

**UNIVERSIDAD RICARDO PALMA**  
**EFACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES**



**TESIS**

**GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
EN LA EMPRESA BIONICARE SAC EN EL AÑO 2020**

**PRESENTADO POR LA BACHILLER**

**YOMIRA NICKOL MENESES VALLE**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS GLOBALES**

**LIMA, PERÚ**

**2021**

*A dios, que me acompaña y me da fuerzas todos los días.*

*A mis abuelos, que sé que desde el cielo están felices por mi progreso.*

*A mis padres, Rodolfo y Soledad, que guían mi camino día a día, por confiar en mí y su apoyo incondicional en todo el proceso de mi carrera profesional.*

*A mis hermanos, novio, cuñado, cuñada y sobrinos, por los consejos de seguir adelante y nunca parar ante cualquier dificultad.*

## **AGRADECIMIENTO**

*A mi asesora Luisa Ávila y mi asesor de estadística de la Facultad de Administración de Negocios Globales por su apoyo constante en cada sesión y sus sugerencias en la elaboración de esta tesis.*

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “Gestión de inventarios y su incidencia en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare S.A.C en el año 2020” cuyo objetivo general es demostrar la incidencia de la gestión de inventarios en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare S.A.C en el año 2020. El diseño fue no experimental, transversal y correlacional.

El trabajo de investigación está compuesto por seis capítulos. En el capítulo I se presenta una breve descripción de la realidad problemática, la formulación de los problemas y objetivos de la investigación, alcance y limitaciones encontradas en este proceso y la justificación e importancia de la investigación. En el capítulo II se encuentran los antecedentes nacionales e internacionales de la investigación, el desarrollo del marco teórico y conceptual en las que se encuentran las bases teóricas y términos básicos que apoyan la investigación. En el capítulo III se presentará las hipótesis de la investigación las cuales serán aprobadas o rechazadas de acuerdo con los resultados del capítulo V.

Luego en el capítulo IV se explica los métodos y diseños de investigación utilizados en este proceso, la población, muestra y variables de investigación, la matriz de consistencia y finalmente las técnicas, instrumentos y procedimiento de recolección de datos. En el capítulo V se muestra el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las variables, dimensiones, indicadores y las pruebas de hipótesis realizadas, Finalmente, en el capítulo VI, se desarrolla las conclusiones y las recomendaciones de la presente investigación.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	iv
<b>LISTA DE TABLAS</b> .....	vii
<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	x
<b>RESUMEN</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>CAPITULO 1</b> .....	1
<b>PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO</b> .....	1
<b>1.1. Formulación del problema</b> .....	1
<b>1.1.1. Problema General:</b> .....	2
<b>1.1.2. Problemas Secundarios</b> .....	2
<b>1.2. Objetivos General y específicos</b> .....	3
<b>1.2.1. Objetivo General</b> .....	3
<b>1.2.2. Objetivos específicos</b> .....	3
<b>1.3. Justificación e importancia del estudio</b> .....	3
<b>1.4. Alcance y limitaciones</b> .....	4
<b>CAPITULO II</b> .....	5
<b>MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL</b> .....	5
<b>2.1. Antecedentes de la investigación</b> .....	5
<b>2.2. Bases teóricas – Científicas</b> .....	9
<b>2.3. Definición de términos básicos</b> .....	27
<b>CAPITULO III</b> .....	28
<b>HIPÓTESIS Y VARIABLES</b> .....	28
<b>3.1. Hipótesis y/o supuestos básicos</b> .....	28
<b>3.2. Identificación de variables o unidades de análisis</b> .....	28
<b>3.3. Matriz lógica de consistencia</b> .....	28
<b>CAPITULO IV</b> .....	30
<b>MÉTODO</b> .....	30
<b>4.1. Tipo y método de investigación</b> .....	30
<b>4.2. Diseño específico de investigación</b> .....	30
<b>4.3. Población, muestra o participantes</b> .....	30
<b>4.4. Instrumento de recogida de datos</b> .....	32

4.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	32
4.6. Procedimiento para la ejecución del estudio.....	32
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>33</b>
5.1. Datos cuantitativos.....	33
5.2. Análisis de resultados .....	70
5.3. Discusión de los resultados.....	74
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>77</b>
6.1. Conclusiones .....	77
6.2. Recomendaciones .....	78
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>80</b>
<b>APÉNDICE A: Matriz de Consistencia .....</b>	<b>83</b>
<b>APÉNDICE B: Encuesta de Investigación .....</b>	<b>84</b>

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Considero que el área de logística de la empresa presenta un plan de seguimiento de los inventarios mediante revisiones periódicas de las órdenes de compras.....	33
<b>Tabla 2</b> Considero que la empresa supervisa los movimientos de los productos en consignación en almacén de farmacia de cada clínica/hospital/ortopedia.....	34
<b>Tabla 3</b> Considera usted que la empresa Bionicare cuenta con un sistema eficiente y actualizado que permita saber el movimiento del inventario.....	35
<b>Tabla 4</b> Considera usted que la empresa mantiene sus productos codificados por tallas, series y segmentos al momento de realizar la entrega en farmacia.....	37
<b>Tabla 5</b> Considera que una adecuada clasificación de los inventarios permitirá una mejor atención de las órdenes de compras completas.....	38
<b>Tabla 6</b> Considero que por parte de la empresa Bionicare, la categorización de los productos permitirá una mejor satisfacción de las necesidades de los clientes.....	39
<b>Tabla 7</b> Considera usted que un sistema de control de inventario es el adecuado para realizar una buena gestión.....	41
<b>Tabla 8</b> Considera usted que la actualización de los inventarios se debe realizar cuando ocurre una entrada y salida del producto.....	42
<b>Tabla 9</b> Considera usted que la empresa presenta un adecuado proceso de aprovisionamiento para atender en su totalidad las ordenes de compras solicitadas.....	43
<b>Tabla 10</b> Considera usted que las ordenes de compras son atendidas en el momento requerido.....	44
<b>Tabla 11</b> Considero importante que antes de realizar el inventario en el almacén del cliente se deben tener actualizado los registros de inventarios.....	45
<b>Tabla 12</b> Considero importante la coordinación previa a la visita con el cliente antes de realizar el inventario.....	46
<b>Tabla 13</b> Considera importante que durante el inventario se realice un adecuado conteo de los productos en almacén.....	47
<b>Tabla 14</b> Considera que los productos con cajas rotas y en mal estado sean apartados del inventario con la finalidad de reponerlos.....	48
<b>Tabla 15</b> Con frecuencia se realiza un informe detallado del conteo de inventario a cada cliente.....	50

<b>Tabla 16</b> Después de cada inventario, se debe realizar un cruce del formato anterior con el nuevo inventario y de esta manera encontrar las diferencias.....	51
<b>Tabla 17</b> Considera usted que el servicio que se le brinda cumple con sus necesidades.....	52
<b>Tabla 18</b> Considera usted que los precios brindados por la empresa están de acorde al mercado. .....	53
<b>Tabla 19</b> Me siento conforme con el desempeño del personal de la empresa Bionicare al brindarme un buen servicio.....	54
<b>Tabla 20</b> Considera usted que después de una atención de orden de compra, usted seguiría adquiriendo nuestro producto. ....	55
<b>Tabla 21</b> Considera usted que la empresa atiende sus sugerencias y/o reclamos en busca de ofrecer un mejor servicio. ....	56
<b>Tabla 22</b> Con frecuencia la empresa resuelve las dudas e inquietudes de los clientes referentes al servicio y producto brindado.....	57
<b>Tabla 23</b> El servicio post venta que cuenta la empresa es el adecuado. ....	59
<b>Tabla 24</b> La información sobre el estado de su orden de compra que le brinda la empresa es confiable.....	60
<b>Tabla 25</b> Considera usted que existe una relación de confianza entre el cliente y la empresa. .....	61
<b>Tabla 26</b> Valoro la seguridad que la empresa Bionicare me brinda al ser atendido. ....	62
<b>Tabla 27</b> Considero que la empresa muestra una comunicación transparente con los clientes. .....	63
<b>Tabla 28</b> Considero que la empresa mantiene una comunicación apropiada ante cualquier hecho o problema. ....	65
<b>Tabla 29</b> Está satisfecho con el servicio brindado. ....	66
<b>Tabla 30</b> Considera usted que la atención recibida por la empresa satisface sus expectativas. .....	67
<b>Tabla 31</b> Considero que la empresa construye relaciones a largo plazo con sus clientes.....	68
<b>Tabla 32</b> Con frecuencia recomendaría los productos que ofrece la empresa Bionicare. ....	69
<b>Tabla 33</b> Chi- Cuadrado Dimensiones: Gestión de inventarios * Satisfacción del cliente....	71
<b>Tabla 34</b> Chi- Cuadrado Dimensiones: Planificación de los inventarios * Satisfacción del cliente.....	72
<b>Tabla 35</b> Chi- Cuadrado Dimensiones: Control de inventarios * Satisfacción del cliente....	73

**Tabla 36** Chi- Cuadrado Dimensiones: Organización el inventario \* Satisfacción del cliente.

.....74

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Considero que el área de logística de la empresa presenta un plan de seguimiento de los inventarios mediante revisiones periódicas de las órdenes de compras.....	34
<b>Figura 2</b> Considero que la empresa supervisa los movimientos de los productos en consignación en almacén de farmacia de cada clínica/hospital/ortopedia.....	35
<b>Figura 3</b> Considera usted que la empresa Bionicare cuenta con un sistema eficiente y actualizado que permita saber el movimiento del inventario.....	36
<b>Figura 4</b> Considera usted que la empresa mantiene sus productos codificados por tallas, series y segmentos al momento de realizar la entrega en farmacia. ....	37
<b>Figura 5</b> Considera que una adecuada clasificación de los inventarios permitirá una mejor atención de las órdenes de compras completas.....	39
<b>Figura 6</b> Considero que por parte de la empresa Bionicare, la categorización de los productos permitirá una mejor satisfacción de las necesidades de los clientes.....	40
<b>Figura 7</b> Considera usted que un sistema de control de inventario es el adecuado para realizar una buena gestión.....	41
<b>Figura 8</b> Considera usted que la actualización de los inventarios se debe realizar cuando ocurre una entrada y salida del producto.....	42
<b>Figura 9</b> Considera usted que la empresa presenta un adecuado proceso de aprovisionamiento para atender en su totalidad las ordenes de compras solicitadas .....	43
<b>Figura 10</b> Considera usted que las ordenes de compras son atendidas en el momento requerido.....	44
<b>Figura 11</b> Considero importante que antes de realizar el inventario en el almacén del cliente se deben tener actualizado los registros de inventarios .....	45
<b>Figura 12</b> Considero importante la coordinación previa a la visita con el cliente antes de realizar el inventario. ....	47
<b>Figura 13</b> Considera importante que durante el inventario se realice un adecuado conteo de los productos en almacén.....	48
<b>Figura 14</b> Considera que los productos con cajas rotas y en mal estado sean apartados del inventario con la finalidad de reponerlos.....	49
<b>Figura 15</b> Con frecuencia se realiza un informe detallado del conteo de inventario a cada cliente.....	50

<b>Figura 16</b> Después de cada inventario, se debe realizar un cruce del formato anterior con el nuevo inventario y de esta manera encontrar las diferencias.....	51
<b>Figura 17</b> Considera usted que el servicio que se le brinda cumple con sus necesidades.....	52
<b>Figura 18</b> Considera usted que los precios brindados por la empresa están de acorde al mercado.....	53
<b>Figura 19</b> Me siento conforme con el desempeño del personal de la empresa Bionicare al brindarme un buen servicio.....	54
<b>Figura 20</b> Considera usted que después de una atención de orden de compra, usted seguiría adquiriendo nuestro producto. ....	55
<b>Figura 21</b> Considera usted que la empresa atiende sus sugerencias y/o reclamos en busca de ofrecer un mejor servicio. ....	56
<b>Figura 22</b> Con frecuencia la empresa resuelve las dudas e inquietudes de los clientes referentes al servicio y producto brindado.....	58
<b>Figura 23</b> El servicio post venta que cuenta la empresa es el adecuado.....	59
<b>Figura 24</b> La información sobre el estado de su orden de compra que le brinda la empresa es confiable.....	60
<b>Figura 25</b> Considera usted que existe una relación de confianza entre el cliente y la empresa. ....	62
<b>Figura 26</b> Valoro la seguridad que la empresa Bionicare me brinda al ser atendido .....	63
<b>Figura 27</b> Considero que la empresa muestra una comunicación transparente con los clientes. ....	64
<b>Figura 28</b> Considero que la empresa mantiene una comunicación apropiada ante cualquier hecho o problema.....	65
<b>Figura 29</b> Está satisfecho con el servicio brindado.....	66
<b>Figura 30</b> Considera usted que la atención recibida por la empresa satisface sus expectativas. ....	68
<b>Figura 31</b> Considero que la empresa construye relaciones a largo plazo con sus clientes .....	69
<b>Figura 32</b> Con frecuencia recomendaría los productos que ofrece la empresa Bionicare.....	70

## RESUMEN

El objetivo de esta tesis fue demostrar la incidencia de la gestión de inventarios en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare S.A.C en el año 2020. El diseño que se uso fue transversal, no experimental, y correlacional, para eso se aplicó una encuesta que consta de 32 afirmaciones. El muestreo utilizado fue no probabilístico de tipo intencional y la muestra estuvo conformada por 52 clientes que son personas especializadas en logística que trabajan en las clínicas, hospitales y ortopedias entre jefes y asistentes, los datos obtenidos fueron tabulados, analizados e interpretados con el software estadístico SPSS en donde se elaboraron tablas de frecuencia estadísticas y gráficos. Para luego realizar las pruebas de hipótesis a través de la prueba estadística Chi cuadrado. Finalizada la investigación se exponen los resultados, conclusiones y recomendaciones.

Palabra claves: gestión de inventarios, satisfacción del cliente.

## **ABSTRACT**

The objective of this thesis was to demonstrate the impact of inventory management on customer satisfaction at the company Bionicare S.A.C in the year 2020. The design that was used was cross-sectional, non-experimental and correlational, for this a survey consisting of 32 statements was applied. The sampling used was non-probabilistic of an intentional type and the sample consisted of 52 clients who are people specialized in logistics who work in clinics, hospitals and orthopedics among bosses and assistants, the data obtained were tabulated, analyzed and interpreted with statistical software SPSS where statistical frequency tables and graphics were prepared. To then perform the hypothesis tests through the Chi square statistical test. After the investigation, the results, conclusions and recommendations are presented.

Key word: inventory management, customer satisfaction

## CAPITULO 1

### PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

#### 1.1. Formulación del problema

El propósito de esta tesis es lograr buscar una propuesta para el mejoramiento de la gestión de inventarios y de esta forma poder administrar eficientemente los productos necesarios para conseguir la satisfacción de los clientes y la fidelización de ellos ante la competencia.

A nivel mundial tanto las grandes empresas, pequeñas y medianas tienden a adquirir nuevos sistemas de manejo de inventarios para enfrentar el mercado más exigente y competitivo. Desde entonces a partir de la Revolución Industrial después de la segunda guerra mundial, los inventarios juegan un papel crucial para todas las empresas en la parte económica ya que determina el control de los costos de mantener inventario y reponerlos.

En el Perú, de acuerdo con el diario Gestión, cada cinco empresas de diez elevan sus ventas en un 25% debido a una buena gestión de inventarios mediante una ERP ya que te permite tener una mejor trazabilidad desde el pedido de la orden de compra por el cliente hasta su atención.

Bionicare es una empresa importadora y comercializadora de productos ortopédicos para niños, jóvenes y adultos fundada en el año 2017, el cual ha sido muy importante para la terapia funcional en pacientes adultos, niños, deportistas y adultos mayores. A inicios de sus operaciones tuvieron un gran impacto en el mercado ya que sus productos son utilizados para el desarrollo de nuevas soluciones en los tratamientos fisioterapéuticos.

Bionicare no está exenta al problema de su gestión de inventarios y la distribución del almacén lo cual conllevó a tener registros con diferencias, faltantes y pérdidas de productos. Este problema ocurre al momento de despachar una orden de compra, ya que no se encuentra

el producto requerido en la cantidad solicitada y solo optamos por ajustarlo a lo que tenemos y despacharlo incompleto teniendo una insatisfacción de nuestros clientes, por ello la empresa precisa con urgencia realizar una propuesta de mejoramiento en la gestión de inventarios en donde se controle adecuadamente la información de los productos que se compra al proveedor, productos en consignación y de venta en las clínicas, hospitales y ortopedias.

Las posibles causas que originan esta mala gestión de inventarios son: la poca planificación de las compras a nuestros diferentes proveedores, procesos mal definidos, decisiones erróneas por falta de información ya que no sabemos el inventario que realmente tenemos en nuestro almacén y en los almacenes de los clientes. Otras de las causas podrían ser la mala organización del inventario en los almacenes. Las consecuencias podrían ser clientes insatisfechos con nuestro servicio y producto, pérdida de rentabilidad, sobre stock de los productos por las malas compras y diferencias en los productos.

¿De qué manera la gestión de inventarios influye en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020?

#### **1.1.1. Problema General:**

- ¿De qué manera la gestión de inventarios influye en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020?

#### **1.1.2. Problemas Secundarios**

- ¿De qué manera la planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC?
- ¿De qué forma el control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC?

- ¿De qué forma la organización de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC?

## **1.2. Objetivos General y específicos**

### **1.2.1. Objetivo General**

- Demostrar que la gestión de inventarios mejorará la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Demostrar que la planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.
- Determinar que el control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.
- Comprobar que la organización de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

## **1.3. Justificación e importancia del estudio**

La presente tesis se enfocará en estudiar las diferentes razones por las cuales existe una mala gestión de inventarios en Bionicare S.A.C ya que se puso en evidencia los problemas que esta origina al momento de atender una orden de compra incompleta a nuestros clientes. La mala planificación de las compras realizadas al proveedor internacional y el mal conteo de la mercadería traen efectos a tener registros de inventarios con diferencias. Es por ello que en la actualidad las empresas buscan una mejor gestión de sus inventarios para así evitar excesos o faltantes de productos y de esta manera no perjudicar la atención al cliente.

Esta investigación será importante porque se podrá contar con un stock real que permita abastecer las ordenes de compras de los clientes, ventas eficientes, analizar la rotación de los inventarios, permitirá una buena planificación de compras y organización en el almacén.

#### **1.4. Alcance y limitaciones**

La presente investigación se torna descriptivo – correlacional, ya que tiene como propósito recolectar información, describir y especificar lo que se percibe del objeto de estudio, estableciendo a la vez la relación entre dos o más variables.

Las limitaciones de esta tesis se encuentran relacionadas con la sensibilidad de la información de la empresa, así como el poder obtener la información adecuada y lo más real posible al encuestar a los clientes de la empresa sin que estos sean reactivos al instrumento.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

##### **Internacionales**

(Gonzales Pulido,2020) desarrolló el trabajo titulado como “Gestión y organización de inventarios de la bodega Requip S.A.S”; comenta que su objetivo principal fue desarrollar un modelo de gestión de inventarios en la que permita mejorar el flujo de los productos y el tiempo de entrega de la ordenes de compras.

Para esta investigación la metodología a emplearse fue documental y descriptiva. Entre sus conclusiones principales se sostuvo que la empresa enfoque sus esfuerzos en la gestión de inventarios para los productos más representativos ya que estos son los que representan la mayor cantidad de ventas y al mismo tiempo realizar revisiones continuas en el almacén.

Este informe se consideró relevante para la presente investigación porque mediante una excelente clasificación de los productos se podrá conocer de una manera más amplia tu negocio, saber que se ha vendido, que necesitas, cuanto de espacio hay en el almacén, que puedes vender.

En Quito (Herrera Benavides, 2020), abordó una investigación titulada como “Propuesta de un sistema de gestión de inventarios en un local comercial de Quito”; comenta que el objetivo principal analizar y ejecutar un sistema para el control y seguimiento de los inventario en la empresa “Comercial H&B” en el cual se apliquen tecnologías de información para tener excelentes herramientas que controlen el inventario

y el almacenamiento con la finalidad de incrementar el nivel de participación y presencia comercial.

Entre sus principales conclusiones se formuló una matriz de ponderación para la elección de un proveedor el cual nos ayude con los cumplimientos legales en facturación y gestión de inventarios, resultando el seleccionado el programa Contífico. La evaluación económica dio como resultado un TIR del 92.40%, VAN de \$12,843.34, relación costo-beneficio de 2.09, concluyendo en que es factible realizar la propuesta. Además, la inversión se recuperaría en el primer año.

