimensión denominada la comunicación según Mateo (2019), indicó que la comunicación es esencial al brindar un servicio y es la base del entendimiento entre los seres humanos. Por otro lado, Purvis (2020), explico que la comunicación consta de una escucha activa y una información clara y precisa, además que la comunicación en un enfoque nivel servicio al cliente debería ser ganar-ganar. De tal forma de no poder brindar un correcto mensaje, el receptor podría malinterpretar o no captar correctamente el mensaje ocasionando diferentes problemas e inconvenientes. El cliente puede percibir no solo la comunicación verbal cuando se brinda la información sino también a través de la comunicación no verbal que denota la postura y actitud. Esta dimensión se divide en dos indicadores.

- Comunicación Verbal
- Comunicación No verbal

Finalmente, la tercera dimensión que corresponde la gestión de cliente según Mateo (2019), afirmó que un proceso donde se pretende obtener la fidelización y lealtad del cliente a través de actividades que difunden la excelencia del servicio. Además, se implementan estrategias con el fin de retener clientes. Para esta dimensión se propone los siguientes indicadores.

- Velocidad
- Solución de problemas
- Expectativas

### **III. METODOLOGÍA**

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

##### **3.1.1 Enfoque**

Según Hernández (2018), un estudio cuantitativo es una serie de pasos secuenciales que sirve para cerciorar la hipótesis propuesta y así obtener los resultados mediante datos numéricos. Asimismo, Sánchez (2019), indicó que el enfoque cuantitativo se mide mediante datos numéricos y análisis estadísticos. Por ende, la investigación fue de un enfoque cuantitativo.

##### **3.1.2 Tipo**

Según Lozada (2014), manifestó que la investigación aplicada consta en la aplicación de los conocimientos obtenidos a través del estudio en las organizaciones o campo. Asimismo, Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero (2018), mencionó que el tipo aplicada tiene como esencia resolver un determinado problema, que a través de los resultados responden y solucionan las hipótesis y problemas de una investigación basada en temas sociales, empresariales, entre otros que aportará y servirá para aplicar y practicar los conocimientos brindados. Por consiguiente, el estudio fue de tipo aplicada.

##### **3.1.3 Nivel**

Según Hernández (2018), manifestó que el estudio correlacional transversal busca entender la relación que puede tener una variable del otro entre fenómenos o acontecimientos para así evidenciar el vínculo o nexo que posee un tema sobre otro. Por lo tanto, este estudio tiene un nivel correlacional y de corte transversal.

##### **3.1.4 Diseño**

Según Ellis (2020), refirió que un estudio donde no se manejan variables ni se interviene directamente tienden a ser no experimental. Si no, se rige bajo una observación de la realidad para posteriormente ser analizado. Asimismo, Hernández (2018), mencionó que una investigación no experimental se define como una investigación a la cual se le mide bajo la observación sin ninguna alteración o manipulación de alguna de las variables, se realiza un análisis en su

entorno natural en el cual se fundamenta en teorías, variables o acontecimientos. Por ello, para el estudio se utilizó de diseño no experimental.

### **3.2 Variables y Operacionalización**

Según Núñez (2007), manifestó que las variables son expresiones textuales en el cual se pueden medir mediante la operacionalización que es la división de las dimensiones e indicadores. Por ello, se presenta las definiciones conceptuales y operacionales de las variables Gestión de inventario y Servicio al cliente. (Ver Anexo 1)

#### **3.2.1 Gestión de Inventario**

- **Definición conceptual**

Vélez (2014), la gestión de inventarios son las actividades que se realizan para llevar un control profundizado y meticuloso en el cual mediante métodos, herramientas, estrategias y tecnología se busca organizar y distribuir la mercancía, para así optimizar los tiempos de servicio al cliente, los procesos y así mismo reducir costos.

- **Definición operacional**

En la primera variable denominada gestión de inventario se midió acorde a sus dimensiones, asimismo el instrumento fue el cuestionario con 26 ítems que fueron medidos mediante la escala de Likert. Por ello, el cuestionario realizó en los clientes de la compañía Grupo Innova Truck S.A.C.

#### **3.2.2 Servicio al Cliente**

- **Definición conceptual**

Mateo (2019), por la variable servicio al cliente se entiende que es la acción que busca satisfacer al cliente que está adquiriendo un producto o servicio, que mediante una transacción monetaria busca cubrir alguna necesidad ya sea básica o no, el servicio se da antes, durante y después de la compra, proporcionando una experiencia que sobrepasen sus expectativas y se logre la fidelización del cliente.

- **Definición operacional**

La variable servicio al cliente se desarrolló mediante la encuesta, con un instrumento en el cual se consideró mediante el cuestionario de 16 ítems, medidos a través de la escala de Likert. Los encuestados fueron los clientes de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C

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

#### **3.3.1 Población**

Según Mendoza y Ramírez (2020), la población está conformada por un conjunto de habitantes de un determinado lugar que poseen las mismas características, los criterios de exclusión e inclusión son importantes para llevar a cabo un estudio. Por ello, la presente investigación se tomó como finita y se dirigió a 50 clientes de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C.

#### **3.3.2 Criterios de Selección**

- **Inclusión**

En el estudio se incorporó a 50 clientes que acostumbran comprar con mayor frecuencia y al por mayor los productos de la empresa.

- **Exclusión**

Para el desarrollo de la investigación se excluyó a los consumidores que compran con baja frecuencia y al por menor en la empresa.

#### **3.3.3 Muestra**

Según Ríos (2017), haciendo referencia a Tamayo (1998), indicó que la muestra es la selección de un determinado grupo de la población para llevar a cabo la recolección de una mínima cantidad de usuarios y realizar el estudio que asumirá los resultados de toda la población. Asimismo, Sánchez, Reyes y Mejía (2018), manifestó que el censo abarca a toda la población para recolectar información de un determinado estudio.

Por ende, la muestra estuvo compuesta por 50 clientes y se trabajó con la totalidad de su población, aplicando el procedimiento del muestro no probabilístico.



Asimismo, la investigación se realizó con muestra censal, ya que al ser una mínima cantidad de población se tomó al 100% de clientes para realizar el estudio.

### **3.3.4 Unidad de análisis**

Dentro de la unidad de análisis se realizó a cada uno de los clientes de la compañía Grupo Innova Truck S.A.C.

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

### **3.4.1 Técnica**

En el presente estudio se aplicó la encuesta con la finalidad de obtener los datos necesarios sobre el nivel de servicio que presenta la empresa y cuan satisfecho se sienten los clientes. Según Fuentes, Toscano, Malvaceda, Díaz y Díaz (2020), la técnica es un método de trabajo basado en procedimientos que ayuda al investigador a buscar relación con la materia de la investigación.

### **3.4.2 Instrumento**

Según Fuentes, Toscano, Malvaceda, Díaz y Díaz (2020), el instrumento es un mecanismo que ayuda al investigador a reclutar información de una determinada población por medio de una encuesta. Por lo tanto, el instrumento usado para la investigación fue el cuestionario, el cual se llevó a cabo mediante la escala de Likert que contiene 5 escalas para la medición del estudio. (Ver anexo 3)

- **Validez**

Torres, Tapias, Zapata y Castro (2018) cita a Coolincan (2005), manifestando que la validez es una herramienta que indica y mide el grado de exactitud de dicha investigación y que permitirá verificar si un determinado estudio es válido a través de los resultados obtenidos en un instrumento. Por ello, el instrumento del cuestionario formulado en la investigación fue evaluado y aprobado por 3 jurados de la Universidad César Vallejo.

**Tabla 1***Indagación de especialistas denominados para validación*

Nro.	Nombres
1	Mg. Farro Ruiz Lizet Malena
2	Dr. Bardales Cárdenas Miguel
3	Dr. Javier Félix Navarro Tapia

La Tabla 1 se muestra la información de los tres expertos que validaron el cuestionario a detalle y criterio.

