

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Administración y Sistemas



UPLA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

TESIS

**Gestión de inventarios y calidad de servicio en un
restaurante, del distrito de Miraflores, Lima Metropolitana-
2020**

Para Optar : Título Profesional de Licenciado en Administración

Autores : Bach. Aleman Donaire, Edison Smith
Bach. Collantes Zelaya, Jean Carlos

Asesor : Dr. Sánchez Soto, Juan Manuel

Línea de Investigación
Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y
Culminación : 27.04.2022 – 26.04.2023

Huancayo – Perú

2023

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
TESIS

GESTIÓN DE INVENTARIOS Y CALIDAD DE SERVICIO
EN UN RESTAURANTE, DEL DISTRITO DE MIRAFLORES,
LIMA METROPOLITANA-2020

PRESENTADA POR:

Bachiller Aleman Donaire, Edison Smith
Bachiller Collantes Zelaya, Jean Carlos

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

Licenciado en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

DECANO : DR. VÁSQUEZ VÁSQUEZ WILBER GONZALO

PRIMER MIEMBRO : MG.

SEGUNDO MIEMBRO : _____
MTRO.

TERCER MIEMBRO : _____
LIC.

Huancayo,de.....del 2023

**GESTIÓN DE INVENTARIOS Y CALIDAD DE
SERVICIO EN UN RESTAURANTE DEL DISTRITO DE
MIRAFLORES, LIMA METROPOLITANA-2020**

ASESOR
DR. JUAN MANUEL SÁNCHEZ SOTO

DEDICATORIA

A Dios ya que nos has permitido haber llegado hasta este momento tan fundamental de nuestra formación profesional.

A nuestros queridos padres por ser nuestros pilares más importantes, ya que sacrificaron mucho de sus vidas para que nosotros pudiéramos construir la nuestra y no saben lo eternamente agradecidos que nos encontramos.

A nuestros hermanos por demostrarnos su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones, siempre estamos unidos.

Edison y Jean

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Peruana Los Andes, por coadyuvar en nuestro desarrollo profesional y personal, de igual forma a los docentes que nos transmitieron sus conocimientos.

A nuestro asesor de tesis y al área de Grados y Títulos de la facultad de ciencias Administrativas y contables por su patrocinio en el procedimiento rumbo a la Licenciatura.

Edison Aleman Donaire.

Jean Collantes Zelaya.

Facultad de
Ciencias Administrativas
y ContablesDirección de la
Unidad de Investigación - FCAC*"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"*

CONSTANCIA DE ÍNDICE SIMILITUD (EXPEDITO SEGÚN ART. 8.4)

El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables deja:

CONSTANCIA

Que, Los bachilleres: **ALEMÁN DONAIRE EDISON SMITH** y **COLLANTES ZELAYA JEAN CARLOS**; de la escuela profesional de Administración y Sistemas, han presentado su informe final de Tesis titulado: **"GESTIÓN DE INVENTARIOS Y CALIDAD DE SERVICIO EN UN RESTAURANTE, DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, LIMA METROPOLITANA- 2020"**, originalidad en el **SOFTWARE TURNITIN** obteniendo el **Porcentaje** de similitud de **26%**, el cual se encuentra dentro del porcentaje permitido. Se expide el presente, para efectos de continuar con los tramites concernientes a la obtención de su título profesional.

Huancayo, 7 de noviembre del 2022

Dr. Armando Juan Adauto Ávila
Director de Unidad de Investigación
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CONTENIDO

CONTENIDO	vii
CONTENIDO DE TABLA	x
CONTENIDO DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
CAPÍTULO I:	16
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	16
1.2. Delimitación del problema	17
1.2.1. Delimitación espacial	17
1.2.2. Delimitación temporal	17
1.2.3. Delimitación conceptual.....	17
1.3. Formulación del problema.....	18
1.3.1. Problema general	18
1.3.2. Problemas específicos.....	18
1.4. Justificación.....	18
1.4.1. Justificación social.....	18
1.4.2. Justificación teórica	19
1.4.3. Justificación metodológica	19
1.5. Objetivos.....	19
1.5.1. Objetivo general	19
1.5.2. Objetivos específicos.....	19
CAPÍTULO II:.....	21

2.1. Antecedentes.....	21
2.1.1 Antecedentes nacionales.....	21
2.1.2. Antecedentes internacionales	23
2.2. Bases teóricas	25
2.2.1. Inventario.....	25
2.2.2. Gestión de inventario.....	25
2.2.3. Objetivo e importancia de la gestión de inventarios.....	27
2.2.4. Dimensión gestión de inventario	29
2.2.5. Calidad de Servicio.....	32
2.2.6. Dimensión de la calidad de servicio	36
2.3. Marco Conceptual.....	40
CAPÍTULO III:	44
3.1. Hipótesis General	44
3.2. Hipótesis Específica	44
3.3. Variables.....	44
3.3.1. Variable X: Gestión de inventario	44
3.3.2. Variable Y: Calidad de servicio.....	45
CAPÍTULO IV:	48
METODOLOGÍA.....	48
4.1. Método de investigación.....	48
4.2. Tipo de investigación.....	48
4.3. Nivel de investigación	48
4.4. Diseño de la investigación	49
4.5. Población y muestra.....	50
4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	51
4.6.1. Técnicas de recolección de datos.....	51

4.6.2. Instrumentos de recolección de datos.....	51
4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	52
4.8. Aspectos éticos de la investigación.....	54
CAPÍTULO V:.....	55
RESULTADOS.....	55
5.1. Descripción de los resultados.....	55
5.2. Contraste de hipótesis.....	63
5.2.1. Prueba de Normalidad.....	63
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	71
CONCLUSIONES.....	74
RECOMENDACIONES.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
ANEXOS.....	84
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	84
Anexo 2. Matriz de Operacionalización de las variables.....	86
Anexo 4. Instrumento de recolección de datos.....	88
Anexo 5. Confiabilidad y validez.....	91
Anexo 6. Data de procesamiento de datos.....	98
Anexo 7. Consentimiento informado.....	99

CONTENIDO DE TABLA

Tabla 1 <i>Operacionalización de las variables</i>	46
Tabla 2 <i>Nivel de confiabilidad</i>	52
Tabla 3 <i>Confiabilidad</i>	53
Tabla 4 <i>Coefficiente de correlación de Spearman</i>	53
Tabla 5 <i>Variable X “Gestión de inventario”</i>	55
Tabla 6 <i>Dimensión X1 “Demanda”</i>	56
Tabla 7 <i>Dimensión X2 “Costos”</i>	57
Tabla 8 <i>Dimensión X3 “Plazos”</i>	58
Tabla 9 <i>Variable Y “Calidad de servicio”</i>	59
Tabla 10 <i>Dimensión Y1 “Fiabilidad”</i>	60
Tabla 11 <i>Dimensión Y2 “Capacidad de respuesta”</i>	61
Tabla 12 <i>Dimensión Y3 “Aspecto tangible”</i>	62
Tabla 13 <i>Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables Gestión de inventarios y Calidad de servicios</i>	63
Tabla 14 <i>Correlación entre la variables X” Gestión de inventarios” y Y” Calidad de servicios”</i>	64
Tabla 15 <i>Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables Gestión de inventario y Fiabilidad</i>	65
Tabla 16 <i>Correlación entre la variable “Gestión de inventarios” y la dimensión Y1 “Fiabilidad”</i>	66
Tabla 17 <i>Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables Gestión de inventarios y Capacidad de respuesta</i>	67
Tabla 18 <i>Correlación entre la variable “Gestión de inventarios” y la dimensión Y2 “Capacidad de respuesta”</i>	68
Tabla 19 <i>Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables Gestión de inventarios y Aspectos tangible</i>	69
Tabla 20 <i>Correlación entre la variable “Gestión de inventarios” y la dimensión Y3 “Aspecto tangible”</i>	70