Sobre este particular, se considera de interés conocer el aporte que Herrera nos menciona ya que con el uso de tecnologías de información nos permitirá almacenar datos para una buena gestión de inventarios sistematizado.

Los siguientes autores (Castaño Muñoz & Paz Murillo, 2019), en la siguiente investigación titulada como “Propuesta para gestión de inventarios en supermercados ubicados en el valle de Cauca”, para obtener el título de Ingeniero Industrial, propuso implementar un sistema de gestión de inventarios de la situación actual de la empresa e identificar las oportunidades de mejora.

Los autores han utilizado el método cuantitativo ya que se realizaron la toma de datos de ventas y compras del año actual y anterior, el inventario actual y el análisis de los datos recogidos. Se concluyó que lo primordial para la empresa es obtener utilidades y mantener a los clientes satisfechos. Si no tenemos un adecuado control de inventarios las ventas no podrían operar con gran efectividad, puesto que se desconocería el estado de los productos almacenados, el orden establecido para su almacenamiento, la disponibilidad real de productos a ofrecer o abastecer lo que conlleva a tener clientes insatisfechos y la disminución de las utilidades.

La tesis desarrollada nos brinda una fuente de información relacionada con la tesis en curso debido a que las ventas cumplen un papel importante con relación a los inventarios ya que con las ventas se puede medir la rotación del producto que el cliente nos solicite y de esta forma cumplir con el tiempo de entrega de su orden de compra con la finalidad que se sientan satisfechos con nuestro servicio. Por eso, es necesario tener un buen histórico de las ventas de la empresa y una buena planificación de compras de productos.

### **Nacionales**

En la investigación de (Guevara Diaz, 2019) titulado como “Sistema de gestión de inventario basado en la teoría de inventarios y control de producción utilizando tecnología QR, para mejorar la gestión del inventario en la empresa Ecovive S.A.C”; comenta que su objetivo es aplicar la tecnología QR desarrollando una aplicación que permita un control a tiempo real del inventario y conseguir un proceso de gestión más eficiente y optimizado.

La metodología que se uso fue “Scrum” porque es un enfoque de gestión ágil que permite administrar el proyecto, la comunicación entre el equipo de trabajo brindando reportes reales. Para esta investigación se concluyó que mediante el uso de tecnologías QR permitirá a la empresa presentar reportes FIFO, OC, OS, entre otros.

Este trabajo se consideró relevante para la presente investigación porque permitirá obtener una excelente gestión de inventarios, más controlada mediante registros de entradas y salidas de los productos añadiéndoles un código QR a cada uno para un mejor control.

( Mateo Guerra & Salirrosas Zegarra , 2015) desarrollaron una tesis denominada como “Propuesta de mejora en la gestión de inventarios en el almacén de una empresa comercializadora de productos del rubro industrial”; comenta que su objetivo es mejorar la gestión de inventarios mediante nuevas propuestas.

Las investigadoras han utilizado el método de tipo descriptivo, correlacional y explicativo. Se concluyó que luego de aplicar el método ABC, se implementará la estrategia de planificación de inventarios, la cual se basa en la revisión periódica del stock.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso ya que mediante la implementación del método ABC, los productos tendrán una mayor distribución desde el más al menos importante, el cual permitirá tener una mejor categorización de los productos.

Un tercer trabajo de (Aristizabal Castañeda, Bernabé Esquerre, & Cano Álvarez, 2019) titulado “Propuesta de mejora en la gestión de inventarios de los procesos vinculados a las compras internacionales, para reducir los inventarios de lento movimiento en una empresa de distribución de EPP (Equipo de Protección Personal)”; se tuvo como objetivo desarrollar la caracterización de los procesos vinculados a las adquisiciones internacionales, enfocadas en el control y reducción de inventarios de lento movimiento, a través de políticas, procedimientos e indicadores de gestión.

Entre sus principales conclusiones sostiene que luego de las medidas adoptadas por la empresa, le ha permitido pasar de 230 a 200 días, con miras a llegar a 180 días de stock, permitiéndoles optimizar sus recursos financieros y ser más más eficientes en sus procesos de compras.

Se ha considerado importante este informe ya que mediante una buena planificación de compras los resultados son positivos, esto quiere decir que los clientes se sentirán satisfechos con la atención de sus órdenes de compras completos y a tiempo.

## **2.2. Bases teóricas – Científicas**

### **2.2.1. Gestión de inventarios**

Hoy en día las empresas han optado por manejar una buena gestión de inventarios el cual permite consolidar una secuencia de conceptos, herramientas, técnicas con la finalidad de adquirir y almacenar la cantidad necesaria para asegurar la satisfacción de los clientes.

Existen diferentes definiciones de gestión de inventarios que serán mencionadas a continuación. Zapata (2014):

“En el entorno empresarial se conoce la gestión de inventario como al proceso encargado de asegurar la cantidad de productos adecuados en la organización, de tal manera que se pueda asegurar la operación continua de los procesos de comercialización de productos a los clientes; es decir, asegurar que las operaciones de manufactura y distribución no se detengan, cumpliendo con las promesas de entrega de productos a los clientes” (p.11).

Incluso, “La gestión de inventarios es un punto determinante en el manejo estratégico de toda organización. Las tareas correspondientes a la gestión de un inventario se relacionan con la determinación de los métodos de registro, los puntos de rotación, las formas de clasificación y los modelos de inventario, determinados por los métodos de control” (Arenal, 2020, p. 7).

Por último, Paucar (2017) menciona que “la gestión de inventario es un factor clave para lograr un adecuado manejo corporativo del negocio, pues proporciona la seguridad respecto al logro de los objetivos y metas trazadas dentro del marco de la planificación, organización y control” (p.15)

### **2.2.1.1. Objetivo e Importancia de la gestión de inventarios**

“Un inventario consiste en un listado ordenado, detallado y valorado de los bienes de una empresa. Los bienes de la empresa se encuentran ordenados y detallados dependiendo de las características del bien que forma parte de la empresa, agrupando los que son similares y valorados, ya que se deben expresar en valor económico para que formen parte del patrimonio de la empresa” (Cruz, 2017, p.7).

De acuerdo con las palabras de Bravo (2007) afirma que existen cinco objetivos claves para la gestión de inventarios:

#### **Generar economía de escala**

“Las compras en cantidades adecuadas permiten a la empresa generar importantes ahorros, tanto en los precios de compra, en el transporte (por medio de un mejor uso de la capacidad de los vehículos), como en la producción (la capacidad de producción aumenta y el coste unitario se reduce cuando se fabrican lotes de tamaño óptimo” (Bravo,2007, p.100).

**Equilibrar la oferta y la demanda**

“Antes señalamos que, a pesar de los pronósticos, es muy difícil prever las fluctuaciones que, en la práctica, se producen en la demanda de los productos de una empresa; en este sentido, los inventarios actúan como un colchón entre el mercado y la producción, con el fin de dar tiempo a esta última para que se ajuste el nivel de la demanda” (Bravo,2007, p.100).

**Protección contra fluctuaciones en el abastecimiento de materias primas**

“En ocasiones, las materias primas de algunas empresas solo se obtienen en un determinado periodo del año; en otros casos; las empresas pueden realizar stocks de importancia ante un inminente aumento de los precios o ante la previsión de una futura carestía producida por problemas en las cadenas productivas anteriores a la empresa” (Bravo,2007, p.100).

**Protección contra desajustes entre las áreas que intervienen en el proceso**

“Fundamentalmente, estos desajustes pueden producirse, por ejemplo, por fallos en los plazos de entrega por parte de los proveedores, por deficiencias en la programación entre compras y producción o entre producción y distribución, etcétera” (Bravo,2007, p.101).

### **Mejorar el servicio al cliente**

“El mantenimiento de niveles óptimos de existencia permite, por ejemplo, atender rápidamente una demanda no prevista de un cliente, la reposición inmediata de productos defectuosos, etc.” (Bravo,2007, p.101).

#### **2.2.1.2. Variables que afectan a la gestión de inventarios**

De acuerdo con el autor Cruz (2017) las variables son:

##### **Tiempo**

“Teniendo en cuenta el concepto de tiempo de entrega, que es el tiempo desde se necesita la mercancía hasta que llega a la empresa. Esta cuantificación se basa en el tiempo de entrega del proveedor, tiempo de realización del pedido y el tiempo de recepción en el almacén, entre otros” (Cruz, 2017, p.15).

##### **Demanda**

“Tener prevista la demanda futura del producto hace que la gestión del inventario y la disponibilidad del mismo sean más eficiente y rentable. La demanda tiene una serie de características propias como son su variación con relación al entorno y el volumen en el que esté comercializado el producto (kilos, unidades, litros, etc.), en relación con el conocimiento del comportamiento futuro (estable o aleatorio), en relación a su implicación con el tiempo (homogénea o heterogénea) y en relación con la disponibilidad del producto (diferida o perpetua)” (Cruz, 2017, p.15).

## **Costes**

De acuerdo con Cruz (2017) nos dice que la gestión de inventarios en una empresa lleva consigo gastos, los cuales son:

- “Adquisición al aprovisionarse del producto o fabricarlo (materias primas, transporte, etc.” (Cruz, 2017, p.15).
- “Almacenamiento al crear el almacén de productos de la empresa (instalaciones, vigilancia, suministros, etc.” (Cruz, 2017, p.15).
- “Demanda no cubierta al no tener producto en el almacén, se debe hacer un sobre coste para tener disponible el producto para el cliente (entregas urgentes, fabricación urgente, etc.” (Cruz, 2017, p.15).

### **2.2.1.3.¿Qué son los inventarios?**

Nápoles (2009) citado por Muñoz Valenzuela (2011. p.1), nos dice que “Los inventarios son acumulaciones de materias primas, provisiones, componentes, trabajo en proceso y productos terminados que aparecen en numerosos puntos a lo largo del canal de producción y de logística de una empresa”.

Según la investigación de Pierri (2009):

“El conjunto de bienes y productos destinados a la producción y venta. El inventario generalmente forma parte de uno de los activos más importantes de la empresa, ya que estos requieren de la inversión de gran cantidad de recursos para que la empresa funcione en óptimas condiciones” (p.4).

Además, “un inventario detallado posibilita generar órdenes de compra y producción en cantidades óptimas para que la empresa no genere pérdidas económicas en un período de tiempo, ya sea por falta de materiales o deterioro de ellos por almacenamiento inadecuado o extenso; así mismo, permite que no se genere un inventario obsoleto e inmovilizado debido al exceso de producción sin venta” (Pierri, 2009, p.5).

#### **2.2.1.4. Tipos de inventarios**

Para Cruz (2017) menciona que la “gestión empresarial de los inventarios es fundamental para tener un control exhaustivo de las existencias y por consiguiente de las inversiones que las empresas realizan en productos para su venta o en materias primas para la producción de los productos finales” (p.26).

A continuación, se detalla los inventarios:

- 1. “Según el momento:** Inventario inicial e inventario final” (Cruz,2017).
- 2. “Según la periodicidad:** Inventario intermitente e inventario perpetuo” (Cruz,2017).
- 3. “Según la forma:** Inventario de materias primas, inventario de productos en fabricación o en curso, inventario de productos terminados e inventario de suministros de fábrica” (Cruz,2017).
- 4. “Según la función:** Inventario de tránsito, inventario de ciclo, inventario de seguridad e inventario de previsión” (Cruz,2017).
- 5. “Otros tipos:** Inventario físico, Inventario mínimo, Inventario máximo, inventario disponible e Inventario en línea” (Cruz,2017).

### 2.2.1.5. Ventajas y desventajas de mantener los inventarios

- “Mejoramiento del tiempo de respuesta y servicio al cliente, en el sentido de satisfacer sus órdenes directamente del inventario disponible en forma inmediata, sin producir despachos pendientes u órdenes perdidas” (Ballou, 2004, pp. 328-330).
- “Reducción indirecta de costos de producción de compra y/o de transporte, a través de la producción o compra de lotes más grandes y homogéneos, con los cuales se logran economías de escala en la cadena de suministro” (Ballou, 2004, pp. 328-330).
- “Implementación de mecanismos para responder a factores externos o internos inesperados, como derrumbes en carreteras, huelgas, demoras excesivas en el envío de materiales, desastres naturales, etc.” (Ballou, 2004, pp. 328-330).

Por otra parte, Ballou (2004) menciona algunas desventajas:

- “Absorción excesiva de capital sin adicionar un valor significativo al producto. Desde este punto de vista, algunos analistas consideran los inventarios como un desgaste innecesario” (Ballou, 2004, p.330).
- “Dificultad para el diseño integrado de las cadenas de abastecimiento, al establecer islas con intereses propios que ocasionan la suboptimización del sistema como un todo, como por ejemplo en las cadenas que tienen muchos puntos de venta normalmente hay una pugna entre ellos por mantener inventarios para responder a sus metas de ventas y frecuentemente niegan la transferencia de productos a otro punto de venta que puede necesitarlos” (Ballou, 2004, p.330)

### **2.2.1.7. Planificación de los inventarios**

De acuerdo con Calimeri (1976) sostiene que el “control de los inventarios obedece sustancialmente a una planificación dirigida a ejercer una rigurosa vigilancia sobre los distintos aspectos del movimiento de los materiales, aspectos que se centran esencialmente en: la organización racional de los aprovisionamientos, la debida organización del servicio de almacenaje, la propia clasificación de los materiales, basada en la normalización y la simplificación. Por último, tenemos la realización de un sistema conveniente de registros inventariable”.

### **2.2.1.8. Organización del inventario**

Según el artículo (Novastock, sf) debemos considerar el siguiente procedimiento para la organización del inventario:

#### **Antes del inventario:**

- “Determinación del método”.
- “Organización del espacio de almacenaje”.
- “Control del etiquetado de los artículos”
- “Indicar las mercancías que no hay que inventariar”.
- “Señalar al equipo de inventario, las existencias en curso de recepción”.
- “Identificar el stock que está en zonas de almacenaje”.
- “Actualizar las hojas de provisión (vísperas del inventario)”

#### **Durante el inventario.**

- “Desarrollo del conteo de los bienes o productos”.
- “Seguimiento, tratamiento y control de las referencias”.
- “Impresión de los lotes con diferencias, referencias desconocidas, etc.”

- “Cuenta de control de las desviaciones y búsqueda de los códigos desconocidos (con la ayuda del responsable)”.

### **Después del inventario:**

- “Validación del responsable de la tienda (firma del resumen de inventario)”
- “Provisión de un archivo de inventario destinado al equipo”.
- “Integración del fichero sobre la caja de la tienda o transmisión del fichero a la sede por correo electrónico”.
- “Integración y gestión de datos de inventario de forma avanzada y fiable”.
- “Informes inmediatos y balance de las giras de inventario”.
- “Gran proactividad por parte de nuestros equipos”.

#### **2.2.1.9. Control de inventarios**

Como bien afirma Muñoz (2011) en su trabajo de investigación:

“Para cumplir el objetivo de reducir el manejo de inventarios se requiere conocer el nivel de existencia que se debe tener en los almacenes y para no quedar desabastecido por el consumo de la demanda se requiere establecer sistemas de control de inventario los cuales permitirán saber cuánto se debe de comprar y en qué momento se debe realizar esa compra”.

Para un buen control de inventario se debería considerar algunos modelos que van a permitir saber cuándo, cuanto y que cosa pedir, los cuales son:

#### **Análisis ABC**

Permite la categorización de los productos desde el más importante hacia el menos, el cual nos permite saber la priorización de ellos.

A continuación, se definirá que es un análisis ABC, según Guerrero (2009):

“El sistema de clasificación ABC es un sistema de clasificación de los productos para fijarles un determinado nivel de control de existencia; para con esto reducir tiempos de control, esfuerzos y costos en el manejo de inventarios. El tiempo y costos que las empresas invierten en el control de todos y cada uno de sus materias primas y productos terminados son incalculables, y de hecho resulta innecesario controlar artículos de poca importancia para un proceso productivo y en general productos cuya inversión no es cuantiosa” (p.20).

García (1996) citado por Guerrero Salas (2009. p.20), ratifica que los productos se pueden clasificar en:

**TIPO A:** “Dentro de este tipo de involucran los artículos que, por su costo elevado, alta inversión en el inventario, nivel de utilización o aporte a las utilidades necesitan de un 100% en el control de sus existencias” García (1996) citado por Guerrero Salas (2009. p.20).

**TIPO B:** “Esta clasificación comprende aquellos productos que son de menor costo y menor importancia; y los cuales requieren un menor grado de control” García (1996) citado por Guerrero Salas (2009. p.20).

**TIPO C:** “En Esta última clasificación se colocan los productos de muy bajo costo, inversión baja y poca importancia para el proceso productivo; y que tan solo

requieren de muy poca supervisión sobre el nivel de sus existencias” García (1996) citado por Guerrero Salas (2009. p.20).

Según Bravo (2007) para realizar el análisis ABC se debe seguir los siguientes pasos:

- “El primer paso consiste en ordenarlos, de mayor a menor, de acuerdo con el tanto por ciento que representan respecto al total de las ventas de la empresa” (Bravo, 2007, p.111).
- “El segundo paso se completa colocando al lado del tanto por ciento sobre las ventas el tanto por ciento que representa cada producto respecto al margen bruto total generado por la venta de todos los productos de la empresa” (Bravo, 2007, p.111).
- “El tercer paso consiste en separarlos en tramos o categorías, con el fin de clasificarlos en productos de alta, media baja importancia relativa” (Bravo, 2007, p.111).
- “La clasificación anterior se realiza calculando, en primer lugar, cuáles son los productos que, sumandos, representan el 80 por 100 de las ventas y/o de los márgenes (reciben la clasificación como productos A” (Bravo, 2007, p.111).
- “Luego, se separan los que representan el 15 por 100 (se clasifican como productos B)” (Bravo, 2007, p.111). “Finalmente, se identifican los productos que sólo aportan, en conjunto, el restante cinco por ciento (productos C)” (Bravo, 2007, p.111)

### **Cantidad Económica de pedido (CEP)**

El manejo de la herramienta facilitará a las empresas conocer el volumen adecuada para cada orden de compra (Rau, 2010).

“Las empresas deben mantener inventarios suficientemente bajos para evitar costos excesivos por mantenimiento de inventarios, pero suficientemente altos para reducir los costos por hacer pedidos y los costos de preparación; un buen punto de partida para equilibrar estos costos y sobre todo aplicado a los artículos críticos para la empresa es determinar el mejor nivel de inventario de ciclo, consiste en determinar la cantidad económica de pedido (EOQ)” (Rau, 2010, p.3).

“Para optimizar el tamaño del pedido y sea económico, derivamos la curva de costo total y despejamos el “Q” (Rau, 2010, p.3).

$$EOQ = \sqrt{2AD/vr}$$

#### **Donde:**

“Costo de mantenimiento de inventarios =  $Qvr/2$ ”

“Costo de órdenes de pedidos =  $AD/Q$ ”

“Costo Total =  $Qvr/2 + AD/Q$ ”

“Q= tamaño del pedido”

“v= valor monetario del material”

“r= costo de posesión”

“A= costo por pedido”

“D= demanda anual del material”

### 2.2.1.10. Indicadores para medir los inventarios

Mora (2012) afirma que existen indicadores para medir los inventarios tales como:

#### **Rotación de mercancía**

$$\text{Valor} = \frac{\text{Ventas acumuladas}}{\text{Inventario promedio}} = \text{Número de veces}$$

“Este indicador tiene por objeto controlar las salidas por referencias y cantidades del centro de distribución. El impacto de este indicador es que se debe de mantener un elevado índice de rotación y es fundamental mantener una excelente comunicación entre cliente y proveedor” (Mora, 2012).

#### **Duración del inventario**

$$\text{Valor} = \frac{\text{Inventario final}}{\text{ventas promedio}} \times 30 \text{ días}$$

“Este indicador tiene como objeto controlar la duración de los productos en el centro de distribución y controlar los días de inventario disponible de la mercancía almacenada en el centro de distribución. El impacto de este indicador es que mientras sea de alto nivel significa que muestran demasiados recursos empleados en inventarios que pueden no tener una materialización inmediata y que está corriendo con el riesgo de ser perdido o sufrir obsolescencia” (Mora,2012).

#### **Vejez del inventario**

$$\text{Valor} = \frac{\text{Unidades dañadas + Absolutas + Vencidas}}{\text{Unidades disponibles en el inventario}}$$

“Este indicador tiene como objeto controlar la cantidad de mercancía con mucho tiempo dentro del inventario con el fin de evitar obsoletos y controlar el nivel de mercancías no disponibles para despacho por obsolescencia, mal estado y otros” (Mora, 2012).