**Tabla 2***Validación de expertos: Gestión de inventarios*

Criterios	Exp. 1	Exp.2	Exp.3	Total
Claridad	85%	87%	88%	260%
Objetividad	90%	85%	85%	260%
Pertinencia	90%	85%	85%	260%
Actualidad	90%	91%	89%	270%
Organización	90%	90%	91%	271%
Suficiencia	86%	85%	85%	256%
Intencionalidad	90%	76%	85%	251%
Consistencia	85%	84%	86%	255%
Coherencia	86%	87%	85%	258%
Metodología	90%	90%	90%	270%
			Total	2611%
			C.V.	87%

La Tabla 2 mencionan los porcentajes de los criterios evaluados de la primera variable el cual demuestra validez del instrumento con un 87% en promedio.

**Tabla 3***Validación de expertos: Servicio al cliente*

Criterios	Exp. 1	Exp.2	Exp.3	Total
Claridad	88%	88%	88%	264%
Objetividad	88%	87%	85%	260%
Pertinencia	88%	85%	85%	258%
Actualidad	92%	91%	89%	272%
Organización	88%	90%	91%	269%
Suficiencia	86%	85%	85%	256%
Intencionalidad	87%	85%	85%	257%
Consistencia	92%	89%	86%	267%
Coherencia	90%	80%	85%	255%
Metodología	92%	90%	90%	272%
			Total	2630%
			C.V.	88%

La Tabla 3 se muestra los porcentajes de la segunda variable el cual revela la validez de los expertos mediante el promedio de valoración de 88%.

- **Confiabilidad**

Santos (2017), la confiabilidad corresponde al grado de confianza y medición que presenta un instrumento con la finalidad de verificar la precisión de un determinado estudio. Por consiguiente, en la investigación se realizó la encuesta a 50 clientes, se midió el grado de confiabilidad del cuestionario mediante datos estadísticos como el Alfa de Crobnach en el programa IBM SPSS y para constatar la confiabilidad del estudio se tuvo como resultado mínimo 0,70 dentro de la escala del 0 al 1. (Ver Anexo 2)

**Tabla 4**

*Confiabilidad de la variable gestión de inventario y servicio al cliente*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,985	42

Según los datos de la tabla 4, conforme los resultados del Alfa de Cronbach en las variables gestión de inventario y servicio al cliente, cuestionario conformado por 42 elementos, tuvo como resultado una confiabilidad de 0.985, donde demuestra que se ubica un nivel perfecto para ser aplicado.

**Tabla 5**

*Confiabilidad de la variable gestión de inventario*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,977	26

Según la tabla 5, conforme los resultados del Alfa de Cronbach en la variable gestión de inventario, cuestionario conformado por 26 elementos, tuvo como resultado una confiabilidad de 0.977, donde demuestra que está ubicado en el nivel perfecto para ser aplicado.

**Tabla 6**

*Confiabilidad de la variable servicio al cliente*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,965	16

Según la tabla 6, conforme los resultados del Alfa de Cronbach en la variable gestión de inventario, cuestionario conformado por 16 elementos, tuvo como resultado un nivel de confiabilidad de 0,965, donde demuestra que se encuentra en un nivel perfecto para ser aplicado.

### **3.5 Procedimiento**

La investigación tuvo como inicio el título con las dos variables a tocadas, siendo centrado en la empresa Grupo Innova Truck correctamente delimitado, seguidamente se planteó la problemática y sus respectivas justificaciones, además, se procedió a la formulación del objetivo general y específicos. Asimismo, para poder tener un panorama general se citaron antecedentes internacionales y nacionales de nuestras dos variables, así como también las teorías y dimensiones del cual se utilizaron para realizar las encuestas respectivas.

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

#### **3.6.1 Análisis de datos descriptivo**

Salazar y Del Castillo (2018), nos dice que la estadística descriptiva permite analizar y describir mediante gráficos o tablas de manera cuantitativa aspectos numéricos, como por ejemplo los ingresos de una empresa en la cual según ello se podrá realizar las conclusiones respectivas.

#### **3.6.2 Análisis de datos inferencial**

Salazar y Del Castillo (2018), mencionan que es la deducción de la extracción de conclusiones de una determinada población guiándose de los datos de una muestra.

### **3.7 Aspectos éticos**

La investigación estuvo centrado en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., el cual respetó la autenticidad de los derechos de autores que fueron citados según las normas APA. Asimismo, contó con la confidencialidad, autonomía y voluntad de los clientes encuestados donde los resultados obtenidos no fueron manipulados ni adulterados y se basó en los principios éticos que se rige la Universidad Cesar Vallejo.

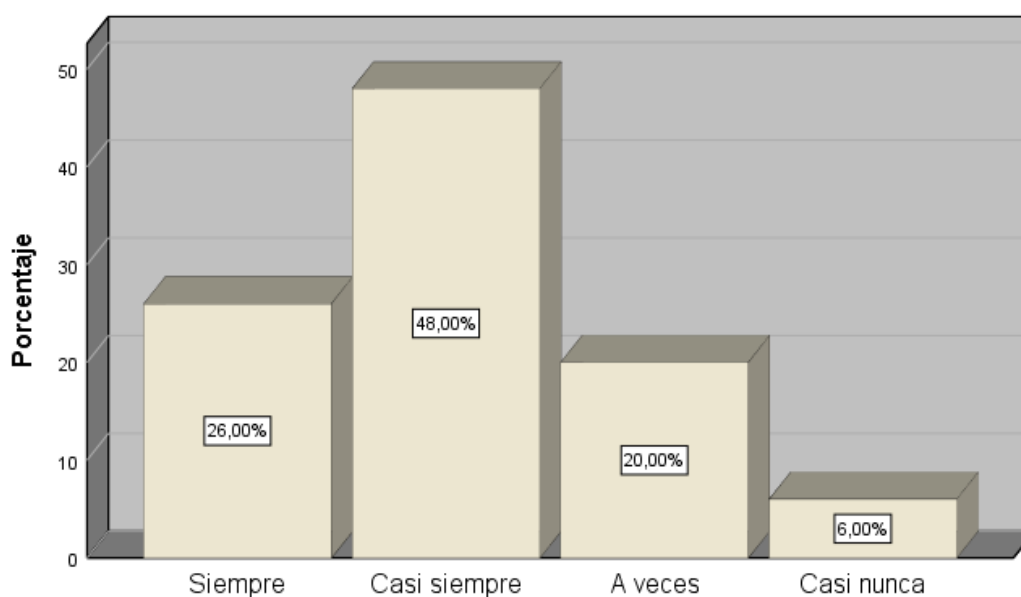
## IV. RESULTADOS

### a. Estadística descriptiva

**Tabla 7**

*Resultado descriptivo de la primera variable: Gestión de inventario*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	13	26.0	26.0	26.0
	Casi siempre	24	48.0	48.0	74.0
	A veces	10	20.0	20.0	94.0
	Casi nunca	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