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1. <i>Clasificación de la gestión de inventario</i>	28
Figura 2. <i>Modelo cibernético de control de calidad</i>	34
Figura 3. <i>Modelo del nivel de investigación</i>	49
Figura 4. <i>Porcentaje de la variable X “Gestión de inventario”</i>	55
Figura 5. <i>Porcentaje de la dimensión X1 “Demanda”</i>	56
Figura 6. <i>Porcentaje de la dimensión X2 “Costos”</i>	57
Figura 7. <i>Porcentaje de la dimensión X3 “Plazos”</i>	58
Figura 8. <i>Porcentaje de la variable Y “Calidad de servicio”</i>	59
Figura 9. <i>Porcentaje de la dimensión Y1 “Fiabilidad”</i>	60
Figura 10. <i>Porcentaje de la dimensión Y2 “Capacidad de respuesta”</i>	61
Figura 11. <i>Porcentaje de la dimensión Y3 “Aspecto tangible”</i>	62

RESUMEN

La siguiente investigación Gestión de inventarios y calidad de servicio en un restaurante, del distrito de Miraflores, Lima Metropolitana-2020 tuvo como objetivo, determinar de qué manera la gestión de inventario se relaciona con la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020. Empleando como metodología un diseño transversal y nivel correlacional, siendo la investigación de tipo básica cuantitativa utilizando como técnica la encuesta y de instrumento el cuestionario, este se aplicó a una muestra de 20 empleados, una vez aplicado el instrumento se procedió a realizar la prueba de estadística descriptiva e inferencial que fueron procesados mediante el SPSS 25 donde arrojó un nivel de confiabilidad del instrumento de 0.773, considerado altamente confiable. En los resultados de la prueba de Rho de Spearman, se denotó una significancia de 0.000, corroborando que existe vinculación entre la gestión de inventarios y la calidad de servicio, también el coeficiente de correlación fue de 0.903, reflejando una relación positiva, lo cual concluye que cuanto mayor gestión de inventarios o mejor será la calidad de servicio del restaurante.

Palabras clave: gestión de inventarios, calidad de servicio

ABSTRACT

The following research Inventory management and quality of service in a restaurant, in the district of Miraflores, Metropolitan Lima-2020 had the objective of determining how inventory management is related to the quality of service in a restaurant in the district of Miraflores- Lima Metropolitana, 2020. Using a cross-sectional design and correlational level as a methodology, the research being of a basic quantitative type using the survey as a technique and the questionnaire as an instrument, this was applied to a sample of 20 employees, once the instrument was applied, to perform the descriptive and inferential statistics test that were processed using SPSS 25, where a reliability level of the instrument of 0.773 was considered highly reliable. In the results of the Spearman's Rho test, a significance of 0.000 was denoted, thus corroborating that there is a link between inventory management and service quality, also the correlation coefficient was 0.903, reflecting a positive relationship, which It concludes that the greater inventory management or the better the quality of service of the restaurant.

Keywords: inventory management, service quality.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los principales objetivos de las distintas cadenas de restaurantes buscan ser reconocidas dentro y fuera del territorio peruano, brindando calidad en sus productos y servicio, de esta forma se buscan clientes fieles, interesados en mejorar la confianza, la capacidad de respuesta y los talentos medibles que llenen las expectativas de los comensales. Para lograr ello realizan actividades como la gestión de inventario que, analizando las necesidades, costos de producción y tiempos de entrega de sus proveedores, podrán obtener las materias primas necesarias para preparar comidas y bebidas.

Esta investigación, por lo tanto, tiene como tema la gestión de inventario y aptitud de servicio en una empresa del cantón de Miraflores, donde se desarrolló un estudio cuantitativo utilizando como técnica el diseño descriptivo de correlación y transversal no empírico en una muestra de 20 empleados de una conocida cadena de restaurantes. El cuestionario de escala de Likert se usará como herramienta para analizar las variables de la investigación. Así mismo, se empleará técnica estadística inferencial e inferencial. La distribución de la estructura del presente está conformada de la consecutiva forma:

El Capítulo I, conformado por el planteo del problema de investigación, así como la explicación de las delimitaciones; contiene también el problema general y específico; la justificación del estudio y los objetivos. Después, el capítulo II, se compone del marco teórico, antecedentes y marco conceptual del estudio. Luego, en el capítulo III, se presentan las hipótesis del estudio, tanto generales como específicas, asimismo, las variables definidas conceptual y operacionalmente. En el capítulo IV, se localiza la metodología empleada, así como las técnicas e instrumentos para recopilar, procesar y

analizar la información. Después, en el capítulo V, se hallan los aspectos administrativos del plan de estudio; y, por último, las referencias bibliográficas y anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Hoy, los comensales no solo buscan en los restaurantes que se les brinde calidad en la comida, sino también buscan comodidad y buen servicio. De hecho, las exigencias de los clientes y cómo perciben el mercado siempre están en constante cambio y las empresas operan en un entorno cada vez más competitivo. Por lo tanto, es importante que las organizaciones competidoras desarrollen la capacidad de satisfacer estas necesidades.

Entre ellos, los establecimientos buscan que sus clientes tengan fidelidad con su espacio, y esto conlleva a realizar una pequeña competencia entre las distintas cadenas de restaurantes; por lo tanto, la lealtad es producto de muchos elementos tales como la experiencia del usuario, el reconocimiento, la asociación de marca y la calidad, el más trascendental es la experiencia del usuario, porque no hay lealtad antes de comprar y probar el producto, si es viable sin que se relacione otros factores (García, 2000).

Para lograr cumplir con la demanda, la empresa realiza actividades como la gestión de inventario puesto que al aumentar la producción conlleva que se realicen estrategias para el almacenaje, recepción en la entrega de productos a tiempo, en las cantidades solicitadas y en buenas condiciones. Si una empresa no logra los objetivos de la logística conlleva al fracaso de la empresa puesto que una mala supervisión de *stock* influye en la rentabilidad, así como un mal servicio al cliente por no cubrir las necesidades de estos.

En el restaurant motivo de estudio, en los últimos años ha tenido problemas con la calidad del servicio puesto que se han incrementado las quejas y reclamos por motivo de no contar con platos y bebidas como especifican en su carta, además que la demora en la atención es reiterativa ocasionando una disminución de asistencia de clientes. Entre las causas del problema resaltan la falta de stock en el inventario y el incremento de productos caducados por falta de control perjudicando en la imagen institucional de la organización.

Por esas razones, este estudio sostuvo en calidad de objetivo determinar la correspondencia entre la gestión de inventario y la calidad del servicio de un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020, con la intención de entender si la gestión de inventarios ha se relacionado en la mala calidad de servicio de una cadena de restaurantes reconocidas en el Perú, y de esta manera establecer nuevos requerimientos que deben emplear dichos locales.

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Delimitación espacial

La investigación se limitó a un restaurante ubicada en Miraflores, de una reconocida cadena de comida del Perú

1.2.2. Delimitación temporal

La investigación se ubicó en el plano temporal del año 2020

1.2.3. Delimitación conceptual

La investigación se limitó a las variables de estudio “gestión de inventario” con sus respectivas dimensiones: demanda, costos, plazos; como segunda variable, “calidad de servicio”, con sus respectivas dimensiones: fiabilidad,

capacidad de responder, aspecto tangible. De esta manera aporta conocimientos sobre la relación existente entre ambas variables, así mismo podrá servir de antecedente a futuras investigaciones.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿De qué manera la gestión de inventario se relaciona con la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- ¿Lima Metropolitana, 2020?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera la gestión de inventario se relaciona con la fiabilidad del servicio en un restaurante del distrito de Miraflores en Lima Metropolitana, 2020?
- ¿De qué manera la gestión de inventario se relaciona con la capacidad de respuesta en un restaurante del distrito de Miraflores en Lima Metropolitana, 2020?
- ¿De qué manera la gestión de inventario se relaciona con el aspecto tangible en un restaurante del distrito de Miraflores en Lima Metropolitana, 2020?