### **Valor económico del inventario**

$$\text{Valor} = \frac{\text{Costo venta del mes}}{\text{Valor inventario físico}}$$

“Este indicador tiene por objeto controlar el valor de la mercancía que se encuentra almacenada con respecto a las mercancías que está saliendo por ventas. También sirve para medir y controlar el valor del inventario promedio respecto a las ventas” (Mora, 2012).

### **Exactitud de los inventarios**

$$\text{Valor} = \frac{\text{Valor diferencia (\$)}}{\text{Valor total inventario}} \times 100$$

“Este indicador tiene por objeto controlar la confiabilidad de la mercancía que se encuentra almacenada. El impacto de este indicador es conocer el nivel de confiabilidad de la información de inventarios en centros de distribución con el fin de identificar los posibles desfases en los productos almacenados y tomar acciones correctivas con anticipación y que afectan a la rentabilidad de las empresas” (Mora, 2012).

### 2.2.2. Satisfacción del cliente

Actualmente las empresas buscan una alta satisfacción del cliente con la finalidad que posteriormente a la venta realizada puedan establecer acciones de mejora para la empresa.

“Hoy en día ganarse un lugar en la mente de los consumidores es de vital importancia para llegar al mercado que se tiene como meta establecida y eso significa que la satisfacción debe ser plena” (Huamán & Jara, 2019, p.11).

También, Denove (2006) citado por Human & Jara (2019. p.11), afirma que “La satisfacción y el servicio al cliente se encuentran para las organizaciones como un peldaño para llegar a la cima, y llegar a ser uno de los mejores competidores. Por lo tanto, la satisfacción es la base primordial de todas las empresas y se logra a través de cumplir las expectativas de los consumidores”.

Kotler define “la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. (Kotler, 2006).

#### 2.2.2.1. Beneficios de lograr la satisfacción de los clientes

De acuerdo con el artículo escrito por Thompson (2006) nos dice: “Existen diversos beneficios que toda empresa pueden obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente”.

**“Primer Beneficio:** El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad

de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro” (Thompson, 2006).

“**Segundo Beneficio:** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos” (Thompson, 2006).

“**Tercer Beneficio:** El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado” (Thompson, 2006).

#### **2.2.2.2. Métodos para medir la satisfacción del cliente**

Según Prats (2011) los métodos son:

##### **Estudios de Mercado**

“Este método permite saber si hay demanda antes que el producto funcione en el mercado. Además, no puede eludirse cuando se trata de analizar la satisfacción del cliente, ya que lógicamente empieza por averiguar si el producto puede interesar al cliente. Una de las preguntas inevitables que nos debemos formular en los estudios de mercado es qué precio está dispuesto a pagar el cliente por el producto” (Prats, 2011, pp.19-30).

### **Encuestas de satisfacción del cliente**

“Últimamente, las encuestas no son muy bien recibidas ya que, debido a que la norma ISO 9001 obliga a medir la satisfacción del cliente, las empresas que quieren cumplir con el requisito optan por la vía más fácil de hacerlo: enviar encuestas a todos sus clientes y analizar los resultados” (Prats, 2011, pp.19-30).

### **Estudio de la competencia**

“Muchas empresas se limitan a mirar las páginas web de la competencia dos veces al año. Es necesario que el departamento comercial haga un seguimiento continuo de la competencia y compare precios, productos, ofertas, etc. Del mismo modo, en el caso de una empresa que vende un producto, también es muy importante analizar detenidamente el producto de la competencia en la Oficina Técnica: su funcionamiento, prestaciones, rendimiento, características técnicas, resistencia a los golpes, etc.” (Prats, 2011, pp.19-30).

### **Estudio de las reclamaciones y devoluciones de los clientes**

“El Departamento Comercial debe tomar nota de todas las reclamaciones de los clientes. Los sistemas informáticos en red permiten buenas opciones para que queden todas las incidencias registradas en un servidor común. El registro debe ser lo más sencillo posible, con tres campos: nombre del cliente, tipo de incidencia y breve descripción de la misma” (Prats, 2011, pp.19-30).

### **Sugerencias de clientes y proveedores**

“Más allá de las quejas, también llegan comentarios y sugerencias sobre el servicio y el producto por parte del cliente. Asimismo, un proveedor puede dar valiosa información. Cualquier empleado, desde calidad hasta producción pasando por Administración y dirección está en contacto con otras personas estrechamente relacionadas con la empresa que pueden ofrecer buenas ideas” (Prats, 2011, pp.19-30).

### **Informes comerciales de las visitas a los clientes**

“Son cada vez más frecuentes en las empresas. En lugar de enviar encuestas, o además de ello, los comerciales pueden obtener la información que la empresa considere pertinente en sus visitas a los clientes. Este método es para obtener información durante la charla para después elaborar el informe” (Prats, 2011, pp.19-30):

#### **2.2.2.3. Dimensiones de la satisfacción del cliente**

- a. Rendimiento percibido:** “Es el desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Es decir, es el resultado que el cliente percibe que obtuvo en el producto o servicio que adquirió” (Caldera, Morillo, & Ortega, 2011, p.344).

“El rendimiento percibido tiene las siguientes características: Se determina desde el punto de vista del cliente, se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio, está basado en las percepciones del cliente y no necesariamente en la realidad. Además, que sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente” (Caldera, Morillo, & Ortega, 2011, p.344).

Por otro lado, Kotler & Keller (2012) definen que “el rendimiento percibido de un producto está relacionado con las expectativas. Si el rendimiento es menor que las expectativas, el cliente se siente decepcionado. Si es igual a las expectativas, el cliente estará satisfecho. Si las supera, el cliente estará encantado”. (p.11)

- b. Transparencia:** “Sin transparencia no hay confianza y sin confianza todo se vuelve mucho más difícil en la relación entre empresa y el cliente”. Customer (2015) citado por Ñahuirima Tica (2015. p. 33).
  
- c. Las expectativas:** De acuerdo con Kotler & Keller (2012) “los clientes se forman expectativas de servicio a partir de muchas fuentes, como las experiencias previas, los comentarios de otras personas y la publicidad. En general, los clientes comparan el servicio percibido con el servicio esperado”. (p.373)

### 2.3 Definición de términos básicos

**Gestión de inventarios:** Según Zapata (2014) “es el proceso encargado de asegurar la cantidad de productos adecuados en la organización, de tal manera que se pueda asegurar la operación continua de los procesos de comercialización de productos a los clientes”.

**Satisfacción del cliente:** De acuerdo a Philip & Armstrong (2008) significa “el grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador”.

## CAPITULO III

### HIPÓTESIS Y VARIABLES

#### 3.1. Hipótesis y/o supuestos básicos

##### 3.1.1. Hipótesis Principal

La gestión de inventarios incidirá significativamente en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020.

##### 3.1.2. Hipótesis específicas

- La planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.
- La implementación de un control de inventarios incidirá e la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC
- La organización de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

#### 3.2. Identificación de variables o unidades de análisis

Variable Independiente: Gestión de inventarios

Variable Dependiente: Satisfacción del cliente

#### 3.3. Matriz lógica de consistencia

**TITULO: GESTIÓN DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
<p align="center"><b>GENERAL</b></p> <p>¿De qué manera la gestión de inventarios influye en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020?</p> <p align="center"><b>SECUNDARIOS</b></p> <p>¿De qué manera la planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC?</p> <p>¿De qué forma el control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC?</p> <p>¿De qué forma la organización de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC?</p>	<p align="center"><b>GENERAL</b></p> <p>Demostrar que la gestión de inventarios mejorará la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020.</p> <p align="center"><b>ESPECÍFICAS</b></p> <p>Demostrar que la planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p> <p>Determinar que el control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p> <p>Comprobar que la organización de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p>	<p align="center"><b>GENERAL</b></p> <p>La gestión de inventarios incidirá significativamente en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020.</p> <p align="center"><b>ESPECÍFICAS</b></p> <p>La planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p> <p>El control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p> <p>La organización del inventario incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p>	<p align="center"><b>VARIABLE INDEPENDIENTE (X)</b></p> <p align="center">GESTION DE INVENTARIOS</p> <p align="center"><b>VARIABLE DEPENDIENTE (Y)</b></p> <p align="center">SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</p>	<p>Planificación de los inventarios</p> <p>Control de Inventarios</p> <p>Organización del inventario</p> <p>Rendimiento percibido por el cliente</p> <p>Transparencia</p> <p>Expectativas</p>	<p>-Plan de seguimiento</p> <p>-Movimiento de inventario</p> <p>-Clasificación de los inventarios</p> <p>-Entradas y salidas de inventarios</p> <p>-Aprovisionamiento de los inventarios</p> <p>-Antes del inventario</p> <p>-Durante el inventario</p> <p>-Después del inventario</p> <p>-Grado del precio y servicio</p> <p>-Recomendaciones, permanencia o recompra</p> <p>-Post venta</p> <p>-Grado de veracidad</p> <p>-Confianza</p> <p>-Comprensión de la comunicación</p> <p>-Experiencias de las atenciones anteriores</p> <p>-Opiniones de amistades, familiares, etc.</p>

## CAPITULO IV

### MÉTODO

#### 4.1. Tipo y método de investigación

- **Tipo de investigación:** es descriptiva y correlacional.
- **Método de investigación:** se realizó una encuesta por muestreo, es decir, de corte transversal.

#### 4.2. Diseño específico de investigación

El siguiente trabajo es deductivo, ya que explica de lo general a lo específico a través de un análisis de las hipótesis que presentarán las conclusiones del trabajo de investigación.

La investigación está asociada con el estudio de dos variables cualitativas las cuales son gestión de inventarios y satisfacción del cliente y es no experimental ya que no se ha modificado deliberadamente las variables.

#### 4.3. Población, muestra o participantes

##### **Población**

La población está conformada por todos los clientes de la empresa Bionicare S.A.C (N=60).

Por tanto, la población para el presente trabajo es finita, porque es posible conocer quiénes y cuántos son.

##### **Muestra**

Está conformada por 52 personas, entre clientes de hospitales, clínicas y ortopedias, quienes serán encuestados.

El número de clientes de hospitales, clínicas y ortopedias a quienes se les va a realizar la encuesta, se calculó mediante la fórmula del tamaño de la población finita:

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)E^2 + Z^2pq}$$

Donde:

n = Muestra a encontrar

Z = 1.96

p = 0.5

q = 0.5

E = 0.05

N = 60

$$n = \frac{(60) (3.8416) (0.5) (0.5)}{(59) (0.0025) + (3.8416) \times (0.25)} = \frac{57.624}{1.1079}$$

$$n = 52$$

La muestra está conformada por 52 personas que son los clientes de la empresa Bionicare SAC.

#### **4.4. Instrumento de recogida de datos**

El instrumento por utilizarse para la recolección de datos serán las encuestas, el cual contiene 32 preguntas.

#### **4.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

Una vez terminadas las encuestas a los clientes procederemos a revisar las respuestas, aplicaremos criterios estadísticos para llevar a cabo el análisis de datos utilizando el sistema SPSS.

Para la interpretación de los datos se utilizó gráficos de barras, tablas dimensionales y de distribución.

Por último, se utilizó la prueba estadística llamada chi-cuadrado para analizar y comprobar si las variables de la investigación se encuentran relacionadas o no.

#### **4.6. Procedimiento para la ejecución del estudio**

- Solicitud de permisos correspondientes para realizar la encuesta a los clientes de la empresa.
- Realizar la encuesta
- Recolección y revisión de datos

## CAPITULO V

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 5.1. Datos cuantitativos

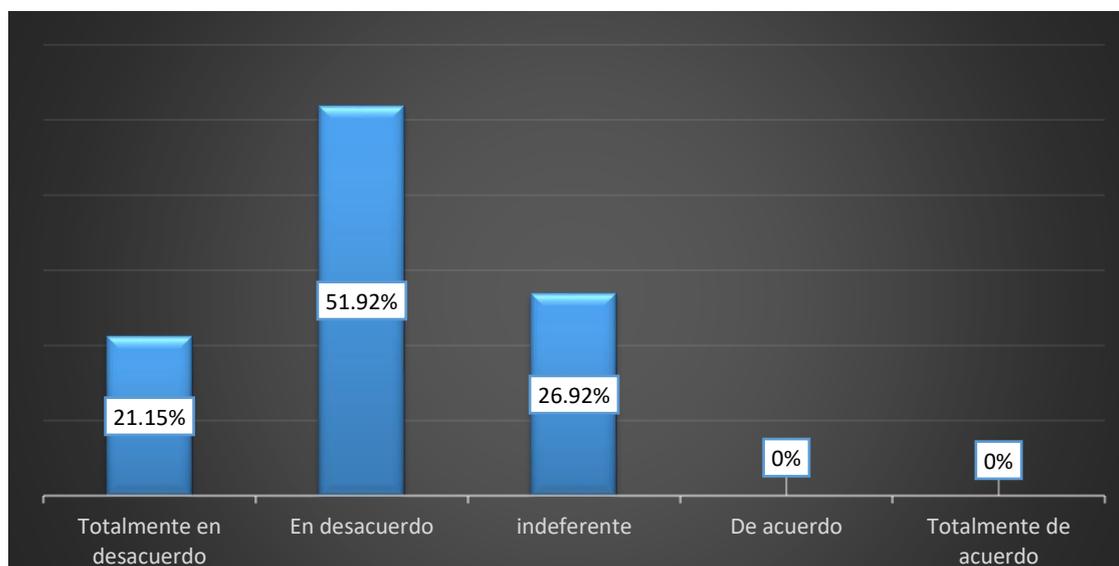
Para la presente investigación, se realizó una encuesta de 32 preguntas a una muestra de 52 clientes de la empresa Bionicare S.A.C de la cual describiremos sus características a continuación:

*Tabla 1 Considero que el área de logística de la empresa presenta un plan de seguimiento de los inventarios mediante revisiones periódicas de las órdenes de compras.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	11	21.15%
En desacuerdo	27	51.92%
Indiferente	14	26.92%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100,0

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 1** Considero que el área de logística de la empresa presenta un plan de seguimiento de los inventarios mediante revisiones periódicas de las órdenes de compras.

**Fuente: Elaboración propia**

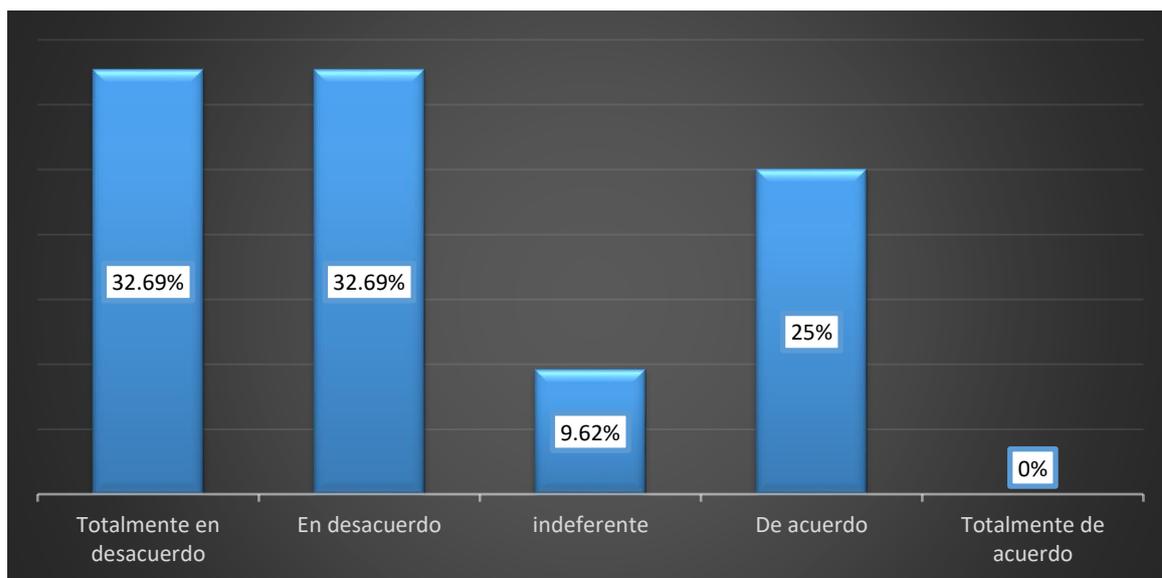
En la tabla 1 figura 1, se muestran los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la empresa Bionicare Sac presenta un plan de seguimiento de los inventarios mediante revisiones de las órdenes de compras, en donde se obtuvo como resultado que el 21.15% de los encuestados se encuentran totalmente en desacuerdo con la afirmación, un 51.92% está en desacuerdo; por el contrario un 26.92% se muestra indiferente y un 0% indica estar de acuerdo y totalmente de acuerdo, siendo más del 50% de encuestados que nos dicen que la empresa no realiza un adecuado plan de seguimiento sobre las ordenes de compras.

**Tabla 2** Considero que la empresa supervisa los movimientos de los productos en consignación en almacén de farmacia de cada clínica/hospital/ortopedia.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	17	32.69%
En desacuerdo	17	32.69%
Indiferente	5	9.62%
De acuerdo	13	25%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100,0

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 2** Considero que la empresa supervisa los movimientos de los productos en consignación en almacén de farmacia de cada clínica/hospital/ortopedia.

**Fuente:** Elaboración propia

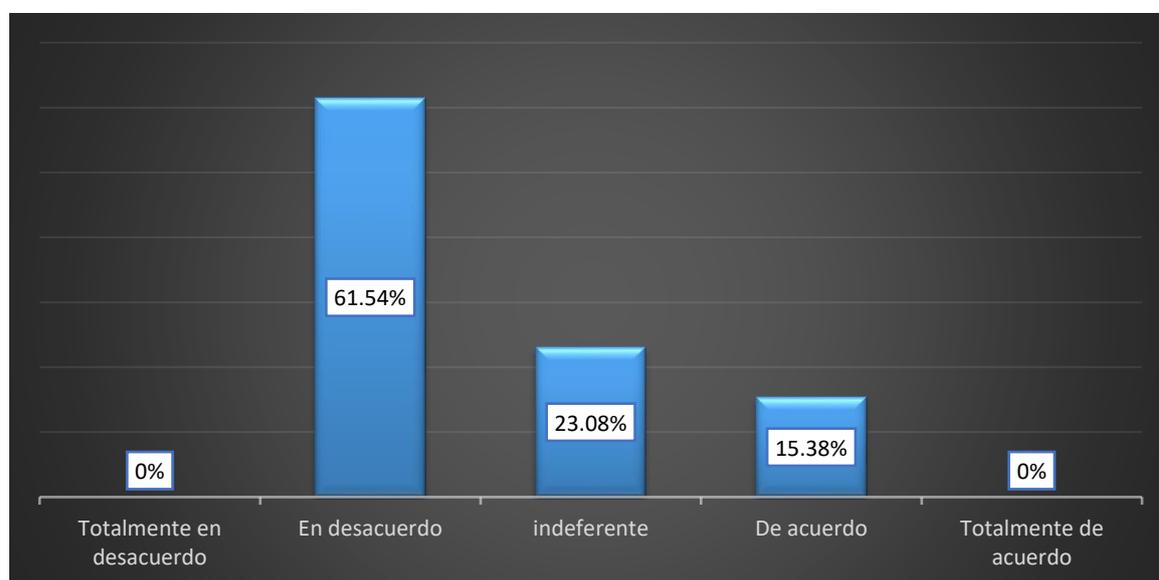
En la tabla 2 y figura 2 se muestran los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la empresa Bionicare Sac supervisa los movimientos de los productos en consignación en almacén, en donde se obtuvo como resultado que el 32.69% de los encuestados se encuentran totalmente en desacuerdo con la afirmación, un 32.69% está en desacuerdo; por el contrario un 9.62% se muestra indiferente, un 25% de acuerdo y 0% en totalmente de acuerdo siendo así que el 65.38% considera que la empresa no supervisa los productos en consignación en almacén.