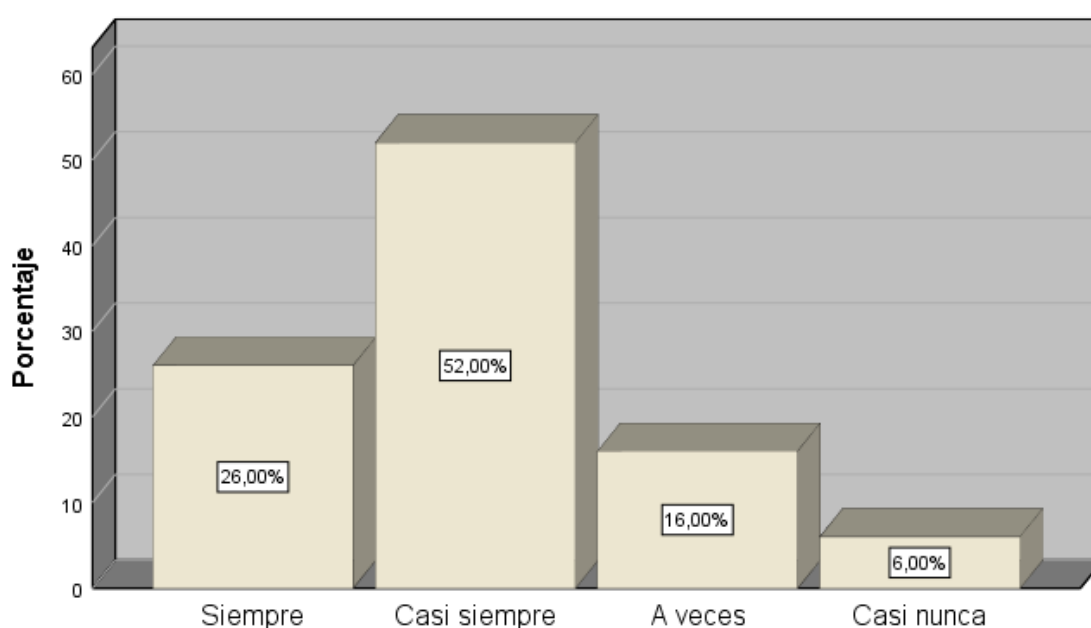
**Figura 1.** Gestión de inventario

Según la tabla 7 y figura 1, se visualiza que de un total de 50 encuestados, el 26% respondieron “Siempre”, que corresponde a 13 clientes, mientras que el 48% contestó “Casi siempre” que retribuye a 24 clientes, asimismo el 20% respondieron “A veces” con un total de 10 clientes, por último, el 6% indicaron “Casi nunca” un total de 3 clientes. En consecuencia, los resultados manifiestan que se logra aplicar eficazmente la gestión de inventario.

**Tabla 8**

*Resultado descriptivo de la segunda variable: Servicio al cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	13	26.0	26.0	26.0
	Casi siempre	26	52.0	52.0	78.0
	A veces	8	16.0	16.0	94.0
	Casi nunca	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

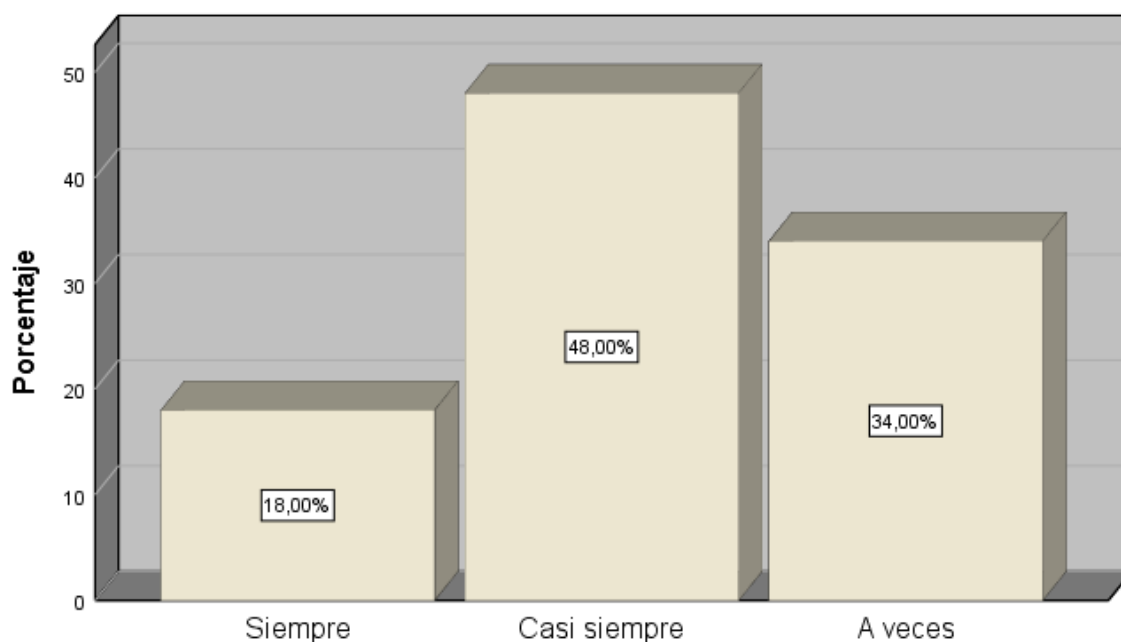


**Figura 2.** Servicio al cliente

Visto en la tabla 8 y en la figura 2, se visualiza que de un total de 50 encuestados, se halló que 13 usuarios que contribuye el 26% respondieron “Siempre”, en tanto que 26 usuarios que contribuye el 52% respondieron “Casi siempre”. Asimismo, 8 usuarios que equivalen el 16% de la muestra respondieron “A veces” y por ultimo 3 usuarios que comprenden el 6% respondieron “Casi Nunca”. En consecuencia, se pudo deducir que el servicio al cliente es regularmente eficaz en la compañía.

**Tabla 9***Resultado descriptivo de la dimensión Valoración de inventario*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	9	18.0	18.0	18.0
	Casi siempre	24	48.0	48.0	66.0
	A veces	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

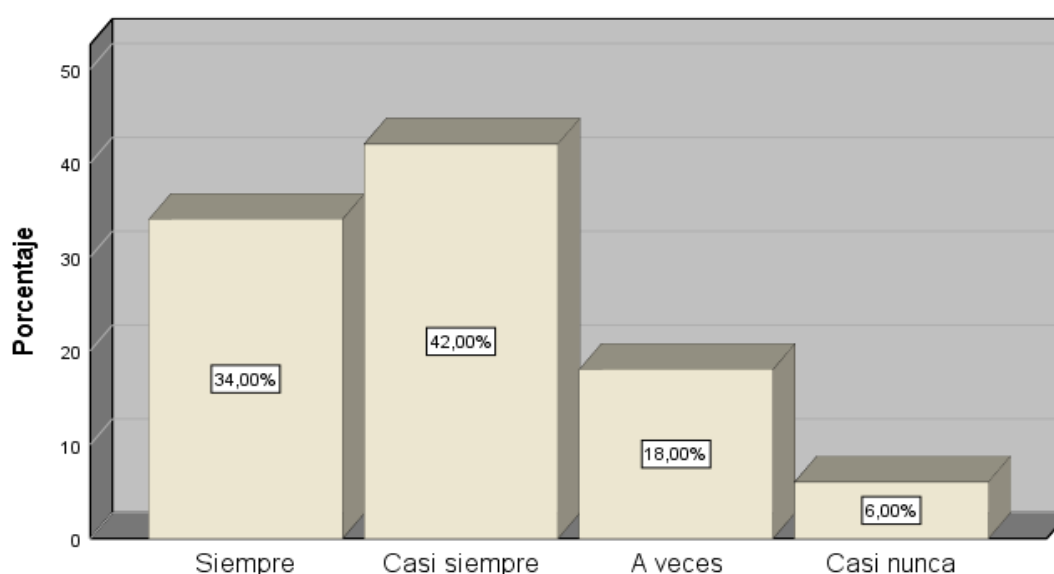
**Figura 3.** Valoración de inventario

Visto la tabla 9 y figura 3, se visualiza que de los 50 encuestados de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C, se halló que 9 usuarios que abarca el 18% contestaron “Siempre”, del mismo modo, 24 usuarios que equivalen el 48% contestaron “Casi siempre”, en tanto que 17 usuarios que abarca el 34% contestaron “A veces”. En consecuencia, según los resultados se evidenciaron la importancia de la correcta aplicación de la valoración de inventarios en las mercancías.