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación social

Esta investigación tuvo relevancia social ya que de acuerdo a los resultados obtenidos, se deben tomar medidas para satisfacer al cliente y se incrementa la afluencia de comensales para mantener el negocio en el mercado,

evitando el cierre total de este por falta de rentabilidad, también que se originen despidos masivos de empleados.

1.4.2. Justificación teórica

Esta investigación proporciona mediante los resultados obtenidos, nuevas teorías sobre la gestión de inventario y su influjo en la calidad de servicio de un restaurante y por lo mismo la fiabilidad de sus clientes con ellos, es decir su capacidad de interacción entre otros aspectos, además se puede utilizar en futuros proyectos de investigación y sirve como base para futuros administradores.

1.4.3. Justificación metodológica

Este estudio examinó la relación del manejo de inventarios y la calidad del servicio en un restaurante del distrito de Miraflores con base en métodos científicos, la situación puede ser investigada a través de la ciencia empresarial cuando la validez y su prestigio pueden ser utilizados en otros estudios. y en otras empresas.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la gestión de inventario se relaciona con la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar de qué manera la gestión de inventario se relaciona con la fiabilidad del servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

- Determinar de qué manera la gestión de inventario se relaciona con la capacidad de respuesta en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.
- Determinar de qué manera la gestión de inventario se relaciona con el aspecto tangible en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1 Antecedentes nacionales

Carhuaricra y Travezaño (2019), tuvieron como finalidad comprobar la forma en que la gestión de inventarios en logística de Promax Perú S.A.C. mejoró la eficacia del servicio en Ate en 2019, para dos variables examinadas a nivel descriptivo y correlacional. El trabajo adoptó métodos cuantitativos y diseño de pretest. La población y su muestra fueron números de 12 dígitos, y los datos fueron recolectados en dos formas: control de tiempo de enfermería y control de calidad de enfermería. Los autores concluyen que luego de aplicar la gestión de inventarios en Promax Perú S.A.C., el índice de calidad del servicio mejoró significativamente en un 17%.

Fiestas y Reluz (2021) tienen como objeto primordial indicar la manera en que la gestión de inventarios mejorará los niveles de servicio, en repuestos para Ferreycat, Lambayeque 2020. Como método, el estudio trata de la adopción de métodos de diseño y cuantitativos correlacionales, con pedidos y cantidades de repuestos para productos de la marca Cat. y Massey Ferguson. Los autores concluyen que la gestión de inventario optimizar los niveles de servicio y repuestos para la Corporación Ferreycat, Lambayeque 2020 al obtener un valor de significancia (Sig.) $0.017 \leq 0.05$.

Molina (2019) tuvo como finalidad la determinación del manejo de inventarios para una empresa de cerámica y su relación con el servicio al

consumidor, Lima 2019. Se consideró el método inferencia hipotética, con un grado de correlación descriptivo, el diseño transversal no es experimental y también es aplicable. El público objetivo eran los empleados de una empresa de cerámica y la muestra fue conformada por 44 empleados. Entonces, a medida que se procesan e interpretan los datos, la reciprocidad entre la gestión de inventarios y el servicio al cliente se vuelve alta o muy importante, conforme lo precisa la estimación de 0.898 con nivel de significancia de 0.000, menos de 0.05. Conforme a los resultados estadísticos se concluyó que la correlación entre ambas variables es muy elevada gracias al valor de 0.898, la significancia observada es de 0.000 menor a la cual fue propuesta en la investigación, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se demuestre que existe relación entre las variables gestión de inventarios y servicio al cliente, así mismo se observó una gran mejora en los aspectos tangibles de la empresa cerámica, Lima, 2019.

Luna (2019) en su investigación propuso como objeto la delimitación de la impresión de la gestión de tipo logística en la calidad de S.L. del Perú S.A.C. Bellavista, 2019. El proyecto no es experimental, la población era 234 personas, una muestra proporcionada por 146 pares, y el sorteo se basó en una probabilidad aleatoria simple. La técnica utilizada para recolectar información es un cuestionario, la herramienta de recopilación de datos es un tipo de cuestionamiento que ha sido evaluado por juicio de expertos y se determina su confiabilidad utilizando el Alfa de Cronbach y los resultados son altamente confiables. También en la descripción, el 45,9% de las personas dijo que el responsable de logística de S.L. del Perú S.A.C. Bellavista, 2019. Es la forma, el 50% de los empleados dice que la calidad del servicio es la forma. Resolvió que,

conforme la prueba de Pearson, su valor ($r = 0,841$) muestra una alta correlación positiva, igualmente, el valor de $p = 0,000$ es menor que el valor de $p = 0,05$, por lo que la dependencia es demostrativa al 95 %. supuesto de nivel S Si existe una relación significativa entre la gestión logística de la empresa y la calidad del servicio, se rechaza la hipótesis nula (H_0). L. del Perú SAC Bellavista, 2019.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Veloz y Parada (2017), en su estudio, el objetivo principal fue calcular la correspondencia entre gestión de inventarios y la toma de decisiones en la empresa panificadora “Pan Van” de Riobamba, Ecuador; mediante el análisis y síntesis de los factores base de este establecimiento. correlación y exégesis de los resultados recopilados. Los métodos de trabajo en equipo y el FODA también se utilizan para identificar las trascendentales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Los autores concluyen que la estrategia de inventario Mini-Max aumenta la eficiencia organizacional otorgando una excelente respuesta a los requerimientos de los consumidores por lo que logro obtener una correlación de 0.75 y sig. Ambos lados son menos de 0.05.

Carvajal (2018) sostuvo como objetivo evaluar la correlación entre la gestión de inventarios y la calidad del servicio en las empresas DEMACO, utilizando como metodología el enfoque de correlación de nivel mixto y como técnica las entrevistas y encuestas. Se demostró que la correlación Spearman Rho es 0.080 y sig. Doble cara 0.000. Los autores concluyen que se exhibe una correlación entre gestión de inventarios y calidad del servicio.

Ramírez (2018) en su estudio presentó como objetivo principal elegir y utilizar un procedimiento para la optimización del sistema de gestión de inventario en SASA Villa Clara; asimismo, como metodología se usó el tipo correlacional, tomando como muestra a 25 trabajadores a los que se encuestó. Se determinó que la gestión de inventario es una técnica para mantener los productos en niveles apropiados de acuerdo con las necesidades de las unidades de producción apropiadas. Adema el grado de relación entre la variable fue de 0.81 rho Spearman y la sig. bilateral fue meno a $p < 0.05$. Los autores concluyeron que, al analizar la gestión de inventario de las unidades encuestadas, algunos de los defectos identificados podrían eliminarse para mejorar la calidad en el servicio.

Viera et al (2017) propusieron como objetivo principal el diagnóstico del modelo de gestión que ha aplicado Hoteles Manta y encomendar la ejecución de los modelos ABC y 5S. Como método, se basa en estudios cualitativos, descriptivos, no experimentales de corte transversal y opera sobre muestras totales. Un estudio de hoteles de lujo en Manta encontró que no tenían un prototipo de gestión de inventario para facilitar la selección y organización de productos. Es necesario ejecutar un modelo de gestión de inventario para complementar y mejorar los servicios hoteleros que no solo controlen las actividades de contabilidad de costos, sino que también actualicen productos y servicios dinámicos basados en el rendimiento y los ingresos con el fin de que resulten fiables para sus consumidores.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Inventario

El inventario constituye una lista organizada y valiosa de los productos de una empresa. En tal sentido, el inventario colabora a una organización a abastecerse de bienes e inventario, ayuda con el comercio o la producción y, a su vez, facilita la entrega de productos a los clientes. Estos se clasifican en:

- **Materias primas.** Información documentada que conforma proceso de fabricación y es proporcionada por el proveedor.
- **Productos semiterminados.** Registran los pasos por los que tiene que pasar un producto en el proceso de producción o elaboración.
- **Productos terminados.** Recolectan productos listos para vender a los clientes.