**Tabla 3** Considera usted que la empresa Bionicare cuenta con un sistema eficiente y actualizado que permita saber el movimiento del inventario.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	32	61.54%
Indiferente	12	23.08%
De acuerdo	8	15.38%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 3** *Considera usted que la empresa Bionicare cuenta con un sistema eficiente y actualizado que permita saber el movimiento del inventario.*

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 3 y figura 3 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la empresa cuenta con un sistema eficiente y actualizado que permita saber el movimiento del inventario, en donde se obtuvo que el 61.54% se encuentra en desacuerdo, un 23.08% se muestra indiferente; y por otro lado el 15.38% se encuentran de acuerdo, por lo que podemos decir que más del 50% de encuestados no están

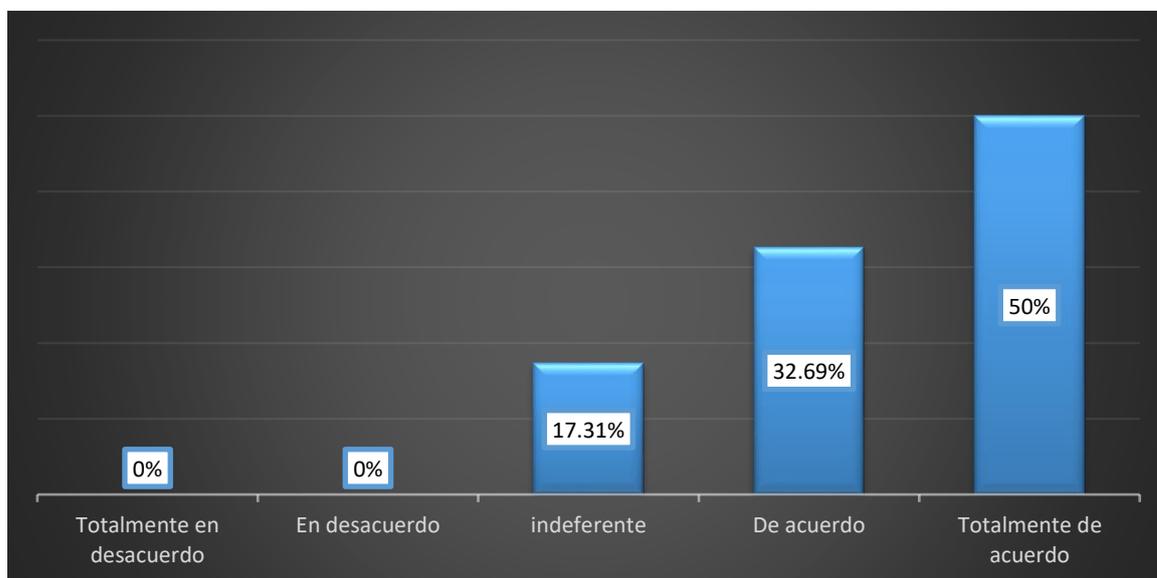
de acuerdo con la afirmación y que la empresa no cuenta con un sistema eficiente y actualizado.

**Tabla 4** *Considera usted que la empresa mantiene sus productos codificados por tallas, series y segmentos al momento de realizar la entrega en farmacia.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	9	17.31%
De acuerdo	17	32.69%
Totalmente de acuerdo	26	50%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 4** *Considera usted que la empresa mantiene sus productos codificados por tallas, series y segmentos al momento de realizar la entrega en farmacia.*

**Fuente: Elaboración propia**

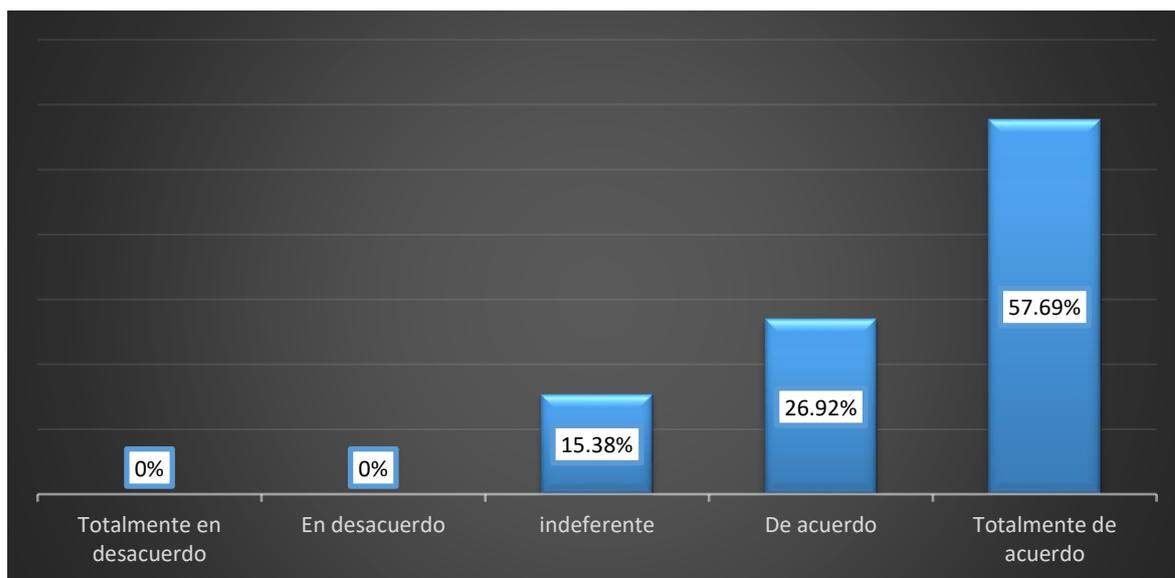
En la tabla 4 y figura 4 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la empresa mantiene sus productos codificados por tallas, series y segmentos al momento de realizar la entrega en farmacia, en donde se obtuvo que más del 60% de encuestados están de acuerdo con que la empresa mantiene sus productos codificados y el 17.31% se muestra indiferente ante la afirmación.

**Tabla 5** *Considera que una adecuada clasificación de los inventarios permitirá una mejor atención de las órdenes de compras completas.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	8	15.38%
De acuerdo	14	26.92%
Totalmente de acuerdo	30	57.69%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 5** Considera que una adecuada clasificación de los inventarios permitirá una mejor atención de las órdenes de compras completas.

**Fuente:** Elaboración propia

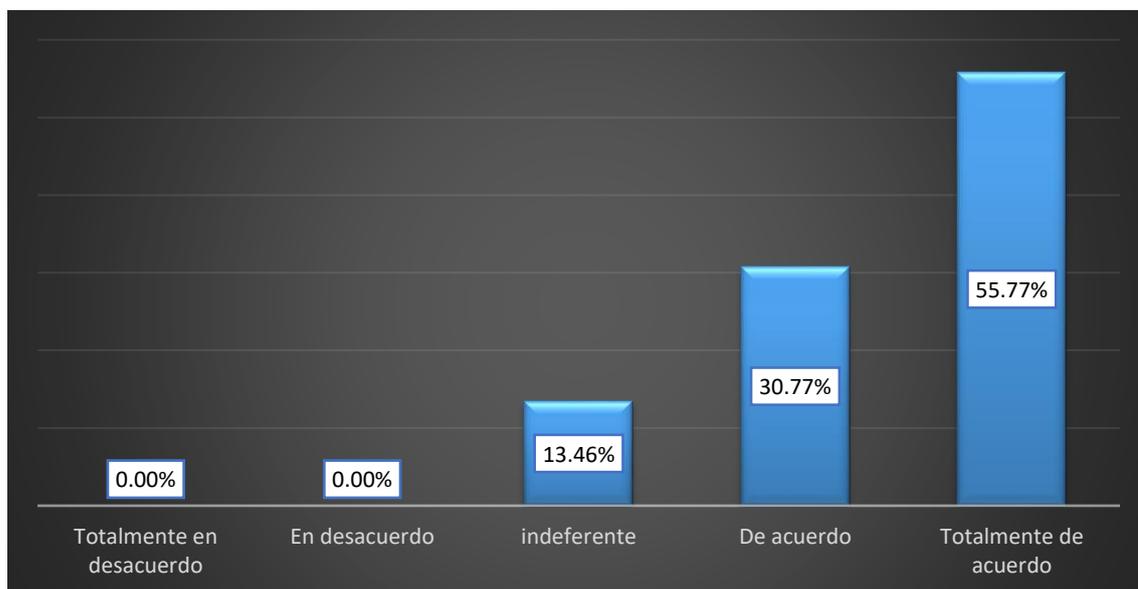
En la tabla 5 y figura 5 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la clasificación de los inventarios permitirá una mejor atención de las ordenes de compras completas, en donde se obtuvo que el 84.61% de los encuestados están de acuerdo con la afirmación y el 15.38% se muestra indiferente.

**Tabla 6** Considero que por parte de la empresa Bionicare, la categorización de los productos permitirá una mejor satisfacción de las necesidades de los clientes.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
Indiferente	7	13.46%
De acuerdo	16	30.77%
Totalmente de acuerdo	29	55.77%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 6** Considero que por parte de la empresa Bionicare, la categorización de los productos permitirá una mejor satisfacción de las necesidades de los clientes.

**Fuente: Elaboración propia**

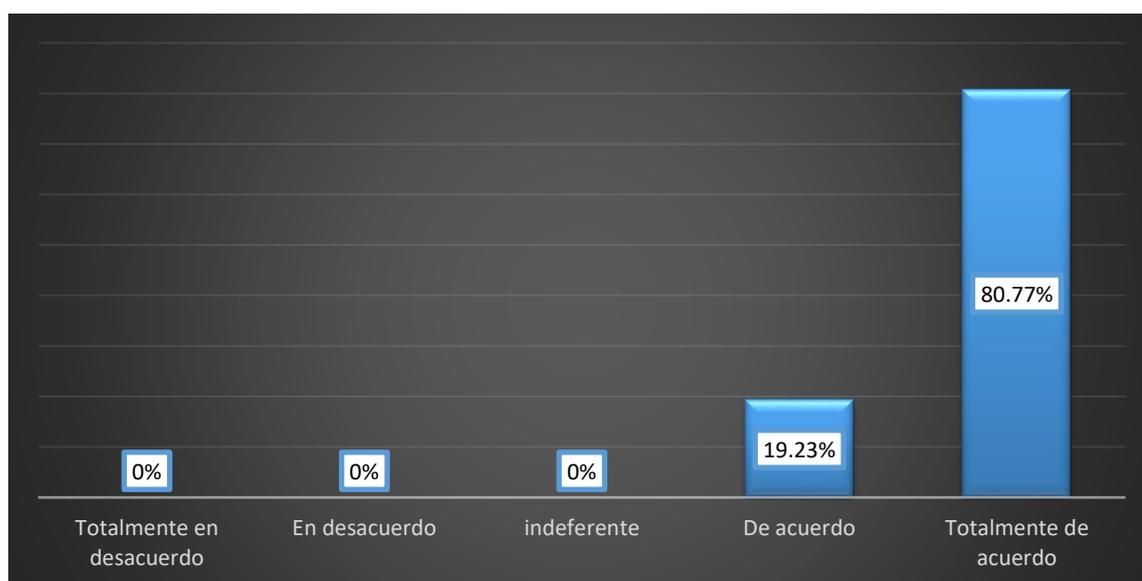
En la tabla 6 y figura 6 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la categorización de los productos permitirá una mejor satisfacción de las necesidades de los clientes, en donde se obtuvo 86,54% de los encuestados están de acuerdo con la afirmación y el 13.46% se muestra indiferente.

**Tabla 7** Considera usted que un sistema de control de inventario es el adecuado para realizar una buena gestión.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	10	19.23%
Totalmente de acuerdo	42	80.77%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 7** Considera usted que un sistema de control de inventario es el adecuado para realizar una buena gestión.

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 7 y figura 7 podemos observar los resultados obtenidos de acuerdo a la percepción de los clientes sobre si un sistema de control de inventarios es el adecuado para realizar una buena gestión, en donde se obtuvo que el 80.77% de los encuestados están totalmente de acuerdo y el 19.23% están de acuerdo con la afirmación. Por lo que podemos

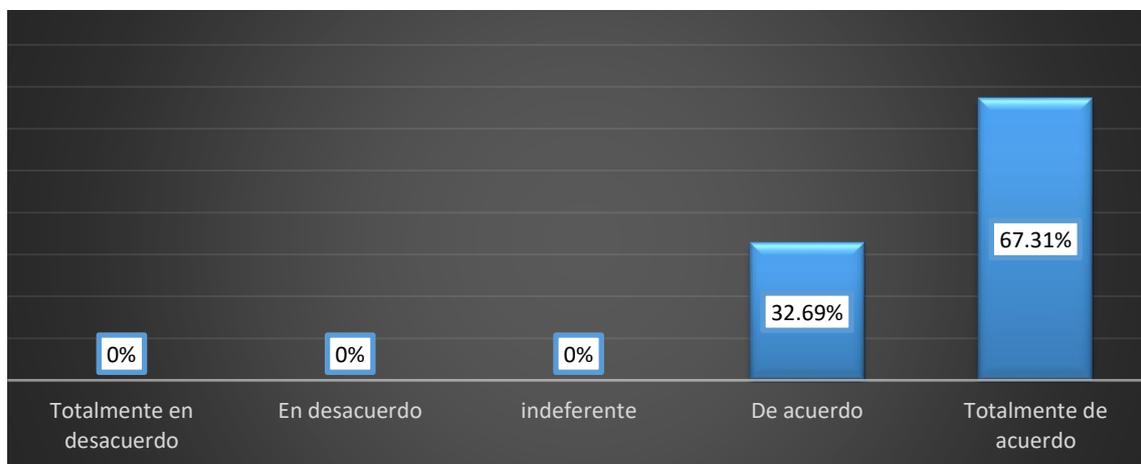
decir que los clientes están de acuerdo con la implementación de un sistema de control de inventario para una buena gestión.

**Tabla 8** *Considera usted que la actualización de los inventarios se debe realizar cuando ocurre una entrada y salida del producto.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	17	32.69%
Totalmente de acuerdo	35	67.31%
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 8** *Considera usted que la actualización de los inventarios se debe realizar cuando ocurre una entrada y salida del producto.*

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 8 y figura 8, se muestran los resultados recolectados con relación a la actualización de los inventarios que se debe realizar cuando ocurre una entrada y salida de los productos en donde se obtuvo que el 67.31% de los encuestados están totalmente de

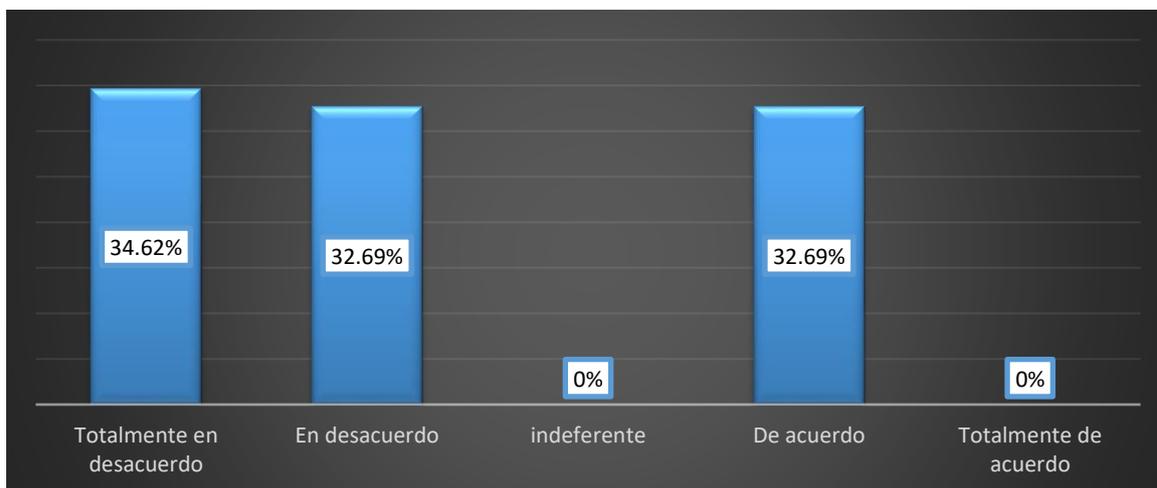
acuerdo y el 32.69% están de acuerdo con la afirmación. Por lo que podemos comentar que la mayoría de los clientes están de acuerdo con la actualización de los inventarios cada vez que ocurra una entrada o salida.

**Tabla 9** *Considera usted que la empresa presenta un adecuado proceso de aprovisionamiento para atender en su totalidad las ordenes de compras solicitadas.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	18	34.62%
En desacuerdo	17	32.69%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	17	32.69%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 9** *Considera usted que la empresa presenta un adecuado proceso de aprovisionamiento para atender en su totalidad las ordenes de compras solicitadas*

**Fuente: Elaboración propia**

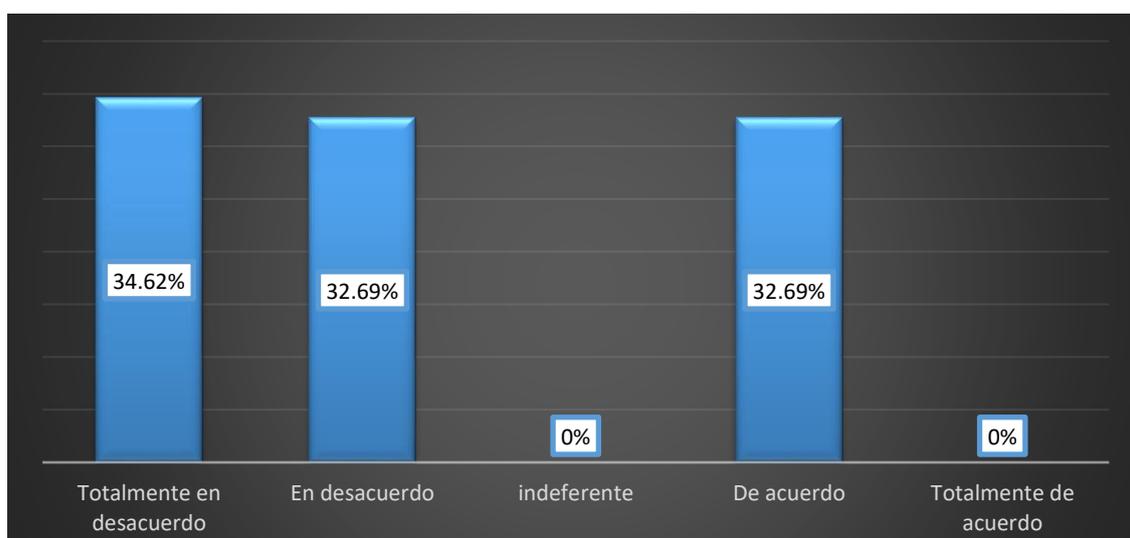
En la tabla 9 y figura 9, se muestran los resultados obtenidos con relación si la empresa presenta un adecuado proceso de aprovisionamiento para atender en tu totalidad las ordenes de compras solicitadas, en donde se obtuvo que los encuestados están en desacuerdo con un porcentaje del 67.31%. Por otro lado, el 32.69% se encuentran de acuerdo con la afirmación.

**Tabla 10** *Considera usted que las ordenes de compras son atendidas en el momento requerido.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	18	34.62%
En desacuerdo	17	32.69%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	17	32.69%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 10** *Considera usted que las ordenes de compras son atendidas en el momento requerido.*

Fuente: Elaboración propia

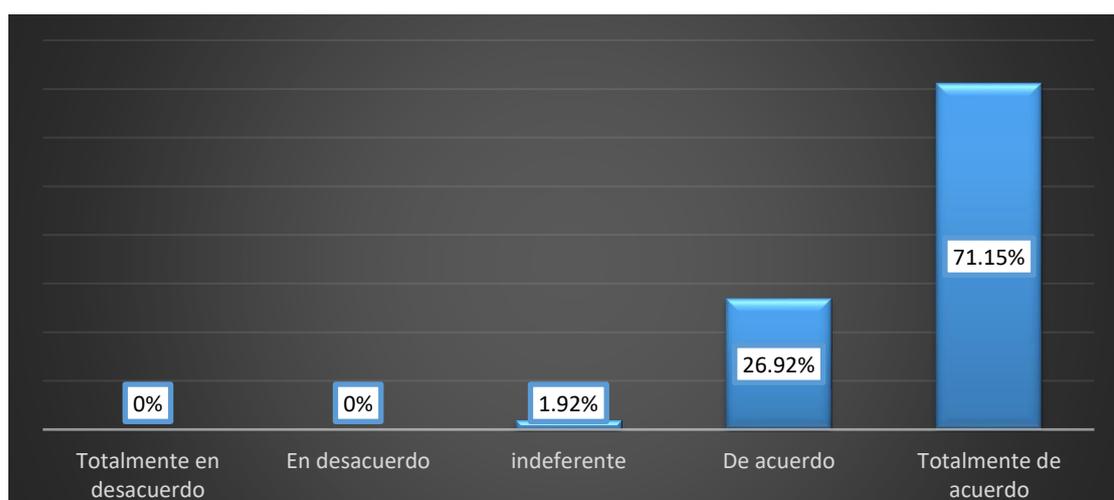
En la tabla 10 y figura 10, se muestran los resultados obtenidos con relación si las ordenes de compras son atendidas en el momento requerido, en donde se obtuvo que los encuestados están en desacuerdo con un porcentaje del 67.31%. Por otro lado, el 32.69% se encuentran de acuerdo con la afirmación.