**Tabla 10***Resultado descriptivo de la dimensión Índice de medición de inventario*

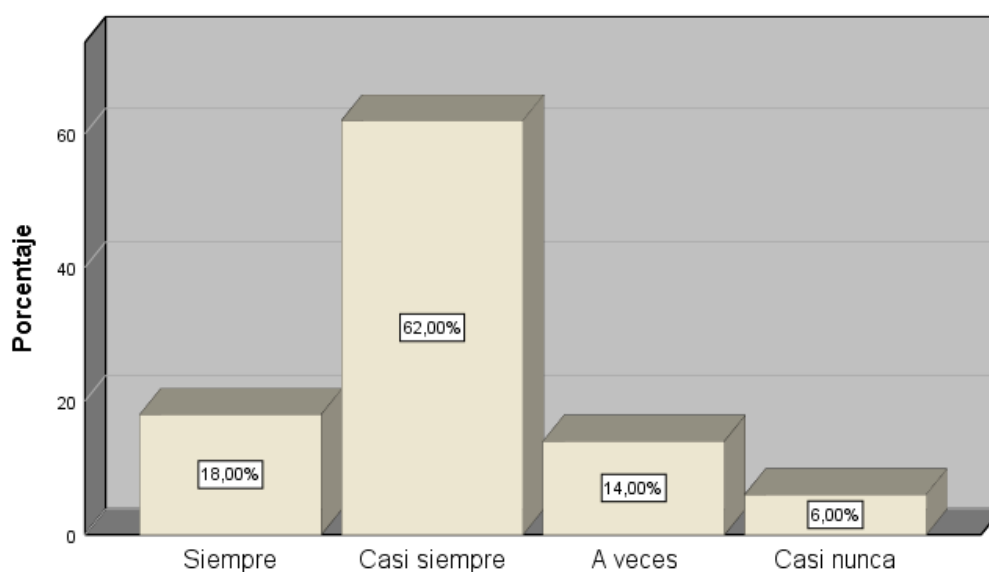
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	17	34.0	34.0	34.0
	Casi siempre	21	42.0	42.0	76.0
	A veces	9	18.0	18.0	94.0
	Casi nunca	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**Figura 4.** Índice de medición de inventario

Visto la tabla 10 y la figura 4, se visualiza que de los 50 encuestados de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C, se halló que 17 usuarios que contribuye el 34% contestaron “Siempre”, en tanto que 21 usuarios el cual contribuye el 42% contestaron “Casi siempre”. Asimismo, 9 usuarios que equivalen el 18% contestaron “A veces” y por ultimo 3 usuarios que equivalen el 6% contestaron “Casi nunca”. En consecuencia, se pudo inferir que se está logrando aplicar correctamente los Índices de medición de inventario. Por ende, se evidencia la importancia de los índices de medición de inventarios en la compañía.

**Tabla 11***Resultado descriptivo de la dimensión Toma física de inventario*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	9	18.0	18.0	18.0
	Casi siempre	31	62.0	62.0	80.0
	A veces	7	14.0	14.0	94.0
	Casi nunca	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**Figura 5.** Toma física de inventario

Visto la tabla 11 y la figura 5, se visualiza que de los 50 encuestados de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C, se halló que 9 usuarios que equivalen el 18% respondieron “Siempre”, en tanto que 31 clientes que contribuye el 62% respondieron “Casi siempre”. Asimismo, 7 usuarios que representan el 14% contestaron “A veces” y por ultimo 3 usuarios que contribuye el 6% respondieron “Casi nunca”. En consecuencia, se demostró que la empresa Grupo Innova Truck hace énfasis en la Toma física de inventarios.

## b. Estadística Inferencial

### i. Prueba de normalidad

Mediante la prueba de normalidad es necesario entender si los datos recolectados tienen una conducta de distribución para determinar si el estudio es de Análisis paramétrico o no paramétrico. Por ello, mediante esta prueba se identificó el tipo de estadístico para contrastar la hipótesis del estudio.

Hipótesis:

- Ho: La distribución estadística de la muestra es normal.
- H1: La distribución estadística de la muestra no es normal.

Criterio de decisión:

- V. de significancia es  $\geq$  a 0.05 se acepta el Ho.
- V. de significancia es  $<$  a 0.05 se rechaza el Ho.

**Tabla 12**

*Prueba de normalidad de gestión de inventario y servicio al cliente*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de inventario	0.268	50	0.000	0.849	50	0.000
Servicio al cliente	0.290	50	0.000	0.831	50	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

A continuación, en base a la tabla 12 se procedió a realizar la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov y dado los resultados mostraron el nivel de sig. de 0.00 siendo menor a 0.05, manifestando que no existe una distribución normal de los datos en ambas variables. Por ello, se determinó el uso de la prueba no paramétrica del Rho de Spearman.

## ii. Prueba de hipótesis

En el presente estudio se formuló las hipótesis que se han puesto a prueba para afirmar la relación que hay en las dos variables de dicha investigación. Asimismo, se estableció la subsecuente información en la tabla para la correlación del Rho Spearman obteniendo los datos con el programa IBM SPSS, donde ayudó a comprender los resultados presentados. (Ver Anexo 3)

### Prueba de Hipótesis general:

- $H_0$ : No existe relación entre la gestión de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.
- $H_1$ : Existe relación entre la gestión de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.

### Criterio de decisión:

- V. de significancia es  $\geq 0.05$  se acepta  $H_0$
- V. de significancia es  $< 0.05$  se rechaza  $H_0$

**Tabla 13**

*Prueba de hipótesis general*

			<b>Gestión de inventario</b>	<b>Servicio al cliente</b>
Rho de Spearman	Gestión de inventario	Coeficiente de correlación	1.000	,839**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Servicio al cliente	Coeficiente de correlación	,839**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

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

Conforme la tabla 13 se muestra el valor significativo de  $0.00 < 0.05$ , por ende, se aceptó la  $H_a$  y se rechazó el  $H_0$ , donde manifiesta existe relación significativa en la gestión de inventario y servicio al cliente en la compañía Grupo Innova Truck S.A.C.

Asimismo, por medio de los datos estadísticos, se consiguió el valor de 0,839 correspondiente al Rho de Spearman, donde se manifiesta una correlación positiva muy fuerte.

**Prueba de las hipótesis específicas:**

**Prueba de la hipótesis Valoración de inventario y servicio al cliente.**

- Ho: No existe relación entre la Valoración de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.
- H1: Existe relación entre la Valoración de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.

**Tabla 14**

*Prueba de hipótesis de Valoración de inventario y servicio al cliente*

			<b>Valoración de inventario</b>	<b>Servicio al cliente</b>
Rho de Spearman	Valoración de inventario	Coefficiente de correlación	1.000	,671**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Servicio al cliente	Coefficiente de correlación	,671**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

Según muestra la tabla 14 se verifica que el valor significativo es  $0.00 < 0.05$ , por ende, se aceptó la Ha y se rechazó el Ho, mencionando que hay relación significativa con la valoración de inventarios y servicio al cliente en la compañía Grupo Innova Truck S.A.C. Por ende, tuvo como resultado  $Rho = 0,671$ , manifestando que hay una correlación positiva considerable.

**Prueba de la hipótesis Índice de medición de inventario y servicio al cliente.**

- Ho: No existe relación entre el Índice de medición de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.

- H1: Existe relación entre el Índice de medición de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.

**Tabla 15**

*Prueba de hipótesis del Índice de medición de inventario y servicio al cliente*

			Índice de medición de inventario	Servicio al cliente
Rho de Spearman	Índice de medición de inventario	Coefficiente de correlación	1.000	,768**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Servicio al cliente	Coefficiente de correlación	,768**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

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

Conforme a la tabla 15, se verifica el nivel significativo de  $0.00 < 0.05$ , por consiguiente, se aceptó la  $H_a$  el cual menciona que hay relación significativa entre índice de medición de inventario y servicio al cliente. En consecuencia, se tuvo como resultado el valor 0,768 del Rho de Spearman, manifestando que hay una correlación positiva muy fuerte.