2.2.2. Gestión de inventario

Westreicher (2019) menciona que la gestión de inventario es la gestión de lo que entra y sale de una empresa, productos terminados o semiterminados, bienes de apoyo y herramientas. Esta gestión forma parte de la contabilidad de costes y es necesaria para la optimización de las actuaciones de una empresa.

Arenal (2020) menciona que es el acto de controlar la cuantía material e automatizada de los productos en un período de tiempo. La gestión adecuada garantizará la producción oportuna del producto y mantendrá el umbral de costo óptimo de la empresa.

Para Durán (2012), los suministros procedían de los egipcios y otras regiones de la antigüedad, en las que se almacenaban vigorosas cuantías de

alimentos en caso de sequía o desastre. Surge de esta manera el inventario como un método de afrontar las fases de escasez. Aseguran la supervivencia del negocio y su desarrollo. La forma en que recolecta todos los bienes que necesita para la supervivencia es lo que impulsa su retención.

Asimismo, muestra que la gestión de inventarios es muy importante para prevenir dificultades financieras en la organización y es parte primordial de la producción de una empresa al constituir el activo menos rotatorio y en movimiento con el que se relaciona y además ayuda a generar utilidades. Constituye el motor que estimula a la organización porque es la base del marketing de la misma que la ayuda a generar ganancias.

Del mencionado concepto parten distintas teorías tales como lo indica Salas, Maiguel, y Acevedo (2017) mencionan que existe un enfoque para la gestión de inventarios que incluye pasos lógicos para desarrollar estrategias generales para la mejora en el rendimiento de los figurantes de la cadena. El método consta de cinco pasos:

- 1) Definición de políticas para la integración y colaboración
- 2) Planificación colaborativa
- 3) Integración de procesos claves y críticos
- 4) Medición del desempeño
- 5) Elaboración de planes de acción

2.2.3. *Objetivo e importancia de la gestión de inventarios*

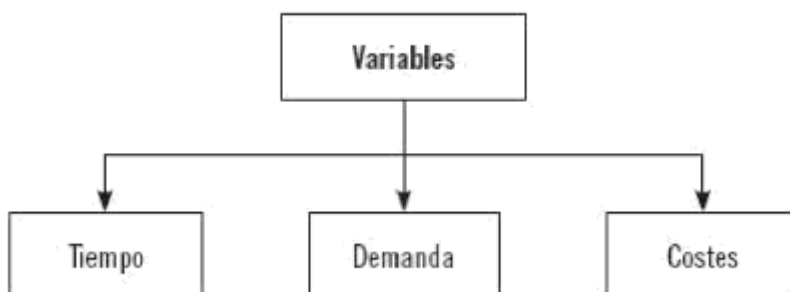
Para tener claro cuál es el objetivo y la importancia que conlleva tener una gestión en todo almacén o inventario Meana (2017) nos refiere que el propósito de un inventario es ratificar o cotejar la tipología de inventario que tenemos en nuestra empresa a través de un inventario de la naturaleza de los materiales disponibles. Es importante inventariar nuestro almacén de acuerdo a los consecuentes cometidos:

- Delimitado nuestro almacenamiento constantemente.
- Brinda el valor aproximado del valor total del inventario. Deberíamos poder calcular las pérdidas y ganancias de nuestra empresa al final del período contable del año en curso.
- Esto nos ayudará a comprender qué bienes tienen las ventas más altas.
- Se podrá decidir cómo organizar la asignación de inventario en función de nuestras estadísticas de inventario
- Siempre tendremos información sobre nuestros niveles de *stock*.

Del mismo modo para cada toma de decisiones siempre existen variables que se relacionan las mismas por ello Cruz (2017) manifiesta en la adopción y evolución del inventario empresarial, Hay muchas variables cuyo influjo en sus disposiciones de gestión de inventario. Las empresas deben considerar este proceso de inventario, desde la función de compras hasta la función de repartimiento de productos, para administrar bien su inventario.

Figura 1.

Clasificación de la gestión de inventario



Nota. Cruz (2017)

- **Tiempo.** Incluye el concepto de plazo de entrega, que es el tiempo que tarda en llegar a la empresa la mercancía necesaria. Esta cuantificación se basa en el tiempo de entrega del proveedor, tiempo de cumplimiento de pedidos, tiempo de inventario, etc.
- **Demanda.** Anticiparse a la demanda futura de productos, haciendo más rentable y eficiente la gestión del inventario y la disponibilidad.
- **Costes.** Administrar y mantener el inventario implica una sucesión de costos, entre ellos se destacan otros:
 - Alcance al comprar un producto o fabricar un producto (materias primas, envío, etc.).
 - Almacenaje al crear el inventario de productos de la empresa (infraestructura, seguimiento, avituallamiento, etc.).

- No hay demanda de productos que no están en stock, y la entrega de productos a los clientes requiere tarifas adicionales (entrega rápida, producción urgente, entre otros).

2.2.4. Dimensión gestión de inventario

Por lo mismo se define a continuación sus respectivas dimensiones e indicadores de la variable X.

Demanda. La extensión de la demanda abarca una gama de bienes y servicios que un cliente en particular o todos tienen la posibilidad de adquirir en un espacio determinado, a costo del mercado, satisfaciendo con ello sus necesidades. La indagación económica constituye un examen de demanda soberanamente analítico que pretende hallar la manera más eficaz de poder asignar recursos limitados a necesidades desmedidas. En teoría, si el precio fuera cero, la demanda sería eterna. Lo contrario a la demanda (lo que se quiere adquirir) lo constituye la oferta (lo que se quiere dar en venta). **(Peiro, 2015)**

- a) Frecuencia de pedido:** Al respecto la Gerencia Retails (2019) mencionan que la frecuencia de los pedidos es un factor importante en la negociación con los proveedores para planificar el reabastecimiento de la empresa, que es una de las variables que permite calcular los niveles de inventario, la seguridad del almacén, la programación de pedidos, los puntos de reorden y más.
- b) Tamaño de pedido:** Los gerentes de compras deben dedicar el tiempo necesario a determinar las cantidades necesarias para un pedido, posiblemente seleccionando proveedores y negociando los términos

operativos. También necesita tiempo para preparar documentos, rastrear y recibir los productos según lo desee. (Carro & González, 2016)

- c) **Previsión de la demanda:** Respecto a ello Ortiz (2020) muestra que el pronóstico de la demanda es el cálculo más preciso posible de cuánto se venderá cada producto en un cierto período de tiempo en el futuro para que también podamos calcular las compras que se deben realizar para producir el producto. Los productos siempre están en stock. La previsión de la demanda es un concepto muy importante en la gestión de inventario de una empresa que necesita ser estudiado y puede depender de varios factores que pueden hacer que esta previsión cambie.