**Tabla 11** Considero importante que antes de realizar el inventario en el almacén del cliente se deben tener actualizado los registros de inventarios.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	1	1.92%
De acuerdo	14	26.92%
Totalmente de acuerdo	37	71.15%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 11** Considero importante que antes de realizar el inventario en el almacén del cliente se deben tener actualizado los registros de inventarios

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11 y figura 11 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si es importante que antes de realizar el inventario en el almacén del cliente se deben tener actualizado los registros de inventarios, en donde se obtuvo que más del 50% de encuestados están de acuerdo con la afirmación y el 1.92% se muestra indiferente.

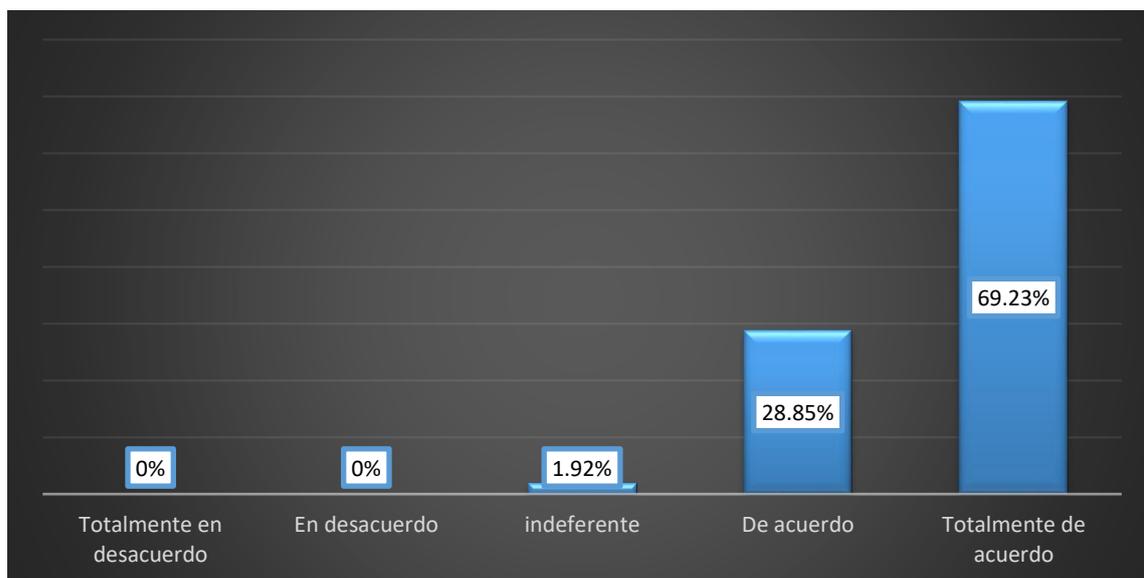
**Tabla 12** *Considero importante la coordinación previa a la visita con el cliente antes de realizar el inventario.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	1	1.92%
De acuerdo	15	28.85%
Totalmente de acuerdo	36	69.23%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 12** Considero importante la coordinación previa a la visita con el cliente antes de realizar el inventario.

En la tabla 12 y figura 12 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si es importante la coordinación previa a la visita con el cliente antes de realizar el inventario, en donde se obtuvo que más del 50% de encuestados están de acuerdo con la afirmación y el 1.92% se muestra indiferente.

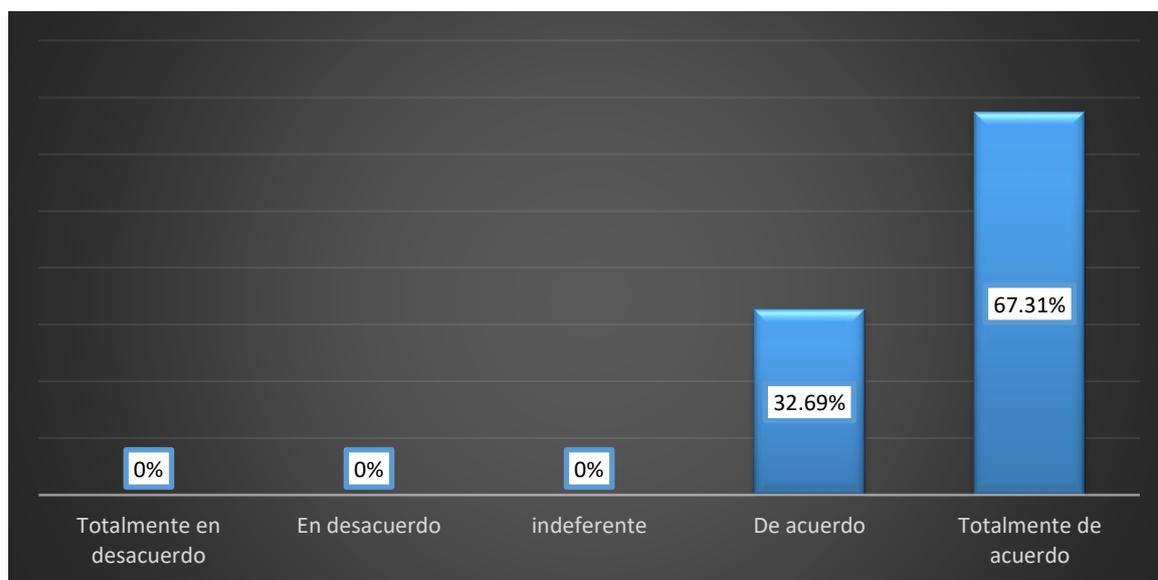
**Tabla 13** Considera importante que durante el inventario se realice un adecuado conteo de los productos en almacén.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	17	32.69%
Totalmente de acuerdo	35	67.31%
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 13** Considera importante que durante el inventario se realice un adecuado conteo de los productos en almacén.

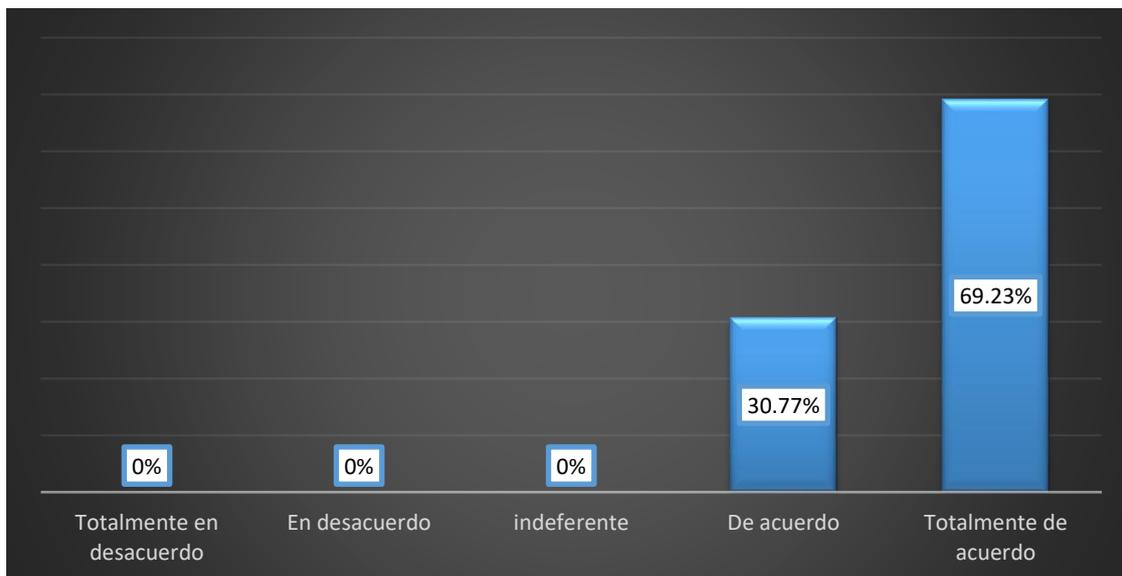
En la tabla 13 y figura 13 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si es importante que durante el inventario se realice un adecuado conteo de los productos en el almacén, en donde se obtuvo que más del 50% de encuestados están de acuerdo con la afirmación.

**Tabla 14** Considera que los productos con cajas rotas y en mal estado sean apartados del inventario con la finalidad de reponerlos.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	16	30.77%
Totalmente de acuerdo	36	69.23%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 14** Considera que los productos con cajas rotas y en mal estado sean apartados del inventario con la finalidad de reponerlos.

**Fuente: Elaboración propia**

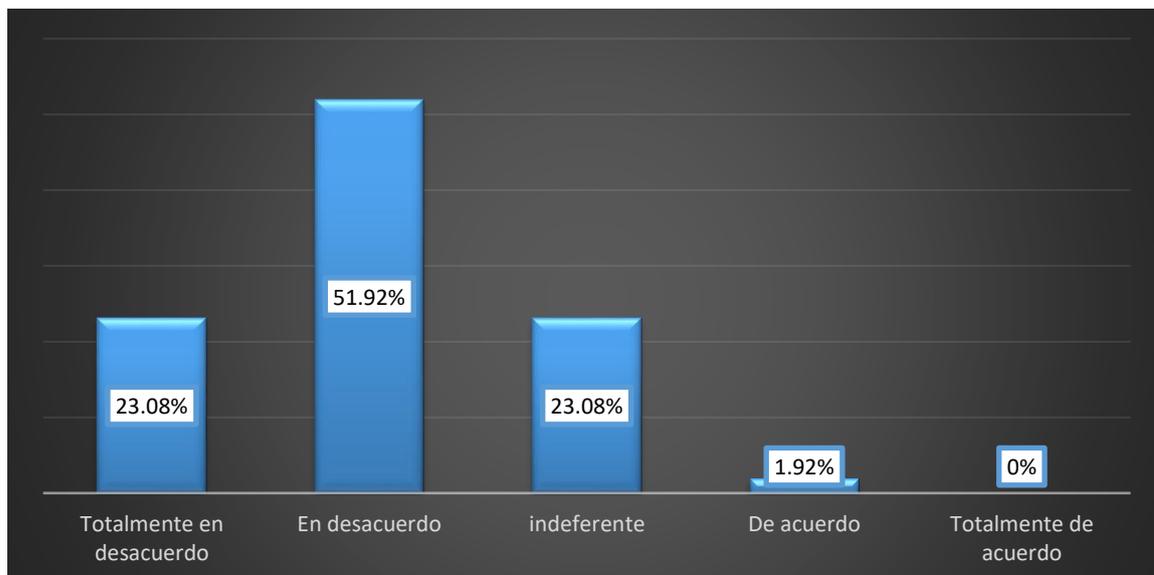
En la tabla 14 y figura 14 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si los productos con cajas rotas y en mal estado deben ser apartados del inventario con la finalidad de reponerlos, en donde se obtuvo que el 30.77% se muestran de acuerdo y el 69.23 se muestran totalmente de acuerdo con la afirmación. Lo que podemos decir es que los clientes se encuentran de acuerdo que los productos con cajas rotas se aparten al momento del inventario con la finalidad de reponerlos.

**Tabla 15** Con frecuencia se realiza un informe detallado del conteo de inventario a cada cliente.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	12	23.08%
En desacuerdo	27	51.92%
Indiferente	12	23.08%
De acuerdo	1	1.92%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 15** Con frecuencia se realiza un informe detallado del conteo de inventario a cada cliente.

**Fuente: Elaboración propia**

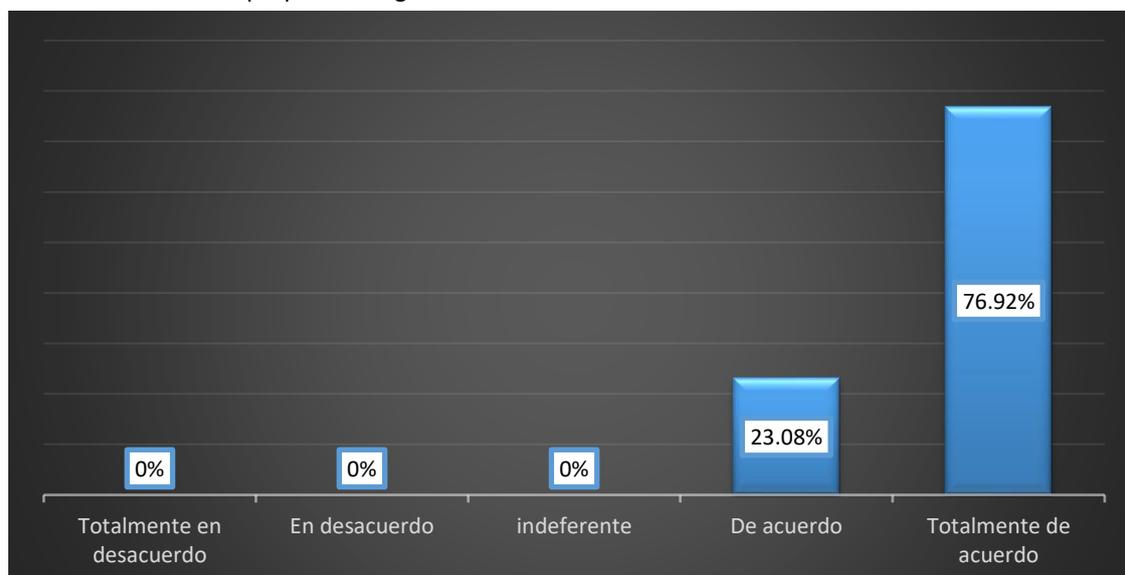
En la tabla 15 y figura 15, se muestran los resultados obtenidos en referencia a que si se realiza un informe detallado del conteo de inventario a cada cliente en donde se obtuvo como resultados que más del 50% están en desacuerdo y 1.92% se muestra indiferente con la afirmación.

**Tabla 16** Después de cada inventario, se debe realizar un cruce del formato anterior con el nuevo inventario y de esta manera encontrar las diferencias.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	12	23.08%
Totalmente de acuerdo	40	76.92%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 16** Después de cada inventario, se debe realizar un cruce del formato anterior con el nuevo inventario y de esta manera encontrar las diferencias.

**Fuente: Elaboración propia**

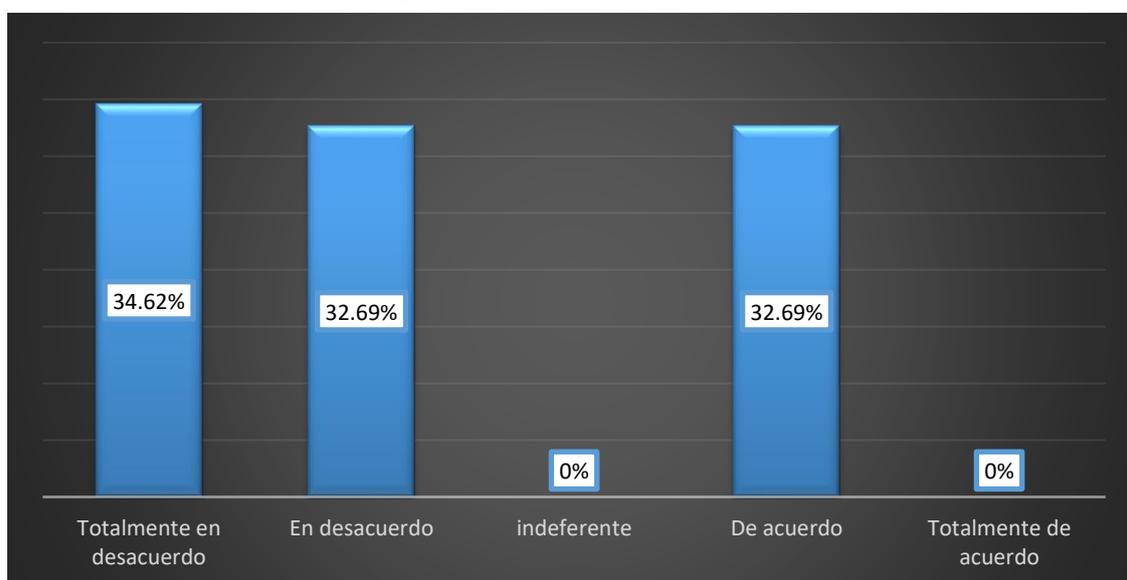
En la tabla 16 y figura 16 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si después de cada inventario se debe realizar un cruce del formato anterior con el nuevo inventario y de esta manera encontrar las diferencias, en donde se obtuvo que el 23.08% se muestra de acuerdo y el 76.92% se muestra totalmente de acuerdo con la afirmación.

**Tabla 17** Considera usted que el servicio que se le brinda cumple con sus necesidades.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	18	34.62%
En desacuerdo	17	32.69%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	17	32.69%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 17** Considera usted que el servicio que se le brinda cumple con sus necesidades.

**Fuente: Elaboración propia**

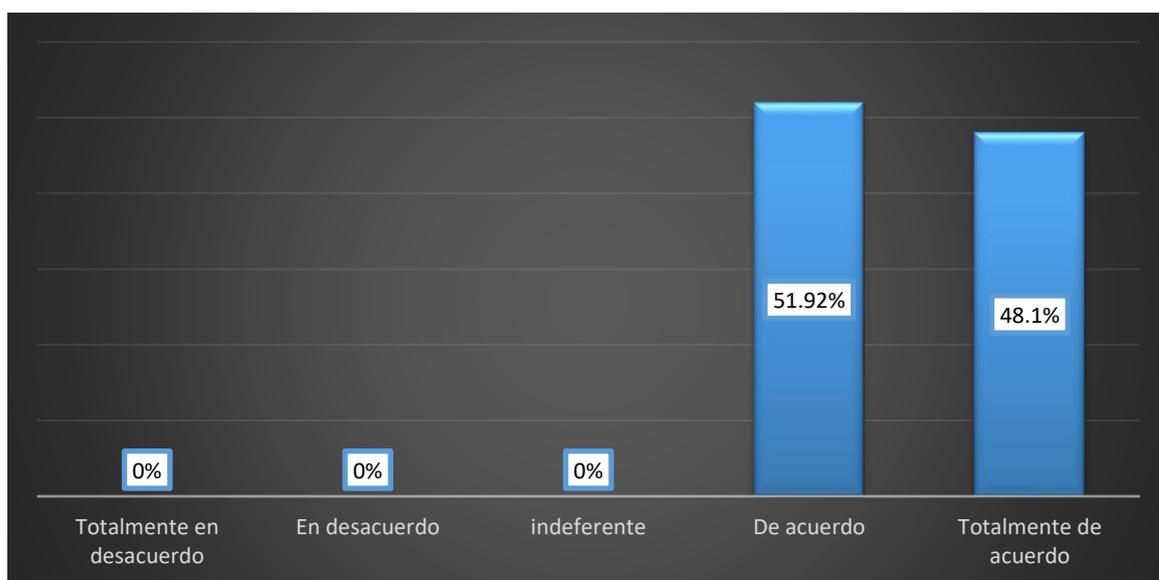
En la tabla 17 y figura 17, se muestran los resultados obtenidos en referencia si el servicio que se le brinda cumple con sus necesidades en donde se obtuvo como resultados que más del 50% están en desacuerdo y por otro lado el 32.69% están de acuerdo con la afirmación.

**Tabla 18** Considera usted que los precios brindados por la empresa están de acorde al mercado.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	27	51.92%
Totalmente de acuerdo	25	48.1%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 18** Considera usted que los precios brindados por la empresa están de acorde al mercado.