**Prueba de la hipótesis Toma física de inventario y servicio al cliente.**

- $H_0$ : No existe relación entre la Toma física de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.
- $H_1$ : Existe relación entre la Toma física de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022.

**Tabla 16***Prueba de hipótesis de la Toma física de inventario y servicio al cliente*

			<b>Toma física de inventario</b>	<b>Servicio al cliente</b>
Rho de Spearman	Toma física de inventarios	Coeficiente de correlación	1.000	,818**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Servicio al cliente	Coeficiente de correlación	,818**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

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

Según muestra la tabla 16, se verifica el nivel significativo de  $0.00 < 0.05$ , por consiguiente, se aceptó la  $H_a$  el cual menciona que hay relación entre la toma física de inventarios y servicio al cliente. Por consiguiente, se tuvo como resultado el valor de 0,818 del Rho de Spearman, manifestando que hay una correlación positiva muy fuerte.

## V. DISCUSIÓN

De acuerdo a lo presentado en los resultados del estudio de las variables, se realiza una comparación con los antecedentes de la investigación.

Conforme al objetivo principal, fue determinar la relación de la gestión de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate, 2022. De acuerdo a lo expuesto en la tabla 13, manifestó un coeficiente del Rho Spearman = 0,839, señalando que hay una correlación positiva muy fuerte, y el valor significativo de  $p = 0.00 < p=0.05$ , manifestando que hay relación entre ambas variables, siendo equiparado con Molina (2019), en su estudio Gestión de inventario y su relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019, manifestó como resultado el Rho de Spearman equivalente a 0,898, siendo así una correlación positiva muy fuerte y el valor significativo de  $0.00 < 0.05$ , teniendo como consecuencia que hay relación significativa en las dos variables. Mediante los resultados presentados, se coincide que existe relación entre las variables de ambos estudios, de igual manera se coincide con el nivel correlacional de las variables siendo positiva muy fuerte. Aportando esto según Suárez, (2012), manifiesta que la gestión de inventario es una función dedicada a perfeccionar y controlar eficazmente los artículos de los almacenes en la organización, equilibrando entre las necesidades del área comercial y del proceso productivo.

Dentro del mismo contexto, basado en el primer objetivo específico, es demostrar la relación entre la Valoración de inventario y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate, 2022. Según lo expuesto de la tabla 14, manifestó un coeficiente Rho de Spearman = 0,671 y acorde la escala, hay una correlación positiva considerable, y el  $p = 0.00 < p = 0.05$ , demostrando que hay relación entre la primera dimensión y la segunda variable, donde es comparado con lo investigado por Torres (2018), en su estudio El Control de Inventarios y la Satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños S.A.C., Carabayllo, Lima 2018, tuvo como resultado el Rho=0,879 y acorde la escala, presenta una correlación positiva muy fuerte, mediante un valor significativo de  $0,00 < 0,05$ , indicando que presenta relación dichas variables. Mediante los resultados presentados, se coincide concordantemente que existe relación de las variables en ambos estudios, además se difiere con la correlación, puesto que el presente



estudio tiene una correlación positiva considerable y del antecedente una correlación positiva muy fuerte. Aportando esto según Vélez (2014), sostiene que la valoración de inventarios está asociada directamente con la contabilidad financiera a fin de determinar el valor de los insumos para su proceso productivo y el valor de los artículos listos para la venta.

Por consiguiente, según el segundo objetivo específico, demostrar la relación entre el Índice de medición de inventarios y el servicio al cliente de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022. Conforme a lo expuesto de la tabla 15 se manifestó el coeficiente Rho Spearman = 0,768, señalando que hay una correlación positiva muy fuerte y la significancia de  $p=0,00 < p=0,05$ , demostrando que presenta relación entre la segunda dimensión y la segunda variable. Los mencionados datos se compararon con lo encontrado por el autor Becerra (2018), en su estudio Control de inventario y Satisfacción al cliente en la empresa Ferretería Kevin Lima-2017, quien tuvo como resultado el  $Rho=0,764$ , siendo una correlación positiva muy fuerte, mediante un valor significativo de 0.00 siendo menor a 0.05, el cual concluyó que presenta relación entre el control de inventario y la satisfacción al cliente. Mediante los resultados presentados se afirma que existe relación entre las variables mencionadas para ambos estudios, además coincidiendo con el nivel correlacional de las variables siendo positiva muy fuerte. Por ello, según Vélez (2014), manifiesta que los índices de medición de los inventarios dependen de cada organización según sus objetivos planteados, los problemas logísticos y según como se adapte a las circunstancias, así que los índices e indicadores sirven principalmente para medir cuantitativamente el desempeño del área y esto ayude a conocer la deficiencias y eficiencias para una mejora constante en las empresas.

Por último, el tercer objetivo específico, demostrar la relación entre la Toma física de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022. Conforme a lo expuesto en la tabla 16 se manifestó el coeficiente  $Rho=0,818$ , señalando que hay una correlación positiva muy fuerte y el valor significativo de  $p=0,00 < p=0,05$ , demostrando relación entre la tercera dimensión y la segunda variable, en donde se comparó con lo encontrado por Imán (2019), en su investigación Relación entre la calidad de servicio logístico y satisfacción del cliente en las agencias de carga para las MYPES exportadoras de confecciones de

Gamarra que hacen uso de transporte marítimo desde puerto del Callao 2019, que tuvo como resultado el  $Rho=0,336$ , siendo una correlación positiva media y presentado el valor significativo de  $0.002 < p=0.05$ , en el cual finaliza mencionando que presenta entre la tercera dimensión y la segunda variable. Según los resultados presentados se coincide que existe relación entre las variables de ambos estudios, además se difiere en el nivel correlacional debido que el presente estudio tiene una correlación positiva muy fuerte y del antecedente una correlación positiva media. Por ello, según Vélez (2014), menciona que, mediante la contabilización y el conteo exacto de los artículos como los insumos, productos en proceso de fabricación y productos culminados se debe manejar física e informáticamente. Asimismo, se debe realizar el conteo físico de los materiales al final de cada periodo fiscal para poder registrar dentro del balance general de los estados financieros.

## VI. CONCLUSIONES

Por consecuencia, según los objetivos formulados y resultados hallados en el estudio, se realiza las siguientes conclusiones.

Primera: Se logró determinar la relación entre la gestión de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022, debido que existe un valor significativo de  $p=0,00$  menor a  $p=0,05$ , asimismo teniendo un coeficiente  $Rho=0,839$ , señalando una correlación positiva muy fuerte. Por esta razón, se concluye que la gestión de inventario se relaciona directamente con el servicio al cliente, debido que, la correcta administración de las mercancías, permite la optimización del tiempo de despacho logrando así un nivel óptimo de servicio al cliente.

Segunda: Se logró demostrar que existe relación entre la valoración de inventario y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022, debido que existe un valor significativo de  $p=0,00$  menor a  $p=0,05$ , con un coeficiente  $Rho=0,671$  y acorde la escala, una correlación positiva considerable. Por ello, se concluye que la valoración de inventario se relaciona con el servicio al cliente, debido que mediante una aplicación correcta del valor de venta de los productos se logra mejorar el servicio a los clientes.

Tercera: Se logró demostrar que existe relación entre el índice de medición de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022, debido que existe un valor significativo de  $p=0,00$  menor a  $p=0,05$ , con un coeficiente  $Rho=0,768$ , señalando una correlación positiva muy fuerte. Por ello, se concluye que el índice de medición de inventarios se relaciona con el servicio al cliente, debido que, al obtener un mayor control de la rotación de los inventarios, exactitudes en las mercaderías, se brinda una correcta información al cliente con respecto al stock de los productos disponibles.