Costos. Se define como el valor de un factor de producción que se consume para realizar un servicio o bien como actividad económica. Tales arrebatos o la utilización de elementos como costos o gastos de calidad hipotética, comprendidas las retribuciones a empleados, gastos de índole comercial, como marketing o compra de bienes. Coste y costo significan fielmente lo mismo. (Sánchez, Economipedia.com, 2016)

- a) **Costo de aprovisionamiento:** El suministro es una acción y el resultado de proporcionar un recurso. Como resultado, los procesos pueden ejecutarse dentro de la empresa o acumular reservas que pueden utilizarse en situaciones específicas, por ejemplo, emergencias. En otras palabras, la adquisición es el proceso de obtención de bienes necesarios para actividades comerciales o sin fines de lucro. (Westreicher, 2020)

- b) Costo de almacenaje:** Son la totalidad de costos incurridos por una empresa para mantener el inventario en stock. Entonces, los gastos de inventario son costos que directamente vinculados a la tarea de mantener los bienes en stock en un espacio en particular. Los costos de inventario son variables y pueden ser fijos o variables. Luego aumenta o disminuye dependiendo de la cantidad del envío. (Westreicher, 2020)
- c) Costo asociado a la demanda insatisfecha:** Las necesidades insatisfechas constituyen una de las formas más resaltantes en la preparación de proyectos de inversión, y su presencia y correcta definición ayudan a sostener las medidas e intervenciones necesarias para llevarlas a cabo. (Andía, 2011)

Plazos. Respecto a ello Roldán (2017) manifiesta que en el mercado de plazos, compradores y vendedores acuerdan un precio de venta específico a aplicar en operaciones futuras (al menos unos días hábiles después). La esencia del contrato es que el precio previamente acordado seguirá siendo el mismo incluso si las condiciones del mercado u otras circunstancias cambian en el momento de la transacción.

- a) Tiempo de tránsito de la orden de pedido hasta el proveedor:** En la gestión de inventarios, resulta común que, ante cambios en la demanda y retrasos en la entrega de nuevos pedidos de los proveedores, las organizaciones definan un *stockpile* seguro y completo que les faculte a compensar sus necesidades sin meterse en una situación dolorosa. La escasez de bienes significa una disminución en las ventas y una mala imagen en el corazón de los consumidores, lo cual es muy importante hoy

en día debido a la feroz competencia en todas las áreas del comercio y la producción. (Izar, Ynzunza, & Pérez, 2015)

- b) Tiempo de tránsito del pedido:** Un tiempo de entrega (o *lead time*) es la cantidad de tiempo que transcurre entre el inicio y el final del proceso. En la cadena de suministro, cada vez que se compra, reconstruye o repara un producto, el tiempo de entrega generalmente se mide en la cantidad de días que lleva completar el proceso. Desde la perspectiva de la planificación, los plazos de entrega son importantes, ya que significan que, en muchos casos las decisiones deben tomarse con anticipación para lograr los resultados deseados, como mantener la calidad del servicio. (Vermorel, 2020)
- c) Tiempo de tránsito de la recepción hasta su disponibilidad:** Para minimizar este tiempo, es necesario conocer el periodo o periodos de no acomodación con nuestros proveedores o dentro de nuestra organización y en la medida de lo posible (ya que no todos los tiempos están disponibles. El tiempo puede modificarse), mínima variación. (Marco, 2019)

2.2.5. Calidad de Servicio

Gil (2020) menciona que la empresa ha desarrollado el hábito de explicar las exigencias y proyecciones de sus clientes; y, por lo tanto un servicio asequible, de gran prestigio y confianza.

Al hablar de la calidad de un servicio, cabe señalar que sus aplicaciones en la literatura varían, por lo que una manera de entender todo lo que encierra es

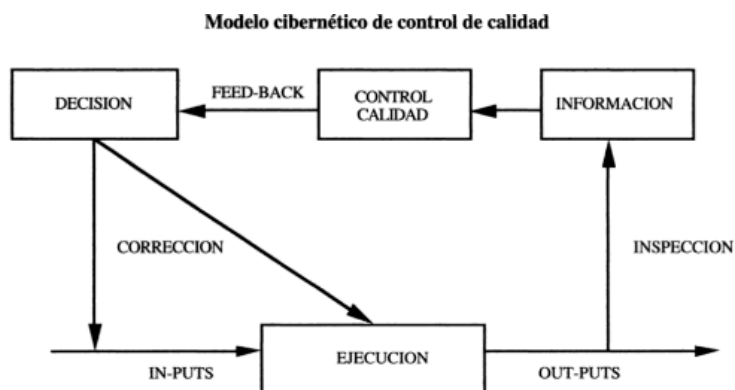
priorizar las opiniones que lo respaldan. Por ello, servicio es un concepto predominantemente jerárquico, por lo que para Fisher (1988, p. 175), servicio se define como la entrega realizada para o en relación con la entrega de bienes. Posteriormente, Fisher y Navarro (1994, p. 175) lo expusieron como un “bien económico”; constituye una industria denominada terciaria, y todos aquellos que trabajan y no producen bienes deben producir servicios” (Villalba, 2013)

2.2.5.1. Teoría de la calidad de servicio. Por muchos años este tema se identificó con otro seudónimo la cual fue “control de calidad”, la cual consistía en una teoría como lo menciona Larrea (1991). Philip B. Crosby, W. Edwards Deming, Armand V. Feigenbaum y Joseph M. Juran son quizás las figuras más destacadas y reconocibles en empresas intelectuales y comerciales calificadas.

La Escuela de Control de Calidad desplegó un atrayente conjunto de teorías que aún son válidas en la actualidad. La calidad es definida por la American Society for Quality Assurance como "la totalidad de funciones y características de un producto que determinan su capacidad para satisfacer las necesidades de un grupo particular de usuarios". En pocas palabras, Juran define la calidad como "accesible desde el punto de vista del cliente". Entonces, cuando se trata de calidad, es decir, para cada característica física, funcional y estética del producto, debe alcanzar un cierto nivel correspondiente a las necesidades del mercado.

Figura 2.

Modelo cibernético de control de calidad



Nota. Larrea (1991)

Del mismo modo, cuando se trata de calidad de servicio, es necesario tener en cuenta sus aplicaciones en diferentes literaturas, por lo que una manera de entender todo el concepto es priorizar los argumentos que lo sustentan. Así, el servicio como concepto aboga principalmente por un orden jerárquico, por lo que para Fisher (1988, p. 175), un servicio se delimita como la transmisión de bienes para o en conexión con la venta de bienes. Años más tarde, Fisher a Navarro (1994, p. 185) lo muestra como un “bien económico; constituye una industria denominada terciaria, y todos aquellos que trabajan y no producen bienes deben producir servicios” (Villalba, 2013).

Para el estudio es importante conocer que factores toman en cuenta los clientes para valorar los servicios recibidos por ello Setó (2004) muestra que existe un alto consenso sobre las múltiples dimensiones de la eficacia del servicio. Esto refiere que en la evaluación del servicio y de su calidad, no se considera un solo punto, sino una serie de factores o criterios a partir de los cuales se determinan diez categorías son:

- **Elementos tangibles:** Disponibilidad de infraestructuras, aparatos, personal y elementos de comunicación. Verbigracia, este tamaño incluiría la apariencia de los contactos de los clientes, la decoración del lugar, la exhibición de materiales promocionales.
- **Fiabilidad:** Capacidad para realizar los servicios prometidos de manera discreta y confiable. Dicho esto, el servicio fue bueno desde el principio y la empresa cumplió con lo prometido.
- **Capacidad de respuesta:** El manejo y buena respuesta de los trabajadores para apoyar a los clientes y brindar un servicio ágil.
- **Profesionalidad:** Los trabajadores tienen los saberes y destrezas requeridas para prestar el servicio. Me refiero al proveedor de servicios. Esto significa que el proveedor de servicios es un profesional en su campo.
- **Cortesía:** El cuidado, consideración, respeto y consideración de la persona en contacto con el cliente.
- **Credibilidad:** Autenticidad, confianza y honestidad en los servicios prestados.
- **Seguridad:** El cliente se mantiene tranquilo y no considera que la relación con el proveedor del servicio sea insegura o riesgosa. Esto incluye, por ejemplo, la seguridad de los datos del cliente.
- **Accesibilidad:** Contacta y visita empresas fácilmente. Esto incluirá aspectos como si el proveedor del servicio tiene tiempo suficiente para

atender a los clientes, estacionar el vehículo o si es beneficioso contactar a las personas más responsables de la organización.

- **Comunicaciones:** Los proveedores de servicios informan a los clientes y quieren escucharlos. Por ejemplo, esta dimensión incluiría. Tan importante como gestionar las solicitudes, descontentos o propuestas de los clientes.
- **Comprensión del cliente:** Tratar de entender a sus clientes y percibir sus requerimientos.