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 18 y figura 18 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si los precios brindados por la empresa están de acorde al mercado, en donde se obtuvo que el 51.92% de encuestados están de acuerdo y el

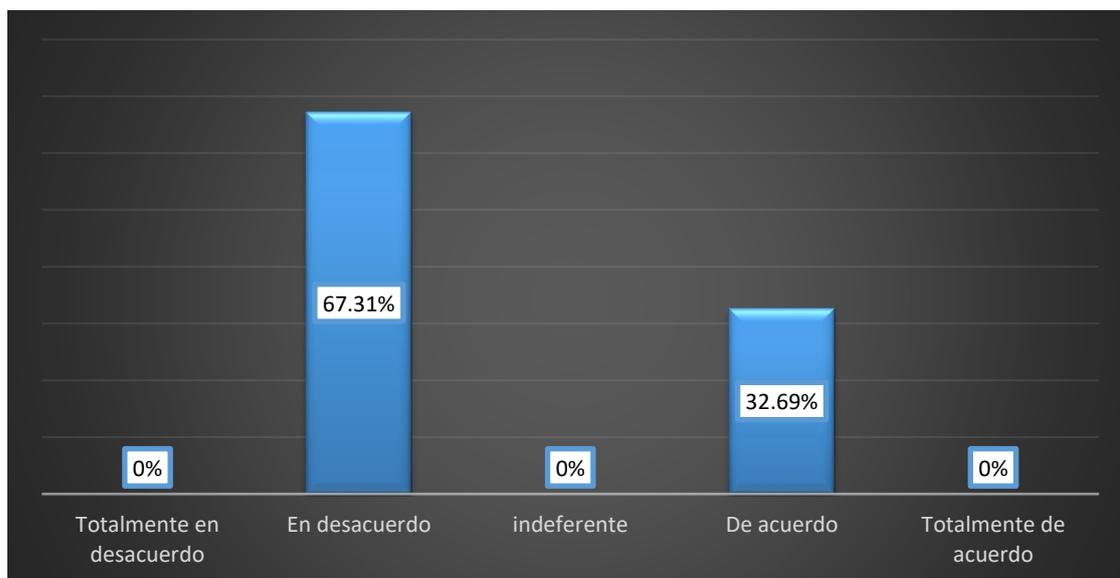
48.1% totalmente de acuerdo; indicando así que el 100% de los encuestados están de acuerdo con lo señalado en el enunciado.

**Tabla 19** *Me siento conforme con el desempeño del personal de la empresa Bionicare al brindarme un buen servicio.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	35	67.31%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	17	32.69%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 19** *Me siento conforme con el desempeño del personal de la empresa Bionicare al brindarme un buen servicio.*

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 19 y figura 19 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si se siente conforme con el desempeño del personal de

la empresa al brindarle un buen servicio, en donde se obtuvo que el 67.31% de encuestados están en desacuerdo con la afirmación. Por otro lado, el 32.69% se muestran de acuerdo. Esto quiere decir que los clientes están insatisfechos con el personal de la empresa Bionicare.

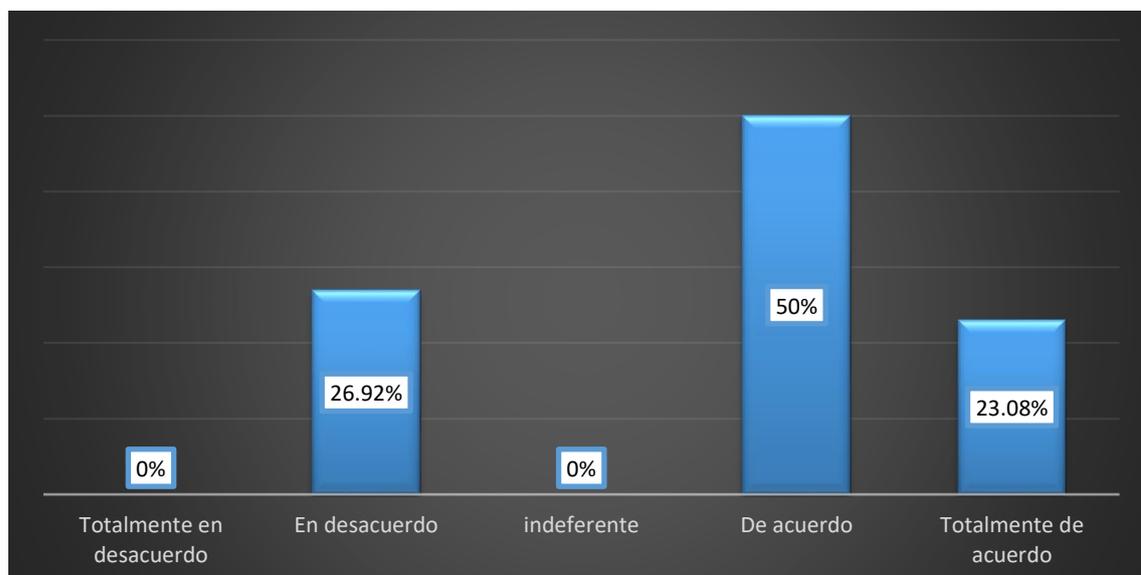
**Tabla 20** *Considera usted que después de una atención de orden de compra, usted seguiría adquiriendo nuestro producto.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	14	26.92%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	26	50%
Totalmente de acuerdo	12	23.08%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 20** *Considera usted que después de una atención de orden de compra, usted seguiría adquiriendo nuestro producto.*

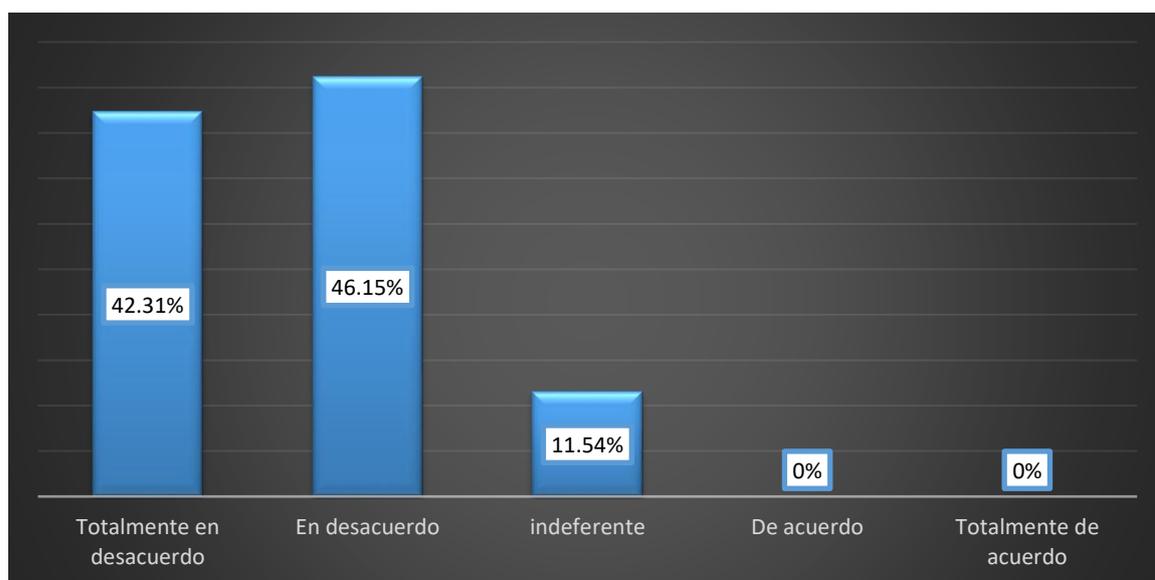
En la tabla 20 y figura 20 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si después de una atención de orden de compra, el cliente seguiría adquiriendo el producto en donde se obtuvo que más del 50% de encuestados si seguirían adquiriendo nuestro producto. Por lo contrario, el 26.92% se muestran en desacuerdo con la afirmación.

**Tabla 21** Considera usted que la empresa atiende sus sugerencias y/o reclamos en busca de ofrecer un mejor servicio.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	22	42.31%
En desacuerdo	24	46.15%
Indiferente	6	11.54%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 21** Considera usted que la empresa atiende sus sugerencias y/o reclamos en busca de ofrecer un mejor servicio.

**Fuente: Elaboración propia**

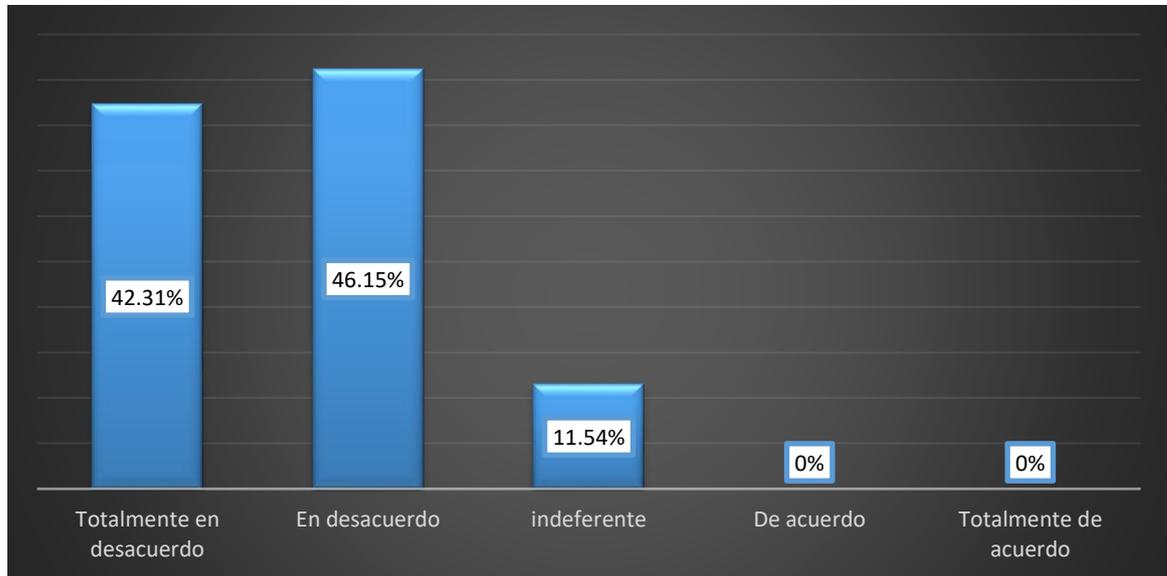
En la tabla 21 y figura 21 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la empresa atiende sus sugerencias y/o reclamos en busca de ofrecer un mejor servicio en donde se obtuvo que el 42.31% se muestra totalmente en desacuerdo y un 46.15% se muestran en desacuerdo. Por otro lado, el 11.54% se muestra indiferente lo que nos lleva a comentar que la empresa no atiende las sugerencias y reclamos de los clientes.

**Tabla 22** *Con frecuencia la empresa resuelve las dudas e inquietudes de los clientes referentes al servicio y producto brindado.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	22	42.31%
En desacuerdo	24	46.15%
Indiferente	6	11.54%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



*Figura 22 Con frecuencia la empresa resuelve las dudas e inquietudes de los clientes referentes al servicio y producto brindado.*

**Fuente: Elaboración propia**

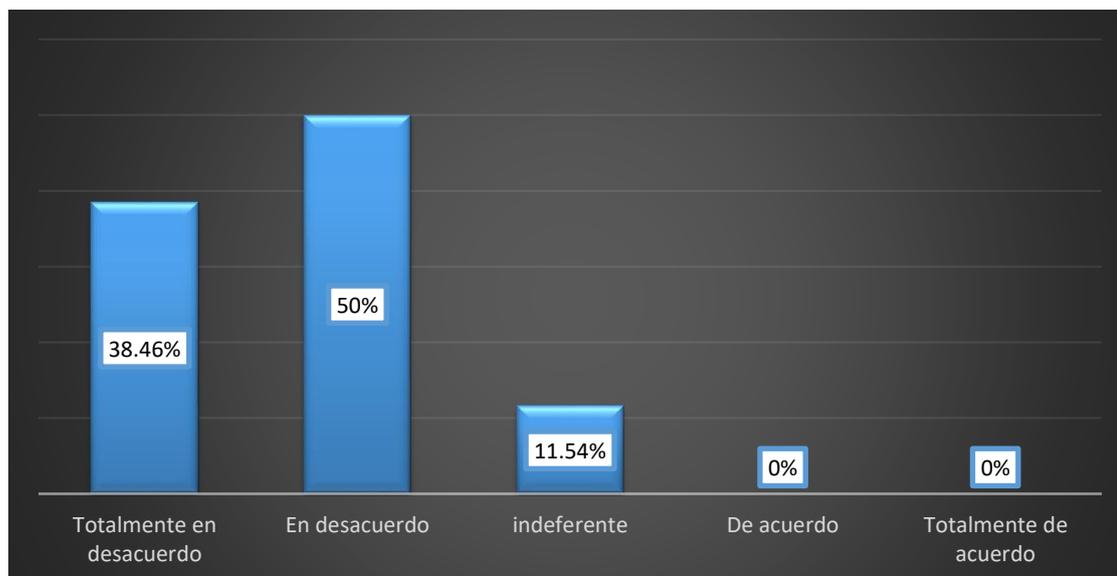
En la tabla 22 y figura 22 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la empresa resuelve las dudas e inquietudes de los clientes referentes al servicio y producto brindado. Donde se obtuvo que el 42.31% se muestra totalmente en desacuerdo, 46.15% se muestra en desacuerdo y por otro lado el 11.54% se muestra indiferente con la afirmación. Podemos decir que la empresa no resuelve las dudas e inquietudes de los clientes.

**Tabla 23** El servicio post venta que cuenta la empresa es el adecuado.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	20	38.46%
En desacuerdo	26	50%
Indiferente	6	11.54%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 23** El servicio post venta que cuenta la empresa es el adecuado.

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 23 y figura 23 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la empresa presenta un servicio post venta adecuado

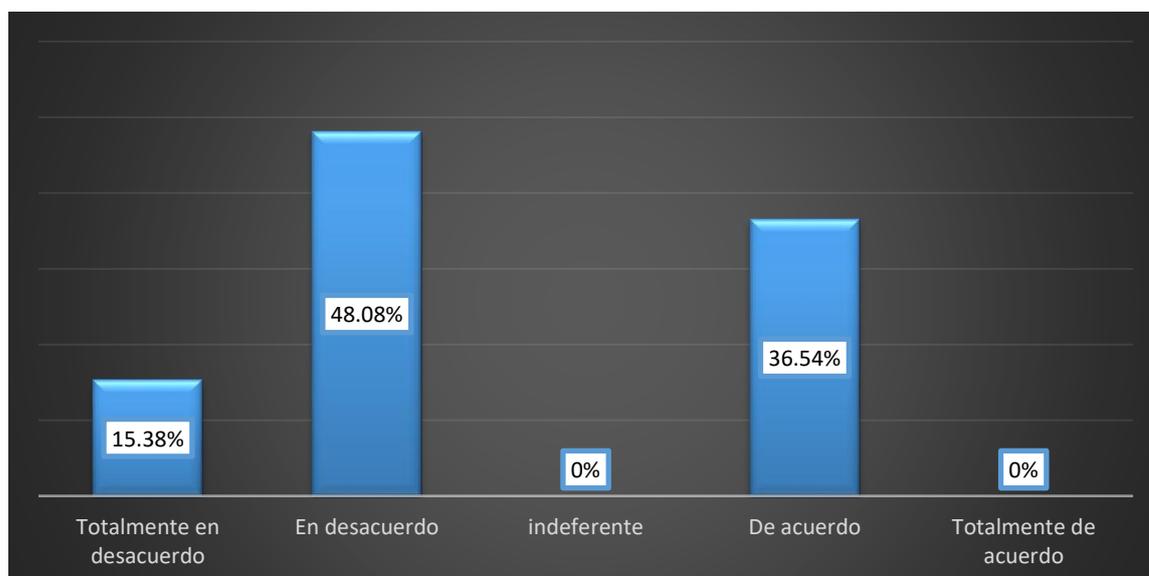
en donde se obtuvo más del 50% de encuestados se encuentran en desacuerdo y el 11.54 se muestra indiferente con el enunciado. Esto quiere decir que la empresa no cuenta con un buen servicio post venta.

**Tabla 24** La información sobre el estado de su orden de compra que le brinda la empresa es confiable.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	8	15.38%
En desacuerdo	25	48.08%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	19	36.54%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 24** La información sobre el estado de su orden de compra que le brinda la empresa es confiable.

**Fuente: Elaboración propia**

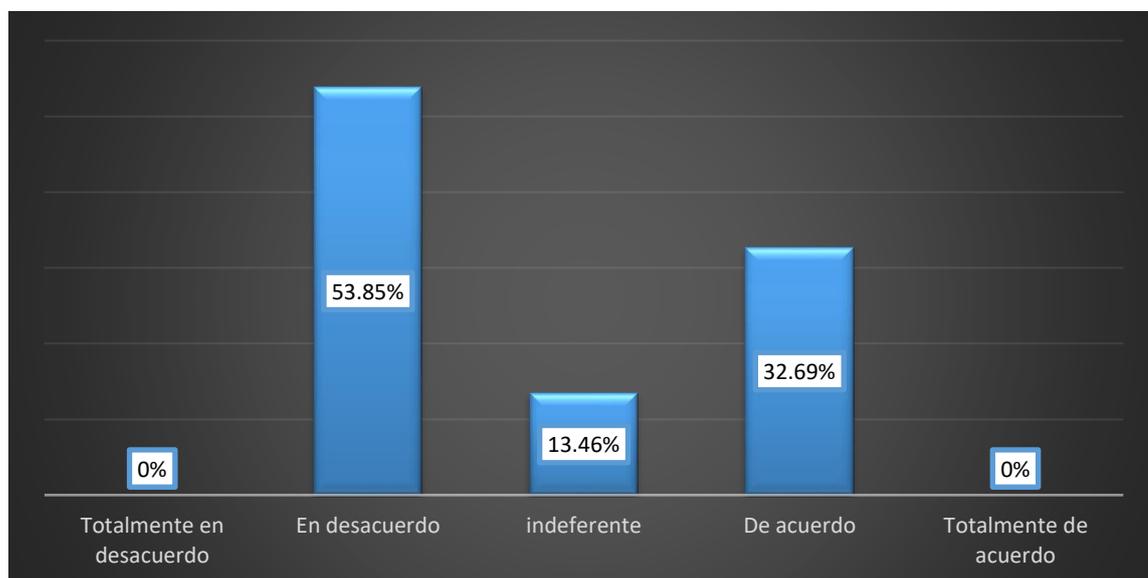
En la tabla 24 y figura 24 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la información que brinda la empresa sobre el estado de la orden de compra es confiable en donde se obtuvo que el 15.38% se muestra totalmente en desacuerdo, el 48.08% se muestra en desacuerdo. Por otro lado, el 36.54% de encuestados se encuentran de acuerdo con el enunciado. Esto nos dice que los clientes están insatisfechos con el estado de su orden de compra y que la empresa Bionicare no es confiable con la información que les brinda.

**Tabla 25** *Considera usted que existe una relación de confianza entre el cliente y la empresa.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	28	53.85%
Indiferente	7	13.46%
De acuerdo	17	32.69%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 25** Considera usted que existe una relación de confianza entre el cliente y la empresa.

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 25 y figura 25 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si existe una relación de confianza con la empresa en donde se obtuvo que el 53.85% se encuentra en desacuerdo, el 32.69% está de acuerdo. Por otro lado, el 13.46% se muestra indiferente con la afirmación. Podemos decir que no existe una relación de confianza entre la empresa y el cliente.