Cuarta: Finalmente, se logró demostrar la relación entre la toma física de inventarios y el servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022, debido que presenta un valor significativo de  $p=0,00$  menor a  $p=0,05$ , con un coeficiente  $Rho = 0,818$ , señalando una correlación positiva muy fuerte. Por ende, se concluye que la Toma física de los inventarios se relaciona eficazmente con el

servicio al cliente, debido que, al tener un control eficiente del stock de los productos, se obtiene una correcta gestión del almacén que por consecuencia un mejor nivel de servicio al cliente.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Según las conclusiones y los resultados presentados en el estudio, se plantea las posteriores recomendaciones:

Primera: Según lo observado, teniendo como correlación positiva muy fuerte entre la gestión de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022. Se recomienda seguir mejorando la gestión de inventario realizando un seguimiento constante de las mercancías con mayor precisión, con el fin de lograr un nivel óptimo del servicio al cliente que permitirá fidelizarlos e incluso recomendar el producto adquirido.

Segunda: Según lo observado, teniendo como correlación positiva considerable entre la valoración de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022. Se recomienda mejorar el método de la valoración de inventario designando correctamente el valor a cada uno de los productos según su rotación, para manejarlos correctamente en el área comercial, de esa forma poder lograr satisfacción al cliente con el producto brindado.

Tercero: Según lo observado, teniendo como correlación positiva muy fuerte entre los índices de medición de inventarios y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C, Ate 2022. Se recomienda seguir mejorando los índices de medición de inventario, cuantificando los productos existentes en el almacén de manera periódica, nivelando los días de venta y días de producción, con el fin de mejorar el proceso de despacho que conllevará brindar un óptimo servicio al cliente.

Cuarto: Según lo observado, teniendo como correlación positiva muy fuerte entre la toma física de inventarios y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022. Se recomienda seguir mejorando la toma física de inventarios nivelando la cantidad de productos registrada sistemáticamente y detectadas físicamente en el almacén, puesto que esto beneficiará al servicio al cliente al momento de realizar una compra.

## REFERENCIAS

- (2019, 04 de Julio) Empresas elevan ventas en 25% al automatizar gestión de inventarios. *Gestión*. Consultado el 04 de Julio del 2019. <https://bit.ly/3ttJ4GA>.
- (2020, 22 de Julio). *El futuro de la gestión de inventario tras la pandemia*. Conexionesan. Consultado el 22 de Julio del 2020. <https://bit.ly/3xJaBX2>.
- Baca, R. y Torres, D (2019) “*La gestión logística y su incidencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Villa Bellavista S.A.C.* “[Tesis para optar el grado de Licenciado, Universidad Nacional San Martín]. Repositorio USMP. <https://bit.ly/3xHOE12>.
- Becerra, C. (2018). “*Control de inventario y Satisfacción al cliente en La empresa Ferretería Kevin Lima-2017*”. [Tesis para optar el grado de Titulado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. <https://bit.ly/3xpGC5l>.
- Ellis, P. (2020). Sampling in quantitative research 2: non-experimental quantitative studies (1). *Wounds UK*, 16(1), 114-115. Obtenido de <file:///C:/Users/Luis%20Miguel/Downloads/sampling-in-quantitative-research-2-non-experimental-quantitative-studies-1.pdf>.
- Flores, L. (2021). “*Logística Integral y Satisfacción del Cliente de los servicios logísticos en Guayaquil*”. [Tesis para maestría, Universidad Politécnica Salesiana]. La Referencia. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20194/1/UPS-GT003194.pdf>
- Fuentes, D. Toscano, A. Malvaceda, E. Díaz, J. Díaz, L. (2020). *Metodología de la investigación: conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. Medellín, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Gallardo, S. (2019). “*Gestión de Inventario como herramienta de control para la adquisición de bienes de uso y consumo corriente en el Sector Público basado en el modelo de inventario E.Q.Q.* [Tesis para maestría, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio UTA. <https://bit.ly/3txZ5vc>.

- Goodman, J. (2009). *Strategic Customer Service*. United States of America: American Management Association.
- Goodman, P. y Chokshi, N. (2021, 01 de Setiembre) Cómo el mundo se quedó sin nada. *The New York Times*. Consultado el 01 de Setiembre del 2021. <https://www.nytimes.com/es/2021/06/03/espanol/justo-a-tiempo-cadena-suministro.html>.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Hidalgo, M. (2019). “*Calidad de Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato*”. [Tesis para maestría, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/30033/1/045%20GM C.pdf>.
- Imán, A. (2019). “*Relación entre la calidad de servicio logístico y Satisfacción del cliente en las agencias de carga para las MYPES exportadoras de confecciones de Gamarra que hacen uso de transporte marítimo desde Puerto del Callao 2019*”. [Tesis para optar el grado de Licenciado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional USIL. [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9657/1/2019\\_Iman-Cubas.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9657/1/2019_Iman-Cubas.pdf).
- Juarez, C (2021) El valor de la información en tiempo real para la gestión de inventarios. *The logistics World*. <https://bit.ly/3Hd9yBY>.
- Lovelock, C. H. (1990). *Services Marketing. Series in Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria*. Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica, 3(1), 47-50. Obtenido de <file:///C:/Users/Luis%20Miguel/Downloads/Dialnet-InvestigacionAplicada-6163749.pdf>.

- Mateo, M. (2019). *Gestión de servicio y Atención al cliente*. Lima. Perú: Grupo Universitario.
- Mauleon, M. (2015). *Gestión de stock*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- McLean, P. (2006). *Customer service: Utility Style*. United States of America: Penn Well Corporation.
- Mendoza, A. Ramírez, J. (2020). *Aprendiendo Metodología de Investigación*. Guayaquil, Ecuador: Grupo Compás.
- Molina, D. (2019). *Gestión de inventarios y su relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019*. [Tesis para optar el grado de Licenciado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/55404>.
- Muller, M. (2019). *Essentials of Inventory Management*. United States of America: Harper Collins Leadership (3era Ed).
- Nahrstedt, K. (2012). *Quality of service in Wireless Networks Over Unlicensed Spectrum*. United States of America: Synthesis Lectures on Mobile and pervasive Computing.
- Núñez, M. (2007). Las variables: estructura y función en la hipótesis. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 11(20), 163-179. Obtenido de <https://bit.ly/36RfSxb>.
- Ñaupas, H. Valdivia, M. Palacios, J. y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Prabhu, T. (2021). *Inventory Management*. United States of America: Netfame creations Pvt. Ltd.
- Purvis, C. (2020). *The Customer Communication Formula*. United States of America: Write Way Publishing Company.
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. Málaga. España. Servicios Académicos Intercontinentales S.L.



- Rivera, S. (2019). *“La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”*. [Tesis para maestría, Universidad Católica de Santiago Guayaquil]. Repositorio Digital UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>.
- Salazar, C. y Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Quito, Ecuador: Sin editorial.
- Sánchez, F. (2019). *Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos*. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 13(1). Obtenido de <https://bit.ly/3pfKH7v>.
- Sánchez, H. Reyes, C. Mejía. K. (2018). *Manual de Términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.
- Santos, G. (2017). *Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUES, Puebla*. [ Tesis para optar el grado de Titulado, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla]. Library. <https://www.fcm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/ma/GuadalupeSantosSanchez.pdf>
- Según Sastre, L. (2021). *“Factores que influyen en la adopción de tecnologías RFID para el control de inventarios en las Pymes de manufactura de Bogotá”*. Universidad EAN. Bogotá, Colombia. <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10972/CarreroGina2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Suárez, M. (2012). *Gestión de Inventarios*. Bogotá, Colombia: Comercio Internacional.
- Torres, N. Tapias, L. Zapata, y. Castro, J. (2018). *Diseño y evaluación de la confiabilidad y validez de la prueba de percepción en la imagen corporal. Fase I*. [Trabajo de Grado, Universidad Católica de Colombia] Repositorio Institucional de la Universidad de Colombia. <https://bit.ly/3QhSP4M>.