2.2.6. Dimensión de la calidad de servicio

2.2.6.1. Fiabilidad. La confiabilidad se considera la firmeza o permanencia de las mediciones en la repetición del proceso de medición. Por ejemplo, si la medida de masa de una canasta de manzanas difiere significativamente de una medida a otra bajo las mismas condiciones, las medidas se considerarán inestables, inconsistentes y poco confiables. En algunos casos, las imprecisiones pueden tener un impacto negativo en el costo del producto. A partir de este concepto, se pueden derivar indicadores de confiabilidad, consistencia o precisión de la medición a partir de la variabilidad de los resultados obtenidos a partir de mediciones repetidas. **(Prieto & Delgado, 2010)**

- a) Resuelven problemas:** Coronel y Margarita (2018) mencionan que se considera confiabilidad a la consistencia o estabilidad. Resolver problemas es pensar en situaciones que requieren pensar, investigar, investigar, y como respuesta se piensa en la solución y en la fijación de una táctica para resolverla, no necesariamente que conduzca a ella.

Respuesta rápida y eficaz: el surgimiento de la resolución de problemas como un problema pedagógico surge de la visión del amaestramiento como una cimentación social de suposiciones, ensayos y refutación basada en procesos creativos y sintéticos. La enseñanza desde esta perspectiva tiene como objetivo destacar las actividades involucradas en el tratamiento de situaciones problema que requieren análisis, exploración, supuestos, confrontación, reflexión, debate e intercambio de ideas.

- b) Cumplen el servicio en tiempo prometido.:** Responder a la satisfacción del cliente brindando el servicio en un tiempo predecible, que es una calificación específica en función de las características del servicio o su calificación general. Esta satisfacción genera interesantes recompensas en forma de si el servicio cumple con sus expectativas, mismo que se halla influenciado por la forma en que el cliente percibe la calidad (Zeithaml & Bitner, 2002). Ciertos factores incontrolables igualmente pueden relacionarse con la satisfacción: reacciones emotivas, experiencias anteriores de otro tipo y lo que resulta de la publicidad. (Naldos & Rosas, 2018)

2.2.6.2. Capacidad de respuesta. La capacidad de reaccionar al entorno asociado con la actividad con base en el saber alcanzado y las destrezas construidas que permiten percibir y accionar con eficacia, se vincula con el rendimiento, agilizar y coordinar la ejecución, y evaluar periódicamente las actividades (Liao *et al.*, 2003). Así, las empresas receptivas a menudo se convierten en mejores competidores, conocidas por su velocidad, perspicacia y facilidad para instruirse de sus yerros. (Flores, Becerril, & Ibarra, 2018)

a) **Comunicación del servicio:** El acto de comunicar y el servicio al cliente son puntos resaltantes en el proceso estratégico de cualquier empresa, ya que utilizan las metas y el logro de esos objetivos son considerados por las universidades y cada institución desde la perspectiva del punto universitario empresarial. Desde este punto de vista, es importante crear un paralelismo entre el marketing, la comunicación y el servicio al cliente, comenzando desde el punto en que cualquier contacto con el cliente o momentos clave están en el corazón de la comunicación, influyen en el impacto de la marca y la fuerza de la comunicación. Decisión del cliente. (Socarras, 2014).

b) **Servicio rápido y oportuno:** Al respecto Abad y Pincay (2014) manifiestan que los clientes quieren un trato rápido y efectivo y quieren que sus solicitudes sean atendidas de inmediato. Si su solicitud no es atendida en tiempo y forma, usted valorará y considerará el interés del prestador del servicio en atenderlo, ya que de no tener en cuenta lo anterior, se generará insatisfacción y pérdida de clientes.

- c) **Disponibilidad de atención:** Probablemente tendrá que atender a una cierta cantidad de clientes, y los clientes no se sentirán abusados en el servicio. La capacidad de atención incluye el espacio disponible para la atención y el número de personas que se han notificado. (Abad & Pincay, 2014)

2.2.6.3. Aspecto tangible. Activos tangibles en forma física. Es decir, es cualquier propiedad física que se ve y palpa. Lo contrario de los activos de tipo fijos son los intangibles. En las gestiones, los fijos se pueden clasificar como activos fijos (maquinaria o planta) y activos circulantes (inventario). (Sevilla, 2015)

- a) **Presentación de los platos y bebidas:** Almagro (2015) manifiesta que una vez que se realiza un pedido, se monitorea el tablero, incluido el manejo de todos los productos para retirar, además de estar constantemente atento a cualquier solicitud que pueda tener el cliente. Se puede establecer una estrecha relación entre este punto y el resto de la fase de atención al cliente. En esta etapa, los pasos de configuración del servicio son:

- 1) Servicio de aperitivos: Este penderá de la tipología de organización. Unos restaurantes premian a los comensales con un aperitivo para amenizar su petición. En el caso de que un cliente solicite un aperitivo, el procedimiento es el mismo. De lo contrario, este paso no se realizará.
- 2) Servicio de bebidas. Es necesario preveer que se aperturen la totalidad de las bebidas en frente del cliente.

- 3) Servicio de pan. Esto se hará en un molde para pan en el lado izquierdo del cliente.
 - 4) Marchar los primeros platos.
- b) Higiene de los platos y bebidas:** Los utensilios utilizados para rebanar, rebanar y trocear alimentos crudos deben ser utilizados específicamente para este fin, preferiblemente codificados por colores, y deben mantenerse en buenas condiciones de almacenamiento e higiene.
- c) Stock de los platos y bebidas:** Garante de la organización, clasificación, inspección y rastreo de las actividades de la industria alimentaria. Asegúrese de que el hotel cumpla con los estándares y objetivos de calidad del hotel en términos de ingresos, calidad, servicio y satisfacción de los huéspedes. Las funciones que realiza incluyen:
- Administra al personal.
 - Controla y regulariza la buena marcha operacional.
 - Planea y estructura ingresos, egresos, compras, materiales y acontecimientos.

2.3. Marco Conceptual

Inventarios: Es un inventario ordenado y exacto de bienes y otros similares vinculados a una compañía, colectividad o entidad. El inventario es parte de cualquier medio utilizado por un organismo. (Córdoba P., 2012)

Constituye el control de ingresos, producción, materias primas, bienes, etc. Tiene lugar en el proceso comercial o industrial de la empresa para la obtención

de bienes. Los inventarios son un rubro importante en la cuenta de activos corrientes ya que es fundamental mantener un buen control de estos activos ya que si no se manejan bien podemos perder la eficiencia de la gestión de inventarios, se relacionando así la liquidez de la empresa. (Polanco, N., 2016)

Mercadería: Pueden considerarse elementos patrimoniales de carácter móvil o cíclico, desapareciendo por sí solos o integrados en el proceso productivo. La mercadería son bienes tangibles obtenidos del exterior para su comercialización interna sin necesidad de procesos productivos adicionales. (Polanco, N., 2016)

Capital de trabajo: Este concepto, en términos financieros es la cuantificación de dinero necesaria para sostener el período de operación.

Fujo de caja: Constituye un componente fundamental e indefectible para cualquier negocio en la medición de su solvencia ya que este tipo de estados financieros aseguran una circulación de caja mensual eficiente y oportuno. Esto significa entradas y salidas de efectivo por gastos incurridos en el curso de las operaciones diarias.