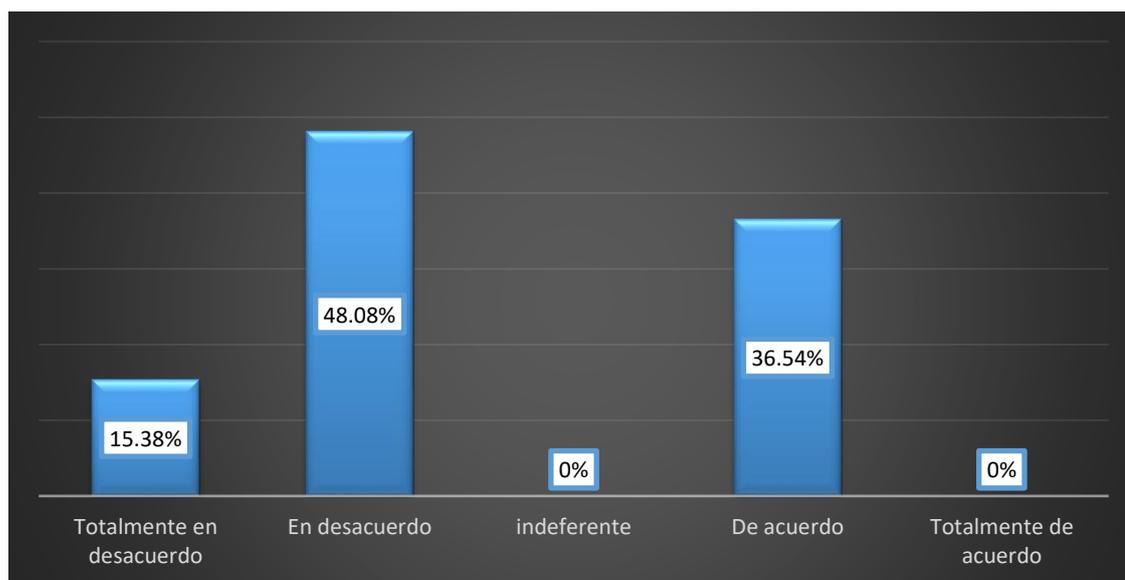
**Tabla 26** Valoro la seguridad que la empresa Bionicare me brinda al ser atendido.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	8	15.38%
En desacuerdo	25	48.08%

Indiferente	0	0%
De acuerdo	19	36.54%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 26** Valoro la seguridad que la empresa Bionicare me brinda al ser atendido

**Fuente: Elaboración propia**

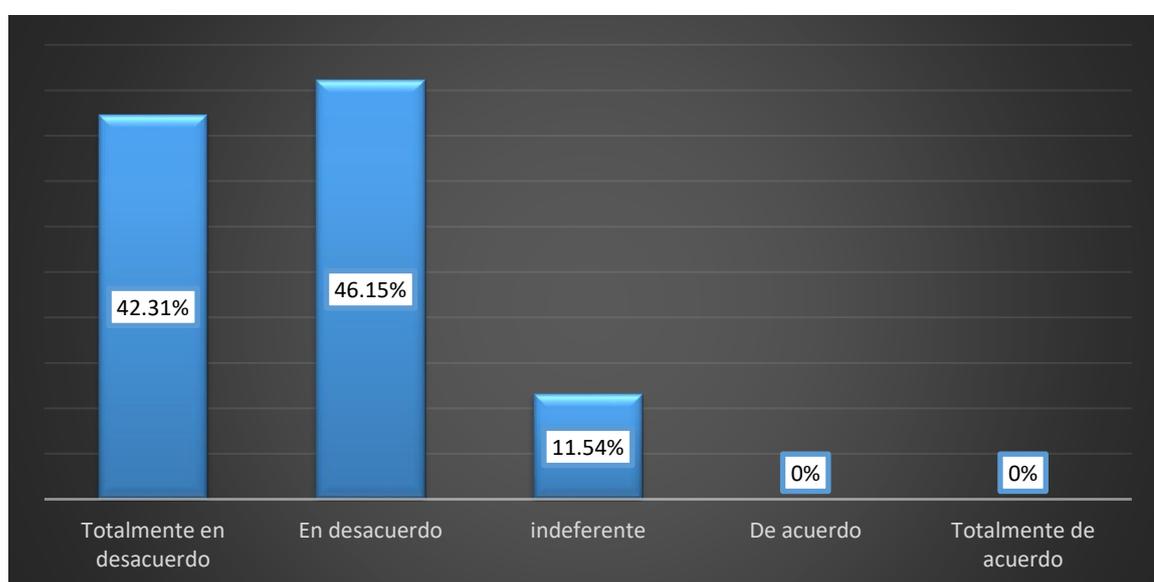
En la tabla 26 y figura 26 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si valora la seguridad que la empresa le brinda al ser atendido en donde más del 50% de encuestados se encuentran en desacuerdo y el 36.54% se muestra de acuerdo. Se puede decir que la empresa no brinda al cliente la seguridad necesaria al ser atendido.

**Tabla 27** Considero que la empresa muestra una comunicación transparente con los clientes.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	22	42.31%
En desacuerdo	24	46.15%
Indiferente	6	11.54%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 27** Considero que la empresa muestra una comunicación transparente con los clientes.

**Fuente: Elaboración propia**

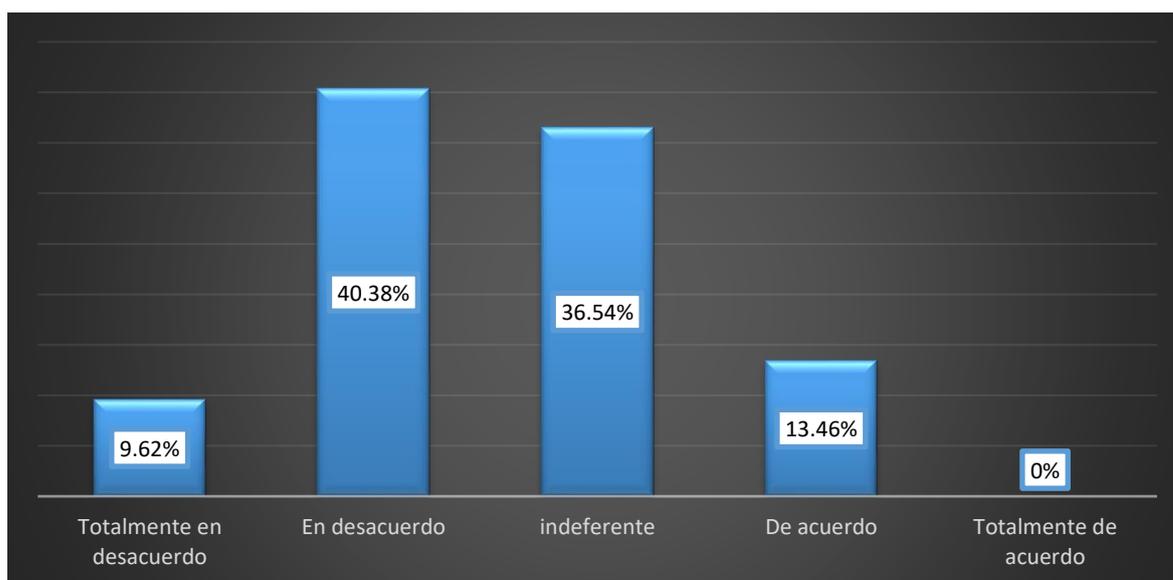
En la tabla 27 y figura 27 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la empresa muestra una comunicación transparente con los clientes en donde más del 50% de encuestados están en desacuerdo con el enunciado y el 11.54% se muestra indiferente. Esto quiere decir que la empresa no presenta una comunicación transparente con los clientes.

**Tabla 28** Considero que la empresa mantiene una comunicación apropiada ante cualquier hecho o problema.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	5	9.62%
En desacuerdo	21	40.38%
Indiferente	19	36.54%
De acuerdo	7	13.46%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 28** Considero que la empresa mantiene una comunicación apropiada ante cualquier hecho o problema.

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 28 y figura 28 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si la empresa mantiene una comunicación apropiada ante cualquier hecho o problema. Donde se obtuvo que el 40.38% se muestra en desacuerdo, el 36.54% se muestra indiferente y el 13.46% se encuentra de acuerdo. Se puede decir

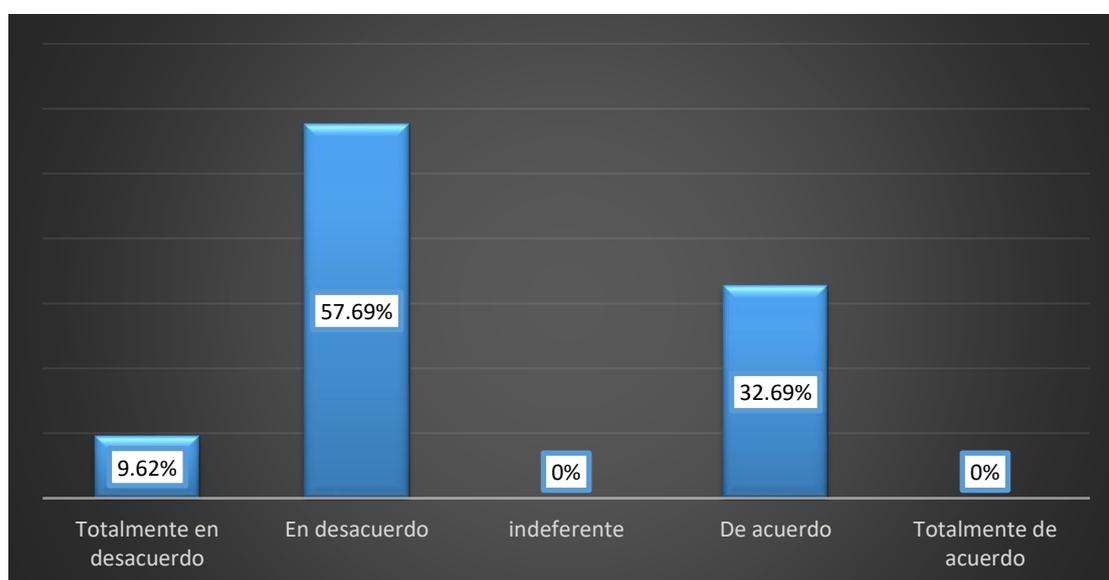
que la empresa no mantiene una comunicación apropiada con los clientes ante cualquier hecho o problema.

**Tabla 29** *Está satisfecho con el servicio brindado.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	5	9.62%
En desacuerdo	30	57.69%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	17	32.69%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 29** *Está satisfecho con el servicio brindado.*

**Fuente: Elaboración propia**

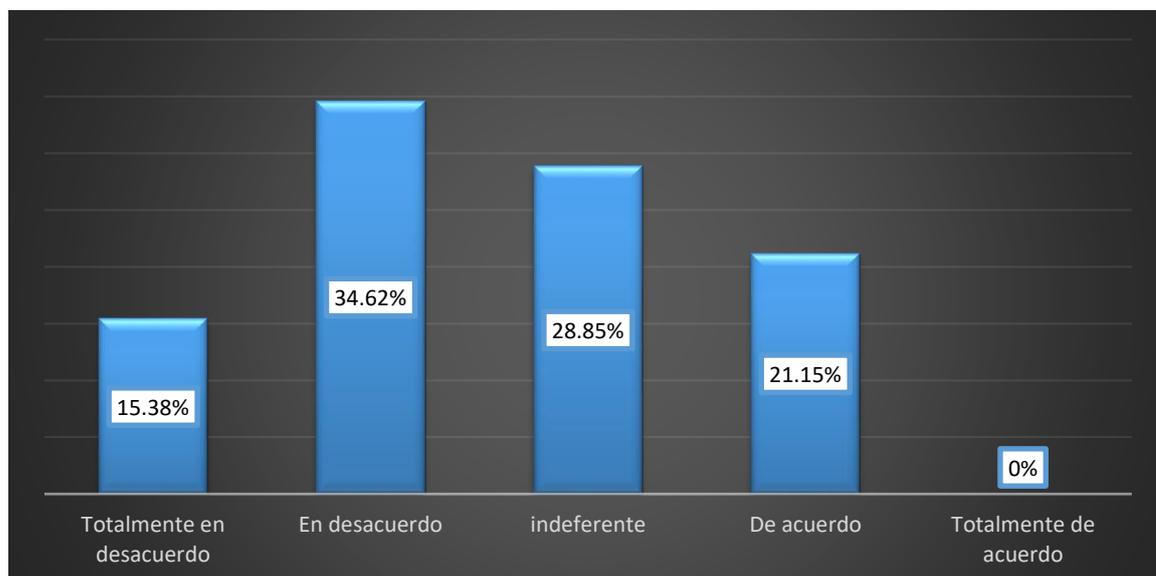
En la tabla 29 y figura 29 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si se encuentran satisfechos con el servicio brindado en donde se obtuvo que el 57.69 se muestra en desacuerdo, el 9.62% totalmente en desacuerdo y el 32.69% se muestra de acuerdo con el enunciado. Se puede decir que más del 50% de clientes están insatisfecho con el servicio que brinda la empresa Bionicare.

*Tabla 30 Considera usted que la atención recibida por la empresa satisface sus expectativas.*

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	8	15.38%
En desacuerdo	18	34.62%
Indiferente	15	28.85%
De acuerdo	11	21.15%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 30** Considera usted que la atención recibida por la empresa satisface sus expectativas.

**Fuente: Elaboración propia**

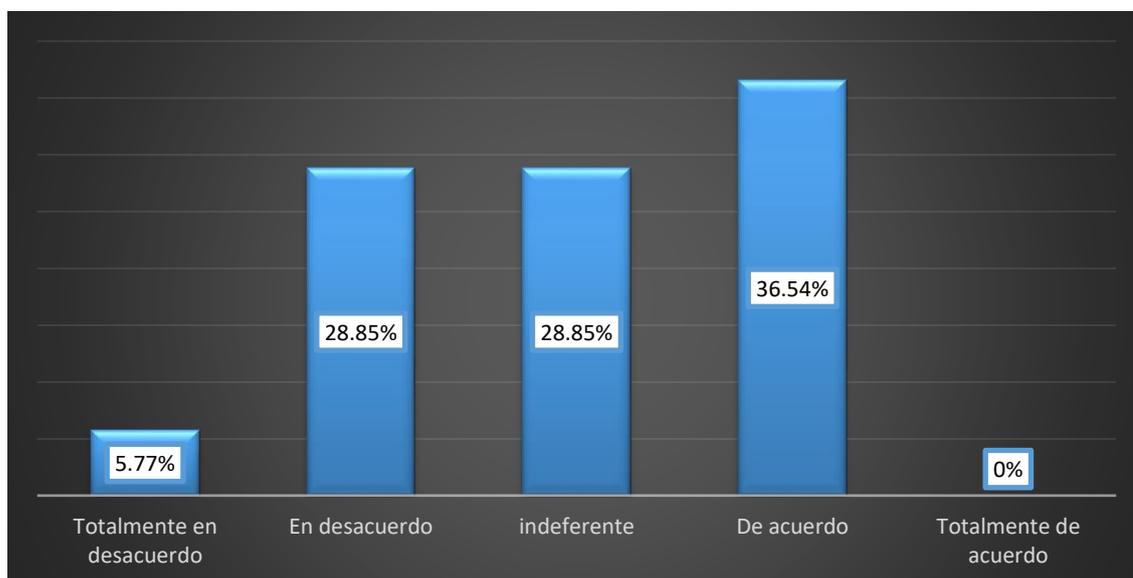
En la tabla 30 y figura 30 podemos observar los resultados obtenidos en referencia a la percepción de los clientes sobre si consideran que la atención recibida satisface sus expectativas en donde se obtuvo que el 50% de encuestados se encuentran en desacuerdo con el enunciado, el 28.85% se muestra indiferente y el 21.15% están de acuerdo.

**Tabla 31** Considero que la empresa construye relaciones a largo plazo con sus clientes.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	3	5.77%
En desacuerdo	15	28.85%
Indiferente	15	28.85%
De acuerdo	19	36.54%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 31** Considero que la empresa construye relaciones a largo plazo con sus clientes

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 31 y figura 31 podemos observar los resultados obtenidos en referencia si la empresa construye relaciones a largo plazo con sus clientes en donde se obtuvo que el 34,62 se muestra en desacuerdo, el 36.54% está de acuerdo y el resto se muestra indiferente. Se puede decir que la empresa no construye relaciones a largo plazo con sus clientes.

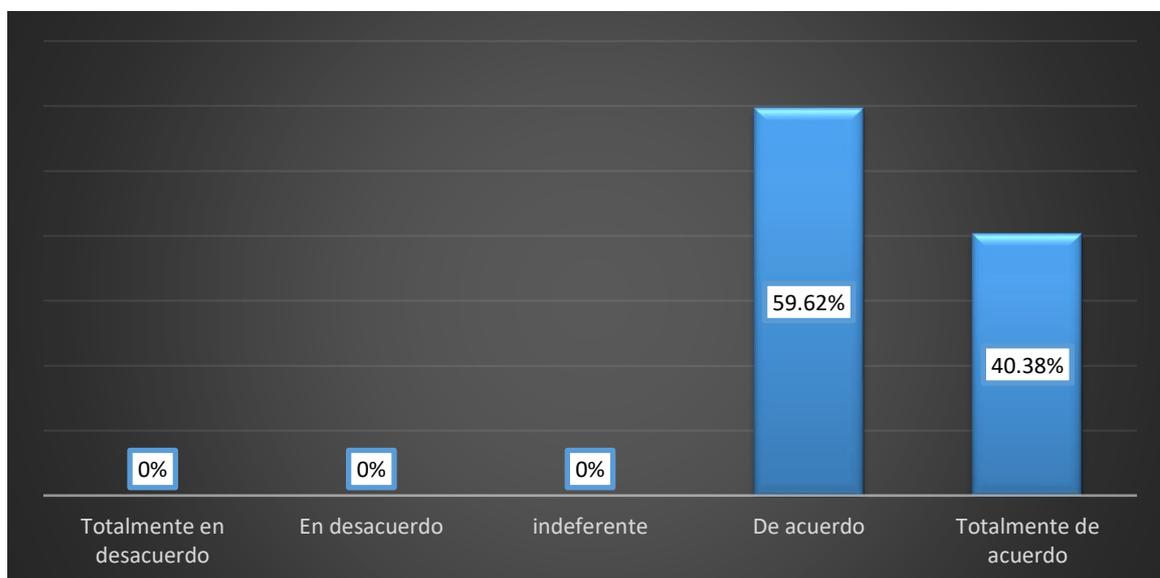
**Tabla 32** Con frecuencia recomendaría los productos que ofrece la empresa Bionicare.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	31	59.62%
Totalmente de acuerdo	21	40.38%

Total	52	100.00%
-------	----	---------

Fuente: Elaboración propia

Datos obtenidos de la propia investigación



**Figura 32** Con frecuencia recomendaría los productos que ofrece la empresa Bionicare.

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 32 y figura 32 podemos observar los resultados obtenidos en referencia si los clientes recomendarían los productos que ofrece la empresa Bionicare en donde se obtuvo que el 59.62% está de acuerdo y el 40.38% se encuentra totalmente de acuerdo. Esto quiere decir que los clientes si recomendarían los productos de la empresa a amistades, familiares, etc.

## 5.2. Análisis de resultados

Para contrastar la hipótesis general y las hipótesis específicas 1,2,3 se recolecto información con las encuestas que constó de 32 preguntas, de las cuales 16 pertenecen a la variable independiente (Gestión de inventarios) y 16 a la variable dependiente (Satisfacción del cliente).

Luego de obtener el resultado de las encuestas, se realizó la prueba estadística Chi-cuadrado de Pearson para el cruce de las preguntas de la variable independiente y de la variable dependiente en las cuales analizamos  $16 \times 16 = 256$  contrastes o tablas de contingencia.

### 5.2.1. Prueba de hipótesis general

#### **HIPÓTESIS PLANTEADA:**

La gestión de inventarios incide significativamente en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020.

#### **HIPÓTESIS NULA:**

La gestión de inventarios no incide significativamente en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020.

*Tabla 33 Chi- Cuadrado Dimensiones: Gestión de inventarios \* Satisfacción del cliente*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28.02005	4	0.00001
N caso válidos	52		

**Fuente: Elaboración propia**

**Datos obtenidos de la propia investigación**

**Análisis:** De acuerdo con la hipótesis planteada el valor del chi cuadrado es 0.00 con 4 grados de libertad, como este valor es menor a 0,05 existe razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, la gestión de inventarios incide significativamente en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020.

### 5.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

#### **HIPÓTESIS PLANTEADA:**

La planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

#### **HIPÓTESIS NULA:**

La planificación de los inventarios no incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

*Tabla 34 Chi- Cuadrado Dimensiones: Planificación de los inventarios \* Satisfacción del cliente.*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16.15434	2	0.00031
N caso válidos	52		

**Fuente: Elaboración propia**

**Datos obtenidos de la propia investigación**

**Análisis:** De acuerdo con la hipótesis planteada el valor del chi cuadrado es 0.00 con 2 grados de libertad, como este valor es menor a 0,05 existe razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, la planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

### 5.2.3. Prueba de hipótesis específica 2

#### **HIPÓTESIS PLANTEADA:**

El control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

**HIPÓTESIS NULA:**

El control de inventarios no incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

*Tabla 35 Chi- Cuadrado Dimensiones: Control de inventarios \* Satisfacción del cliente.*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28.02005	4	0.00001
N caso válidos	52		

**Fuente: Elaboración propia**

**Datos obtenidos de la propia investigación**

**Análisis:** De acuerdo con la hipótesis planteada el valor del chi cuadrado es 0.00 con tanto 4 grados de libertad, como este valor es menor a 0,05 existe razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, el control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

#### **5.2.4. Prueba de hipótesis específica 3**

**HIPÓTESIS PLANTEADA:**

La organización del inventario incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

**HIPÓTESIS NULA:**

La organización del inventario no incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

**Tabla 36** Chi- Cuadrado Dimensiones: Organización el inventario \* Satisfacción del cliente.

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13.51005	2	0.00117
N caso válidos	52		

**Fuente: Elaboración propia**

**Datos obtenidos de la propia investigación**

**Análisis:** De acuerdo con la hipótesis planteada el valor del chi cuadrado es 0.00 con tanto 4 grados de libertad, como este valor es menor a 0,05 existe razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, la organización del inventario incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.

### 5.3. Discusión de los resultados

Para esta investigación se estudió 2 variables, la variable independiente “gestión de inventarios” y la variable dependiente” satisfacción del cliente” en la empresa Bionicare S.A.C en el año 2020.