- Torres, Y. (2018) *“El Control de Inventarios y la Satisfacción de los clientes de la empresa Casas y Sueños SAC, Carabayllo, Lima 2018”*. [Tesis para optar el grado de Licenciado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25091/Torres\\_GYS.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25091/Torres_GYS.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Vélez, T. (2014). *Logística Empresarial*. Bogotá, Colombia. Logística.
- Vidal, C. (2017). *Fundamentos de control y gestión de inventarios*. Cali, Colombia. Universidad del Valle.

## ANEXOS

### ANEXO 1: Matriz de Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición		
GESTIÓN DE INVENTARIO	La gestión de inventarios son las actividades que se realizan para llevar un control profundizado y meticuloso en el cual mediante métodos, herramientas, estrategias y tecnología se busca organizar y distribuir la mercancía, para así optimizar los tiempos de atención al cliente, los procesos y así mismo reducir costos.	La variable gestión de inventarios será medida por intermedio de la encuesta, se utilizará como instrumento el cuestionario de 18 ítems, medidos a través de la escala ordinal. Este cuestionario se realizará a los clientes de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C	Valoración de inventarios	Método FIFO, o PEPS	1-2	Likert		
				Método LIFO, o UEPS	3-4			
				Método de promedio ponderado	5-6			
				Método por Identificación	7-8			
					Índice de medición de inventarios		Nivel de servicio al cliente	9-10
							Cantidad de inventarios	11-12
							Rotación de inventarios	13-14
							Exactitud de los inventarios	15-16
							Gráficos y Benchmarking	17-18
							Procedimiento	19-20
		Toma física de inventarios	Preparación	21-22				
			Conteo	23-24				
			Validación	25-26				

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
SERVICIO AL CLIENTE	El servicio al cliente es las acciones que buscan satisfacer al cliente que está adquiriendo un servicio o producto, que mediante una transacción monetaria busca cubrir alguna necesidad ya sea básica o no, el servicio se da antes, durante y después de la compra, proporcionando una experiencia que sobrepasen sus expectativas y se logre la fidelización del cliente.	La variable servicio al cliente por intermedio de la encuesta, se utilizará como instrumento el cuestionario de 18 ítems, medidos a través de la escala de Likert. Los encuestados serán los clientes de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C	Calidad de servicio	Efectividad	27-28	Likert
				Eficiencia	29-30	
				Eficacia científica – técnica	31-32	
			Comunicación	Comunicación Verbal	33-34	
				Comunicación No verbal	35-36	
			Gestión de cliente	Velocidad	37-38	
				Solución de problemas	39-40	
Expectativas	41-42					

## ANEXO 2: Nivel de confiabilidad del instrumento

**Tabla 17**

*Nivel de confiabilidad del instrumento*

Rangos	Nivel
> 0.9	Perfecta
> 0.8	Elevada
> 0.7	Aceptable
> 0.6	Regular
> 0.5	Baja
> 0.5	Nula

*Fuente: Adaptada de Hernández et al. (2014).*

### ANEXO 3: Coeficiente de Correlación

**Tabla 18**

*Coeficiente de correlación*

Valor	Significado
-0.90 a -1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable.
-0.26 a -0.50	Correlación negativa media.
-0.11 a -0.25	Correlación negativa débil.
0.01 a -0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.11 a +0.25	Correlación positiva débil.
+0.26 a +0.50	Correlación positiva media.
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable.
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

*Fuente: adaptada por Hernández et al. (2014).*

## ANEXO 4: Instrumento de Recolección de datos

### TÍTULO DE LA TESIS: Gestión de Inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2022

Estimado participante esta encuesta es personal y anónima, está dirigido a todos los de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C. Agradezco brindar su respuesta con la mayor veracidad y transparencia a las diversas preguntas del cuestionario, todo lo cual permitirá tener un acercamiento científico a la realidad concreta de la gestión logística y la productividad de la empresa.

Para contestar considere la siguiente escala:

ESCALA DE VALORACIÓN	1	2	3	4	5
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
1	¿Considera Ud. que las mercaderías se encuentran ordenadas en el almacén por el tiempo de despacho?					
2	¿El almacén de la empresa Innova Truck maneja la eficiencia necesaria para las salidas de sus productos recién entrantes?					
3	¿ Considera Ud. que los últimos productos en el almacén de la empresa Innova Truck se encuentran en las condiciones óptimas para ser comercializados?					
4	¿ Opina Ud. que las ultimas mercancías ingresadas en el almacén se encuentran en un lugar accesible para ser despachado de manera eficiente?					
5	¿El almacén toma en cuenta un sistema avanzado para medir el costo exacto de su inventario total?					
6	¿Cree Ud. que el almacén se encuentra siendo gestionado constantemente para determinar el valor total de sus mercaderías?					
7	¿ Considera Ud que la empresa gestiona el control individual de las mercaderías con gran valor monetario?					
8	¿ Cree usted que en el almacén se identifica correctamente los productos con mayor valor monetario?					
9	¿ Usted cree que el personal encargado del despacho de las mercancías toma las medidas necesarias para evitar daños de los productos?					
10	¿ Considera usted que la empresa durante el despacho de los pedidos verifica oportunamente que los materiales cumplan con los estándares de calidad para luego ser distribuidos?					
11	¿La empresa cuenta con la cantidad de inventario real en el almacén para realizar sus gestiones correctamente?					
12	¿ La empresa mantiene eficazmente un control diario de sus inventarios?					

13	¿Cree usted que la empresa realiza un registro diario de las entradas de las mercaderías?					
14	¿Considera usted que la empresa realiza un registro diario de las salidas de las mercaderías?					
15	¿Cree usted que la empresa establece informes de control de inventario para una buena toma de decisiones financieras?					
16	¿La empresa mantiene permanentemente actualizado el contenido en el almacén?					
17	¿En la empresa Innova Truck se construye gráficos estadísticos para gestionar correctamente sus inventarios?					
18	¿La empresa busca formas constantemente de mejorar su proceso sistemático para controlar mejor sus inventarios?					
19	¿Opina usted que la empresa distribuye de manera adecuada los materiales cumpliendo con las cantidades, características y precios señalados en el pedido?					
20	¿Considera usted que los procedimientos de control de inventarios aplicados por la empresa brindan resultados eficientes?					
21	¿Cree usted que los procesos de picking son realizados eficazmente?					
22	¿La empresa cuenta con el personal adecuado para realizar el picking correctamente?					
23	¿Opina usted que todos los productos son codificados correctamente dentro del almacén?					
24	¿Cree usted que la forma de contabilizar los ingresos y salidas de las mercancías son eficaces?					
25	¿Cree usted que la empresa mantiene permanentemente actualizado el contenido del almacén?					
26	¿Se verifica el estado y condiciones de las existencias del almacén de manera frecuente?					
27	¿Considera usted que la empresa Innova Truck logra cumplir con lo prometido?					
28	¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Innova Truck son efectivos en su mejora continua?					
29	¿Considera usted que la empresa cumple con sus compromisos con el cliente?					
30	¿Los colaboradores demuestran desarrollar sus tareas de manera efectiva?					
31	¿La empresa cumple con los tiempos de despacho de mercadería?					
32	¿Los sistemas incorporados para el control de mercadería son rápidas y eficaces?					
33	¿La empresa logra comunicar de manera fluida y clara las características de los productos?					
34	La empresa resuelve de manera precisa y oportuna ante cualquier duda en relación a sus productos?					
35	¿Los colaboradores logran transmitir seguridad en el proceso de compra?					
36	¿La empresa logra transmitir confianza en su servicio?					
37	¿Considera usted que la empresa brinda información rápida de stock cuando sus clientes lo requieren?					
38	¿La capacidad de acción de los trabajadores es rápida al momento de entregar los productos?					