Por esta razón, podemos referirnos a que el flujo de caja se caracteriza por contabilizar la realidad de la empresa, por ejemplo, las entradas por ventas o el egreso de facturas por gastos. Vocablos como "ganancia" o "pérdida" no se usan en la circulación de caja al no estar relacionados con el contexto de resultados. No obstante, la trascendencia de este flujo reside en que facilita entender la liquidez de una empresa ofreciéndonos datos clave para ayudarnos a decidir. (Polanco, N., 2016)

Fidelidad del consumidor: Fandos, Estrada, Monferrer, & Callarisa (2013) manifiestan que, para sentirse cómodo usando un concepto tan amplio y complejo, es necesario comprender cómo se crea y mantiene la lealtad del consumidor, qué la fortalece y qué la debilita. Por tanto, como señalan Dowling y Uncles (1997), para implantar un programa de fidelización con mínimas garantías de éxito, es necesario comprender la conducta del cliente y los estándares de fidelización

Turismo culinario: En la actualidad, la industria turística recurre de forma constante al perfeccionamiento, satisfaciendo los nuevos requerimientos de los viajeros. Siendo así, no sorprende que haya una avalancha de nuevas ofertas que van más allá de los tours masivos de sol y playa y buscan atender a diferentes segmentos de la comercialidad. El turismo en gastronomía constituye un nuevo producto próspero en los últimos años con mayor escala y carácter interactivo. (Oliveira, 2011).

Volumen de ventas: Según Llamas (2020), las ventas son las ventas de un producto o servicio proporcionado por una empresa durante un cierto período de tiempo. Para el nivel de listado se calculará el total de productos vendidos al precio correspondiente, para el nivel de control de inventario o similar se utilizará únicamente el total de productos vendidos.

Precio de mercado: Sánchez (2016) menciona que, dadas las características de un mercado competitivo, los productores llegarán a un punto en el que maximizarán sus ganancias y los consumidores maximizarán su utilidad. A

menudo se dice que el mercado se está vaciando porque se ha alcanzado un equilibrio. El precio obtenido se denominará precio de mercado.

Marketing de servicio: El marketing de servicios se refiere al campo de las organizaciones que investigan, analizan y proporcionan mecanismos efectivos para vender productos intangibles a grupos específicos de clientes en un momento y lugar determinados. Hoy en día, puede encontrar muchos consejos de servicio: desde diseñar un logotipo o un collage hasta prestar o usar servicios de entretenimiento. (Hidalgo, 2020).

Proyectos de inversión: Para Orellana (2020) los proyectos destinados a la inversión son los que demandan recursos para su realización y son materia de evaluación financiera en términos de viabilidad económica versus factibilidad técnica, ambiental, social y legal.

Liquidez: Constituye la aptitud financiera de la institución para la generación de flujos de efectivo en aras de garantizar sus obligaciones financieras y operativas a corto tiempo.

El problema inmediato que debe enfrentar un gerente, administrador o analista financiero es la liquidez insuficiente o excesiva. La liquidez es un recurso poderoso que toda empresa tiene para liquidar sus pasivos incondicionalmente sin recurrir a préstamos de terceros o instituciones financieras. (Polanco, N., 2016)

CAPÍTULO III:

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

La gestión de inventario se relaciona en la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

3.2. Hipótesis Específica

- La gestión de inventarios se relaciona con la fiabilidad del servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020
- La gestión de inventario se relaciona con la capacidad de respuesta en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.
- La gestión de inventario se relaciona con el aspecto tangible en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

3.3. Variables

3.3.1. Variable 1: Gestión de inventario

Definición conceptual

Arenal (2020) define esta como la actividad de controlar la cantidad física e informática de cada producto en un tiempo determinado. Una correcta gestión será aquella que garantice la salida del producto en tiempo y en forma, manteniendo un umbral de costos óptimos para la empresa.

Definición operacional

La gestión de inventarios es la actividad de controlar la cantidad física e informática de cada producto en un tiempo determinado.

D1. Demanda

D2. Costos

D3. Plazos

3.3.2. Variable 2: Calidad de servicio**Definición Conceptual**

Gil (2020) menciona que la calidad de servicio es una práctica desarrollada por las empresas para explicar las necesidades y expectativas de sus clientes, y por ello el servicio es asequible, apreciado y fiable.

Definición Operacional

La calidad de servicio es una práctica desarrollada por las empresas para explicar las necesidades y expectativas de sus clientes.

D1. Fiabilidad

D2. Capacidad de respuesta

D3. Aspecto tangible.

Tabla 1*Operacionalización de las variables*

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Gestión de inventarios	Arenal (2020) es la actividad de controlar la cantidad física e informática de cada producto en un tiempo determinado. Una correcta gestión será aquella que garantice la salida del producto en tiempo y en forma, manteniendo un umbral de costos óptimos para la empresa.	La gestión de inventarios se determinó bajo tres dimensiones fundamentales, la demanda los costos y los plazos. Se utilizó el cuestionario como instrumento, aplicando un formato de 30 preguntas con 5 opciones de respuesta.	Demanda	Frecuencia de pedido. Tamaño de pedido. Previsión de la demanda.	Ordinal
			Costos	Costos de aprovisionamiento. Costo de almacenaje. Costo asociado a la demanda insatisfecha.	
			Plazos	Tiempo de tránsito de la orden de pedido hasta el proveedor. Tiempo de tránsito del pedido. Tiempo de tránsito de la recepción hasta su disponibilidad.	
Calidad de servicio	Gil (2020) menciona es una práctica desarrollada por las empresas para explicar las necesidades y expectativas de sus clientes, y por ello el	La calidad de servicio se determinó bajo tres dimensiones, fiabilidad, capacidad de respuesta y aspecto tangible. Para ello se aplicó el cuestionario como instrumento el	Fiabilidad	Cumplen lo prometido Resuelven problemas Cumplen el servicio en tiempo prometido.	Ordinal
			Capacidad de respuesta	Comunicación del servicio Servicio rápido y oportuno Disponibilidad de atención.	

	servicio es asequible, apreciado y fiable.	cual estuvo estructurado en un formato de 30 preguntas con 5 opciones de respuesta.	Aspecto tangible	Presentación de los platos y bebidas. Higiene de los platos y bebidas. Stock de los platos y bebidas.	
--	--	---	------------------	---	--

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Método de investigación

Se utilizó el método científico siendo un proceso dinámico que se caracteriza por ser riguroso y por conducir a la adquisición de nuevos conocimientos. Su función es describir, explicar, comprender, controlar, predecir hechos, fenómenos y comportamientos. (Hernández & Mendoza, 2019).

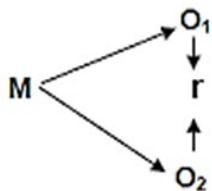
4.2. Tipo de investigación

Según Baptista, Fernández y Hernández (2014), la tipología es cuantitativa usa los datos recolectados para probar distintas hipótesis las mismas, que son mediante una medida numérica y estadística, con la finalidad de probar distintas teorías. Por ello, se utilizó el tipo cuantitativo dado que se procesarán los datos estadísticamente.

Así mismo fue de tipo básico, porque además de examinar la fuente de datos, en estos estudios también se utilizaron los conocimientos y las teorías. (Carrasco D. , 2016).

4.3. Nivel de investigación

El diseño fue de tipo correlacional. Como señala Hernández et al. (2019) la investigación descriptiva utiliza notas y particularidades de una localidad o fenómeno, por cuanto afirma que “son encuestas que pretenden combinar conceptos, fenómenos, datos o variables”. número. Computan variables y sus relaciones en términos estadísticos".

Figura 3.*Modelo del nivel de investigación*

Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V.1.O₂ = Observación de la V.2.

r = Correlación entre dichas variables.

Nota. Hernández (2014)

4.4. Diseño de la investigación

Se empleó un diseño no experimental puesto que se recogieron los datos en conjunto y preciso momento. Para Hernández et. al. (2014) indica que “el diseño no experimental se centra en observar los fenómenos según se van dando en su contexto para luego analizarlos sin manipular las variables” (p.149). Este diseño no experimental será correlacional, ya que va a medir al grado de correlación entre dos variables (Hernández y Mendoza, 2019).