El objetivo general fue demostrar la relación que hay entre la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente. Los resultados que se obtuvieron fueron que si se acepta la hipótesis donde afirmamos que hay una incidencia entre la variable gestión de inventarios y satisfacción del cliente. De acuerdo a lo mencionado por el autor (Zapata Cortes, 2014) en las bases teóricas podemos afirmar que se ratifica con mi estudio en una forma positiva, ya que nos menciona que hoy en día las pymes están en constante desarrollo y actualización con la finalidad de garantizar a los clientes la continuidad operativa de

comercialización, asegurando la atención oportuna de las ordenes de compras solicitadas en los plazos proyectados.

Esto quiere decir que la empresa debe tener una buena planificación de sus importaciones (compras) para que de esta manera el cliente pueda sentirse satisfecho. Dichos resultados obtenidos en la encuesta tienen coherencia con lo mencionado por el autor, dado que los clientes manifiestan que la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente guardan una relación directa; por consiguiente, si tenemos una excelente gestión de inventario incrementaría las ventas debido a la buena satisfacción y fiabilidad con los clientes.

El primer objetivo específico fue demostrar la relación entre la planificación de los inventarios y la satisfacción del cliente. Los resultados que se obtuvieron fueron que si se acepta la hipótesis donde afirmamos que hay una incidencia entre la variable planificación de inventarios y satisfacción del cliente. De acuerdo a las bases teóricas de la investigación en donde el autor (Calimeri, 1976), ratifica que mediante un sistema eficiente de registros inventaríales permitirá tener una rigurosa planificación de los inventarios con el resultado de mejorar las atenciones de las órdenes de compra.

Además, según los resultados obtenidos en la encuesta los clientes están de acuerdo con implementar un sistema en donde ellos puedan verificar cual es el stock actual, stock faltante y el estado de su orden de compra. De esta manera el cliente estará satisfecho con el servicio y mantendrá comprándonos más productos.

El segundo objetivo específico fue demostrar la relación entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente. Los resultados que se obtuvieron fueron que si se acepta la hipótesis donde afirmamos que hay una incidencia entre la variable control de inventarios y satisfacción del cliente. De acuerdo con los antecedentes internacionales demostrado en la tesis de (Guevara Diaz, 2019) se ratifica con mi estudio ya que hemos llegado a la

misma conclusión de que mediante un sistema tecnológico te permitirá obtener reportes actualizados de los inventarios y de esta forma tener un mejor control de ellos para el aprovisionamiento adecuado.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, los encuestados están de acuerdo con la implementación de un sistema ya que nos va a permitir obtener un reporte real de la entradas y salidas para un buen aprovisionamiento de los productos y así los clientes sientan que la ordenes de compras son atendidas en el momento requerido.

El tercer objetivo específico fue demostrar la relación entre la organización de los inventarios y satisfacción del cliente. Los resultados que se obtuvieron fueron que si se acepta la hipótesis donde afirmamos que hay una incidencia entre la variable gestión de inventarios y satisfacción del cliente. De acuerdo con los antecedentes internacionales en la tesis de (Gonzales Pulido , 2020) se ratifica con mi estudio ya que hemos llegado a la misma conclusión de que es indispensable tener revisiones continuas en los almacenes de los clientes para una buena organización de los inventarios ya que esto permitirá tener un informe detallado del conteo de los inventarios.

## CAPÍTULO VI

### 6.1. Conclusiones

1. De acuerdo con la investigación realizada a la empresa Bionicare S.A.C, podemos concluir que si hay relación directa y existe una correlación positiva alta entre ambas variables (gestión de inventarios y satisfacción del cliente), con un nivel de significancia del 0.0000123. Esto significa que los indicadores trabajados y medidos en la investigación nos ayudará a encontrar mayor aceptación de los clientes y permitirá a la empresa tener un mejor flujo de las importaciones (compras internacionales) y no obtener perdidas.
2. Con relación a la primera hipótesis, según los datos estadísticos en donde el nivel de significancia es menor a 0.05 podemos concluir que la planificación de los inventarios incide en la satisfacción del cliente. Es por ello, que la empresa necesita contar con herramientas de planificación para un mejor control de inventarios y de esta manera no mantener en espera al cliente con sus solicitudes de compra.
3. Como resultado de la segunda hipótesis, se concluye que el control de inventarios incide en la satisfacción del cliente es así que a través de los indicadores medidos en la investigación podemos decir que el cliente se sentirá satisfecho siempre y cuando mantenga un adecuado control en sus entradas/salidas de inventarios y aprovisionamiento a tiempo para sus ventas en farmacia.
4. Se concluye que la organización del inventario incide en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare S.A.C. lo que significaría que hay oportunidades de mejoras por

realizar con el orden del inventario en los almacenes de los clientes antes, durante y después del conteo.

## **6.2. Recomendaciones**

1. Se recomienda llevar la gestión de inventarios a través de la planificación, control y organización de los inventarios en la empresa Bionicare S.A.C.
2. Se recomienda implementar un sistema eficiente y tecnológico el cual permita brindarle al cliente un seguimiento de sus órdenes de compra. Esto quiere decir que el cliente podrá ingresar con su usuario y contraseña al sistema y con su RO (Routing Order), poder ver el seguimiento de su solicitud. Además, mediante este sistema la empresa podrá recibir reportes reales de los inventarios (FIFO) y tener un mejor control.
3. Se recomienda supervisar los movimientos de los inventarios en consignación en cada almacén de farmacia cada cierre de mes ya que esto permitirá saber si hubo una rotación de los productos y se debe iniciar el proceso de reposición.
4. Para una mejor organización del inventario se recomienda realizar visitas quincenales a los clientes en el almacén de farmacia y clasificar los productos por frecuencia de rotación de inventario con la finalidad de tener un mejor reporte del conteo físico del inventario.
5. Se recomienda realizar una buena planificación de los inventarios para garantizar un nivel óptimo, esto quiere decir que no haya exceso o falta de productos para atender las ordenes de compras.

6. Se recomienda que la empresa tenga actualizados los registros de ventas mensualmente ya que esto permitirá planificar las nuevas importaciones y de esta manera poder atender las ordenes de compras de nuestros clientes en el tiempo indicado.
7. Para una mejor satisfacción del cliente se recomienda poner más énfasis en el servicio, brindando un servicio personalizado al cliente para que de esta manera sientan que estamos cumpliendo con sus necesidades y expectativas.
8. Se recomienda que el personal de ventas tenga contacto constante con el cliente, esto quiere decir, visitarlos una vez al mes para generar fidelidad y poder tener un feedback del servicio que le brindamos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arenal Laza, C. (2020). *Gestión de inventarios: UF0476*. Logroño (La Rioja), España: Tutor Formación. Recuperado el 14 de junio de 2020, de [https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/126745?fs\\_q=gestion\\_\\_de\\_\\_inventarios\\_\\_&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/126745?fs_q=gestion__de__inventarios__&prev=fs)
- Aristizabal Castañeda, R., Bernabé Esquerre, J. R., & Cano Álvarez, N. (2019). *Propuesta de mejora en la gestión de inventarios de los procesos vinculados a las compras internacionales, para reducir los inventarios de lento movimiento (Tesis de maestría)*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS. Recuperado el 06 de junio de 2020, de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626356/Aristizabal\\_CR.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626356/Aristizabal_CR.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Ballou, R. (2004). *Logística Administración de la cadena de suministro* (Vol. 5ta edición). México: Pearson Educación. Recuperado el 16 de junio de 2020, de <https://books.google.com.mx/books?id=ii5xqLQ5VLgC&printsec=frontcover&dq=administracion+de+la+cadena+de+suministro#v=onepage&q&f=false>
- Bravo, J. (2007). *Compras e inventarios*. (M. Publishing, Ed.) Madrid, España: Diaz de Santos. Recuperado el 17 de junio de 2020, de [https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/52926?fs\\_q=inventarios&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/52926?fs_q=inventarios&prev=fs)
- Caldera Morillo, E., Pirela Morillo, J., & Ortega, E. (17 de mayo de 2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. Recuperado el 12 de agosto de 2020, de <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/36462>
- Calimeri, M. (1976). *Organización del Almacén*. Barcelona: Hispano Europea 5ta edición. Recuperado el 20 de julio de 2020
- Castaño Muñoz, I. L., & Paz Murillo, L. M. (2019). *Propuesta para gestión de inventarios en supermercados ubicados en el valle de Cauca (Tesis de Pregrado)*. FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM, Santiago de Cali - Colombia. Recuperado el 4 de junio de 2020, de [https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/1817/PROPUESTA\\_PARA\\_GESTI%C3%93N\\_DE\\_INVENTARIOS\\_EN\\_SUPERMERCADOS\\_UBICADOS\\_EN\\_EL\\_VALLE\\_DEL\\_CAUCA.pdf?sequence=1](https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/1817/PROPUESTA_PARA_GESTI%C3%93N_DE_INVENTARIOS_EN_SUPERMERCADOS_UBICADOS_EN_EL_VALLE_DEL_CAUCA.pdf?sequence=1)
- Cruz Fernandez, A. (2017). *Gestión de inventarios. UF0476*. Málaga , España: IC Editorial. Recuperado el 14 de junio de 2020, de [https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/59186?fs\\_q=gestion\\_\\_de\\_\\_inventarios&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/59186?fs_q=gestion__de__inventarios&prev=fs)
- Gonzales Pulido , A. M. (2020). *Gestión y organización de inventarios de la bodega Requip S.A.S (Tesis de pregrado)*. Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali - Colombia. Recuperado el 3 de junio de 2020, de <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/12269/5/T09133.pdf>

- Guerrero Salas, H. (2009). *Control de inventarios*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado el 17 de junio de 2020, de [https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/69078?fs\\_q=inventarios&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/69078?fs_q=inventarios&prev=fs)
- Guevara Diaz, D. O. (2019). *Sistema de gestión de inventario basado en la teoría de inventarios y control de producción utilizando tecnología QR, para mejorar la gestión del inventario en la empresa Ecovive S.A.C (Tesis de pregrado)*. UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO, Chiclayo - Lima. Recuperado el 4 de junio de 2020, de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2363/1/TL\\_GuevaraDiazDarwin.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2363/1/TL_GuevaraDiazDarwin.pdf)
- Herrera Benavides, C. A. (2020). *Propuesta de un sistema de gestión de inventarios en un local comercial de Quito (Tesis de Pregrado)*. Universidad de las Americas, Quito - Ecuador. Recuperado el 3 de junio de 2020, de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/11997>
- Huaman Pisco, G., & Jara Espinoza, N. (2019). *Gestión de Almacén para incrementar la Satisfacción del Cliente en una empresa ferretera Ate (Tesis de pregrado)*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Recuperado el 15 de junio de 2020, de <https://core.ac.uk/reader/304693416>
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación. Recuperado el 18 de junio de 2020, de <https://books.google.com.pe/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA144&dq=philip+kotler+satisfaccion+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjkrrahupHqAhXkHbkGHWCqAWgQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q=philip%20kotler%20satisfaccion%20del%20cliente&f=false>
- Mateo Guerra, M. F., & Salirrosas Zegarra, L. C. (2015). *Propuesta de mejora en la gestión de inventarios en el almacén de una empresa comercializadora de productos del rubro industrial (Tesis de pregrado)*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, Lima. Recuperado el 6 de junio de 2020, de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/593357/PROPUESTA%20DE%20MEJORA%20EN%20LA%20GESTI%20N%20DE%20INVENTARIOS%20EN%20EL%20ALMAC%20N%20DE%20UNA%20EMPRESA%20COMERCIALIZADORA%20DE%20PRODUCTOS%20DEL%20RUBRO%20IND~1.pdf?sequence=>
- Mora García, L. (2012). *Indicadores de la gestión logística*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado el 17 de junio de 2020, de [https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/69065?fs\\_q=indicadores\\_\\_de\\_\\_inventarios\\_\\_&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/69065?fs_q=indicadores__de__inventarios__&prev=fs)
- Muñoz Valenzuela, H. (2011). *Propuesta de gestión de inventarios de materias (Titulo de pregrado)*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, Lima, Lima. Recuperado el 15 de junio de 2020, de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/273407/HMu%C3%B1oz.pdf?sequence=1>

- Novastock. (s.f.). Organización del inventario. Recuperado el 23 de julio de 2020, de <https://www.novastock.es/inventario/Organizacion-del-inventario.html>
- Ñahuirima Tica, Y. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de andahuaylas, provincia de andahuaylas, región apurímac, 2015*. Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas-Perú. Recuperado el 10 de agosto de 2020, de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/240>
- Paucar LLaja, E. (2017). *Propuesta de implementación del modelo de clasificación ABC para la mejora de la gestión de inventario en la empresa Yikanomi contratistas generales S.A.C*. Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma, Lima. Recuperado el 05 de julio de 2020, de [http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1643/T030\\_46217436T.pdf?sequence=1](http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1643/T030_46217436T.pdf?sequence=1)
- Philip, K., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Educación. Recuperado el 2020 de Septiembre de 29, de <https://docer.com.ar/doc/x888c0>
- Philip, K., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Education 14 edición. Recuperado el 1 de agosto de 2020, de <http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Pierri, K. (2009). *Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para una empresa mecánica*. tesis de pregrado, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala. Recuperado el 20 de junio de 2020, de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_2107\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_2107_IN.pdf)
- Prats Darder, P. (2011). *Métodos para medir la satisfacción del cliente*. Génova, España: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. Recuperado el 17 de junio de 2020, de [https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/53565?fs\\_q=satisfacci%C3%B3n\\_\\_del\\_\\_cliente&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/53565?fs_q=satisfacci%C3%B3n__del__cliente&prev=fs)
- Rau, J. (2010). *Evaluación agregada: una innovación en la gestión de inventarios en una empresa de alimentos de consumo masivo*. Eighth Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology LACCEI. Recuperado el 18 de junio de 2020, de [http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/Papers/Papers\\_pdf/IE052\\_Rau.pdf](http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/Papers/Papers_pdf/IE052_Rau.pdf)
- Thompson, I. (Julio de 2006). La satisfacción del cliente. *La satisfacción del cliente*. Recuperado el 17 de junio de 2020, de [https://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion\\_del\\_Cliente.pdf](https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf)
- Zapata Cortes, J. (2014). *Fundamentos de la gestión de inventarios*. Medellín, Colombia: Centro Editorial Esumer. Recuperado el 14 de junio de 2020, de <https://www.academia.edu/36587620/Fundamentosdelagestiondeinventarios?auto=download>

## APÉNDICE A: Matriz de Consistencia

### TITULO: GESTION DE INVENTARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p style="text-align: center;"><b>GENERAL</b></p> <p>¿De qué manera la gestión de inventarios influye en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020?</p> <p style="text-align: center;"><b>SECUNDARIOS</b></p> <p>¿De qué manera la planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC?</p> <p>¿De qué forma el control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC?</p> <p>¿De qué forma la organización de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC?</p>	<p style="text-align: center;"><b>GENERAL</b></p> <p>Demostrar que la gestión de inventarios mejorará la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020.</p> <p style="text-align: center;"><b>ESPECÍFICAS</b></p> <p>Demostrar que la planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p> <p>Determinar que el control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p> <p>Comprobar que la organización de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC</p>	<p style="text-align: center;"><b>GENERAL</b></p> <p>La gestión de inventarios incidirá significativamente en la satisfacción del cliente en la empresa Bionicare SAC en el año 2020.</p> <p style="text-align: center;"><b>ESPECÍFICAS</b></p> <p>La planificación de los inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p> <p>El control de inventarios incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p> <p>La organización del inventario incidirá en la satisfacción del cliente de la empresa Bionicare SAC.</p>	<p style="text-align: center;"><b>VARIABLE INDEPENDIENTE (X)</b></p> <p style="text-align: center;">GESTION DE INVENTARIOS</p> <p style="text-align: center;"><b>VARIABLE DEPENDIENTE (Y)</b></p> <p style="text-align: center;">SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</p>	<p style="text-align: center;">Planificación de los inventarios</p> <p style="text-align: center;">Control de Inventarios</p> <p style="text-align: center;">Organización del inventario</p> <p style="text-align: center;">Rendimiento percibido por el cliente</p> <p style="text-align: center;">Transparencia</p> <p style="text-align: center;">Expectativas</p>	<p>-Plan de seguimiento</p> <p>-Movimiento de inventario</p> <p>-Clasificación de los inventarios</p> <p>-Entradas y salidas de inventarios</p> <p>-Aprovisionamiento de los inventarios</p> <p>-Antes del inventario</p> <p>-Durante el inventario</p> <p>-Después del inventario</p> <p>-Grado del precio y servicio</p> <p>-Recomendaciones, permanencia o recompra</p> <p>-Post venta</p> <p>-Grado de veracidad</p> <p>-Confianza</p> <p>-Comprensión de la comunicación</p> <p>-Experiencias de las atenciones anteriores</p> <p>-Opiniones de amistades, familiares, etc.</p>



**APÉNDICE B: Encuesta de Investigación**

Puesto: ..... Edad: ..... Sexo: ..... Centro de labor: .....

En cada una de las preguntas siguientes, marque con un aspa el número que mejor se adecúe a su opinión sobre el asunto en cuestión.

Está garantizada la confidencialidad para evitar suspicacias de cualquier tipo

Totalmente de acuerdo: 5; De Acuerdo: 4; Indiferente: 3; En Desacuerdo: 2; Totalmente en Desacuerdo: 1

Preguntas	Escala de importancia				
	1	2	3	4	5
1. Considero que el área de logística de la empresa presenta un plan de seguimiento de los inventarios mediante revisiones periódicas de las órdenes de compras.					
2. Considero que la empresa supervisa los movimientos de los productos en consignación en almacén de farmacia de cada clínica/hospital/ortopedia.					
3. Considera usted que la empresa Bionicare cuenta con un sistema eficiente y actualizado que permita saber el movimiento del inventario.					
4. Considera usted que la empresa mantiene sus productos codificados por tallas, series y segmentos al momento de realizar la entrega en farmacia.					
5. Considera que una adecuada clasificación de los inventarios permitirá una mejor atención de las órdenes de compras completas.					
6. Considero que por parte de la empresa Bionicare, la categorización de los productos permitirá una mejor satisfacción de las necesidades de los clientes.					

7. Considera usted que un sistema de control de inventario es el adecuado para realizar una buena gestión.					
8. Considera usted que la actualización de los inventarios se debe realizar cuando ocurre una entrada y salida del producto.					
9. Considera usted que la empresa presenta un adecuado proceso de aprovisionamiento para atender en su totalidad las ordenes de compras solicitadas.					
10. Considera usted que las ordenes de compras son atendidas en el momento requerido.					
11. Considero importante que antes de realizar el inventario en el almacén del cliente se deben tener actualizado los registros de inventarios.					
12. Considero importante la coordinación previa a la visita con el cliente antes de realizar el inventario.					
13. Considera importante que durante el inventario se realice un adecuado conteo de los productos en almacén.					
14. Considera que los productos con cajas rotas y en mal estado sean apartados del inventario con la finalidad de reponerlos.					
15. Con frecuencia se realiza un informe detallado del conteo de inventario a cada cliente.					
16. Después de cada inventario, se debe realizar un cruce del formato anterior con el nuevo inventario y de esta manera encontrar las diferencias.					
17. Considera usted que el servicio que se le brinda cumple con sus necesidades.					

18. Considera usted que los precios brindados por la empresa están de acorde al mercado.					
19. Me siento conforme con el desempeño del personal de la empresa Bionicare al brindarme un buen servicio.					
20. Considera usted que después de una atención de orden de compra, usted seguiría adquiriendo nuestro producto.					
21. Considera usted que la empresa atiende sus sugerencias y/o reclamos en busca de ofrecer un mejor servicio.					
22. Con frecuencia la empresa resuelve las dudas e inquietudes de los clientes referentes al servicio y producto brindado.					
23. El servicio post venta que cuenta la empresa es el adecuado.					
24. La información sobre el estado de su orden de compra que le brinda la empresa es confiable.					
25. Considera usted que existe una relación de confianza entre el cliente y la empresa.					
26. Valoro la seguridad que la empresa Bionicare me brinda al ser atendido.					
27. Considero que la empresa muestra una comunicación transparente con los clientes.					
28. Considero que la empresa mantiene una comunicación apropiada ante cualquier hecho o problema.					
29. Está satisfecho con el servicio brindado.					

30. Considera usted que la atención recibida por la empresa satisface sus expectativas.					
31. Considero que la empresa construye relaciones a largo plazo con sus clientes.					
32. Con frecuencia recomendaría los productos que ofrece la empresa Bionicare.					