39	¿La empresa soluciona problemas cuando existe algún percance con los productos?					
40	¿La empresa soluciona problemas ante una queja o reclamo?					
41	¿La empresa logra cumplir con sus expectativas de servicio?					
42	¿Considera usted que la empresa está comprometida en que el cliente este satisfecho con su compra?					

## ANEXO 5: Validación de instrumento.



### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. JAVIER FELIX NAVARRO TAPIA  
I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV  
I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN  
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
I.5. Autor(es) del instrumento: CORDOVA VIVANCO JHORKA NOHELY / VASQUEZ RAMIREZ LUIS MIGUEL

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

VARIABLE (1): Gestión de inventario

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					88
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					89
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					91
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					86
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>88%</b>

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:** Válido y aplicable  No valido ni aplicable

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
.....

IV. **PROMEDIO DE VALORACION:**

Ate, 27 de abril del 2022

Firma de experto informante  
DNI N° 08814139

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### III. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. JAVIER FELIX NAVARRO TAPIA  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV  
 I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 I.5. Autor(es) del instrumento: CORDOVA VIVANCO JHORKA NOHELY / VASQUEZ RAMIREZ LUIS MIGUEL

### IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

VARIABLE (2): Servicio al cliente

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					87
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					88
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					92
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>87%</b>

IV. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:** Válido y aplicable  No valido ni aplicable

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. **PROMEDIO DE VALORACION:** 87%

Ate, 27 de abril del 2022



Firma de experto informante  
 DNI N° 08814139

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. BARDALES CARDENAS MIGUEL  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV  
 I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 I.5. Autor(es) del instrumento: CORDOVA VIVANCO JHORKA NOHELY / VASQUEZ RAMIREZ LUIS MIGUEL

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

VARIABLE (1): Gestión de inventario

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					87
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					91
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				76	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					84
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					87
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>86%</b>

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:** Válido y aplicable  No valido ni aplicable

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. **PROMEDIO DE VALORACION:**

Ate, 27 de abril del 2022



Firma de experto informante  
 DNI N° 08437636

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### III. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. BARDALES CARDENAS MIGUEL  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV  
 I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 I.5. Autor(es) del instrumento: CORDOVA VIVANCO JHORKA NOHELY / VASQUEZ RAMIREZ LUIS MIGUEL

### IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

VARIABLE (2): Servicio al cliente

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					88
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					87
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					91
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					89
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>87%</b>

IV. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:** Válido y aplicable  No valido ni aplicable

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. **PROMEDIO DE VALORACION:** 87%

Ate, 27 de abril del 2022

  
 Firma de experto informante  
 DNI N° 08437636

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. FARRO RUIZ LIZET MALENA  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV  
 I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 I.5. Autor(es) del instrumento: CORDOVA VIVANCO JHORKA NOHELY / VASQUEZ RAMIREZ LUIS MIGUEL

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**
**VARIABLE (1):** Gestión de inventario

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					90
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					90
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					86
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					86
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>88%</b>

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:** Válido y aplicable  No valido ni aplicable 

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

**IV. PROMEDIO DE VALORACION:** **88%**

Ate, 27 de abril del 2022



 Firma de experto informante  
 DNI N° 45962909

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### III. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. FARRO RUIZ LIZET MALENA  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV  
 I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 I.5. Autor(es) del instrumento: CORDOVA VIVANCO JHORKA NOHELY / VASQUEZ RAMIREZ LUIS MIGUEL

### IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

VARIABLE (2): Servicio al cliente

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					88
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					88
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					88
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					92
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					88
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					87
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					92
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					92
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>89%</b>

IV. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:** Válido y aplicable  No valido ni aplicable

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. **PROMEDIO DE VALORACION:** 89%

Ate, 27 de abril del 2022



Firma de experto informante  
DNI N° 45962909



## ANEXO 6: Matriz de datos

Variable	GESTION DE INVENTARIO																									
Dimensiones	Valoración de Inventario								Índice de Medición de Inventario								Toma Física de Inventario									
Indicadores	Método PEPS		Método UEPS		Método de promedio ponderado		Método por identificación		Nivel de Servicio al Cliente		Cantidad de Inventario		Rotación de inventario		Exactitud de inventario		Graficos y Benchmarking		Procedimiento		Preparación		Conteo		Validación	
Preguntas	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20	Pregunta 21	Pregunta 22	Pregunta 23	Pregunta 24	Pregunta 25	Pregunta 26
1	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	
2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1
5	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
6	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
7	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	1	3	1	3	1	1	1
10	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
11	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3
13	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	3	2	1	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	2	2	1	1	1	1
15	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3
16	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2
17	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
19	2	1	1	2	3	2	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	3	1	2	1	1
20	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	2	2	2	3	1	2	3	3	3	2	1	1	1	2	3	3	4	4	3	3	4	2	2	2	2	2
23	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3
24	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
25	3	2	2	3	4	2	3	2	4	4	1	2	2	3	1	3	3	2	4	1	1	2	3	3	2	2
26	2	2	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	4	2	1	2	3	4	4	3	2	4	3	2	2	4
27	3	3	1	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
29	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3
30	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1
33	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
34	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
35	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	1	3	1	3	1	1	1
38	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
39	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3
40	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1
43	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
44	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
45	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	1	3	1	3	1	1	1
48	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
49	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3
50	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2



### SERVICIO AL CLIENTE

SERVICIO AL CLIENTE															
Calidad de servicio						Comunicación				Gestión de cliente					
Efectividad		Eficiencia		Eficacia científica – técnica		Comunicación Verbal		Comunicación No verbal		Velocidad		Solución de problemas		Expectativas	
Pregunta 27	Pregunta 28	Pregunta 29	Pregunta 30	Pregunta 31	Pregunta 32	Pregunta 33	Pregunta 34	Pregunta 35	Pregunta 36	Pregunta 37	Pregunta 38	Pregunta 39	Pregunta 40	Pregunta 41	Pregunta 42
2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3
2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	3	2	3	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1
3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	5	4	4	4	3	3
3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	4	4	3
2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1
2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	1	2	1	2	2
2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	3	2	2	1
2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	4	4	2	2
3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
1	1	3	2	3	3	1	1	1	2	2	3	4	4	3	2
3	2	4	2	4	4	2	2	3	2	3	2	4	2	2	3
2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3
2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	3	2	3	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1
3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	5	4	4	4	3	3
3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	4	4	4	3
2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3
2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	3	2	3	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1
3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	5	4	4	4	3	3
3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	4	4	4	3
2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3
2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	3	2	3	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1
3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	5	4	4	4	3	3
3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	4	4	4	3
2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	3	2	3	2	2	2
2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3
2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	3	2	3	2	2	2

## ANEXO 8: Autorización de aplicación del instrumento.

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

29 de octubre de 2021

Señores:

*Escuela de Administración*

*Universidad César Vallejo – Campus Ate*

*A través del presente, yo Menor Rojas Brayan Franco, identificado con DNI N°71318677 representante de la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., con el cargo de Gerente General, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:*

*a) Córdova Vivanco, Jhorka Nohely*

*b) Vasquez Ramírez, Luis Miguel*

*Están autorizadas para:*

*a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada Gestión de inventario y servicio al cliente en la empresa Grupo Innova Truck S.A.C., Ate 2021.*

Si  No

*b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación*

Si  No

*Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.*

*Atentamente,*

  
GRUPO INNOVA TRUCK S.A.C.  
MENOR ROJAS BRAYAN FRANCO  
GERENTE GENERAL

*Firma y Sello*

*Brayan Franco Rojas Menor*

*Gerente General*