Se empleó un diseño transversal no probado. Acorde con Hernández. (2014) muestran que los proyectos no empíricos se enfocan en observar fenómenos que ocurren en un ámbito y posterior a ello examinarlos sin operar variables. El estudio utilizó un diseño no empírico debido a que las variables no fueron controladas intencionalmente. Pino (2018) mencionó que el diseño no empírico se caracterizó por

la falta de manipulación de las variables independientes, ya que naturalmente se sustraía del estudio y luego se analizaba sin ninguna transformación.

Fernández y Baptista (2006) refieren que el estudio transversal se usa para recopilar datos al mismo tiempo. Tiene como pretensión la descripción de variables y evaluar su impacto e interrelaciones en un determinado tiempo. Se compararía a tomar una foto de lo que está pasando. Es decir, los datos se tomarán en un tiempo único y determinado para poder estudiarlos y analizarlos.

Por último, el diseño fue de corte transversal, de modo descriptivo y retrospectivo. Según Baptista (2014). indica que este tipo de diseño se basa en la recolección de datos en un instante del tiempo, sin contar con seguimiento.

4.5. Población y muestra

Población

Se denomina población al grupo de personas, cosas u otras, las cuales tienen alguna característica similar, y el cual tiene un interés para obtener conclusiones. Baptista, et al (2014) Para la presente investigación se tomaron a 20 empleados del conocido restaurante.

Muestra

Una muestra es esencialmente un subconjunto de un conjunto. Suponiendo que es un subconjunto de los elementos del conjunto definido en sus características, lo llamamos conjunto. Baptista et al (2014). Para la presente, la muestra fue censal de 20 empleados.

Muestreo

El muestreo por utilizar de la investigación fue censal ya que se seleccionó al total de la población al considerarla un número manejable de sujetos. Ramírez (1999) menciona que esta muestra censal considera a todas las unidades de investigación como la muestra por la cual es simultáneamente universo, población y muestra.

De igual manera fue no probabilístico denominado intencional, dado que se seleccionó una muestra de la población por motivo que es accesible. La elección de la muestra se realiza considerando el criterio del investigador. Ñaupas et al (2014)

4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

4.6.1. *Técnicas de recolección de datos*

Se empleó la encuesta. De conformidad con Carrasco (2016) es "una técnica de investigación social utilizada para investigar, explorar y recopilar datos mediante el cuestionamiento directo o indirecto de las entidades que constituyen la unidad de análisis de la encuesta". (p. 314)

4.6.2. *Instrumentos de recolección de datos*

El instrumento utilizado para el trabajo es el cuestionario. Deza et al (2012) precisa que "es una herramienta utilizada para recopilar datos que consiste en un conjunto de preguntas sobre la variable que se mide". Con este fin, los comentarios de los encuestados se compararon con el enfoque de diseño y las variables de aprendizaje del diseño arquitectónico, y luego se interpretaron y exploraron.

Para medir las respuestas se usó la escala de Likert tomando en cuenta los siguientes valores: 1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= De acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo.

4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se empleó la estadística descriptiva e inferencial que fueron procesados mediante el SPSS 25. Con este programa se pudo compilar tablas estadísticas con números y porcentajes, generar gráficos de barras, analizar e interpretar datos comparando las hipótesis para sacar conclusiones basadas en hallazgos y procesos.

Validez del instrumento: El instrumento fue validado por tres expertos en la materia.

Confiabilidad del instrumento: Para hallar la confiabilidad se empleó el Alfa de Cronbach.

Tabla 2

Nivel de confiabilidad

Rangos	Nivel de confiabilidad
0 a 0.20	Inaceptable
0.21 a 0.40	Baja
0.41 a 0.60	Moderada
0.61 a 0.80	Alta
0.81 a 1	Muy alta

Nota: Hernández, Fernández y Baptista (2014)

La confiabilidad del instrumento fue de 0.737 por lo que la confiabilidad del cuestionario se considera alta.

Tabla 3*Confiabilidad*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.737	30

Coefficiente de correlación de Spearman

Se hizo el cálculo del coeficiente de (Rho) Spearman utilizando el SPSS. V26.

Acorde con Hernández et al (2014) es una medida de la reciprocidad de variables en el nivel ordinal de la medida (ambas). Este es el coeficiente utilizado para la correlación estadística de la escala de Likert.

Tabla 4*Coefficiente de correlación de Spearman*

Valor de coeficiente de correlación de Spearman (rho)	Interpretación
0	Ausencia de correlación lineal
0.10 a 0.19	Correlación lineal insignificante
0.20 a 0.39	Correlación lineal baja-leve
0.40 a 0.69	Correlación lineal moderada
0.70 a 0.99	Correlación lineal alta muy alta

Nivel de significancia

Se empleó para comparar la hipótesis, en razón que, según Hernández y Mendoza (2018) este medir la posibilidad de que ocurra un evento. En caso el valor p es menor que el nivel de significación (α) especificado en 0.05, la diferencia se considera estadísticamente significativa y la hipótesis nula de la prueba puede ser rechazada

4.8. Aspectos éticos de la investigación

Este estudio se realizó sobre la base de acatamientos éticos establecidos en el Reglamento General de Investigación, por lo cual nuestra investigación se realizó utilizando métodos científicos basados en la línea investigativa de la Universidad para garantizar la oportunidad y confiabilidad del proyecto. Los autores asumen la responsabilidad que pueda derivarse del trabajo de investigación, así como la confidencialidad y anonimato del personal, por el tratamiento de estos resultados únicamente con fines científicos.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1. Descripción de los resultados

Tabla 5

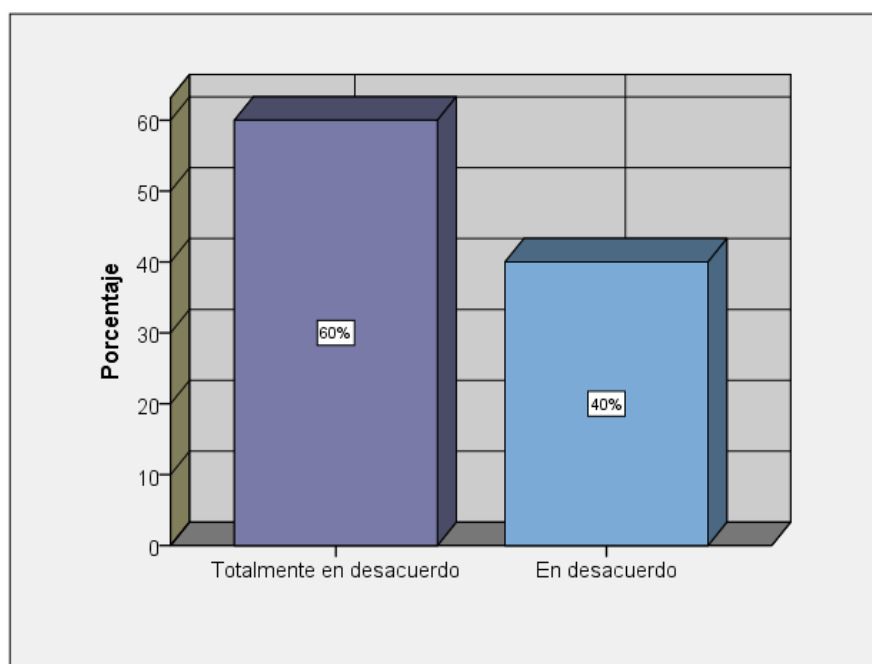
Variable X “Gestión de inventario”

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	12	60,0	60,0	60,0
	En desacuerdo	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota: SPSS. V26.

Figura 4.

Porcentaje de la variable X “Gestión de inventario”



Nota: SPSS. V26.

Conforme se observa en la tabla 5 y figura 4, el 60% de los encuestados respondieron que están totalmente en desacuerdo con la gestión de inventarios, así

mismo el 40% de los encuestados respondieron estar en desacuerdo con la gestión de inventarios.

Tabla 6

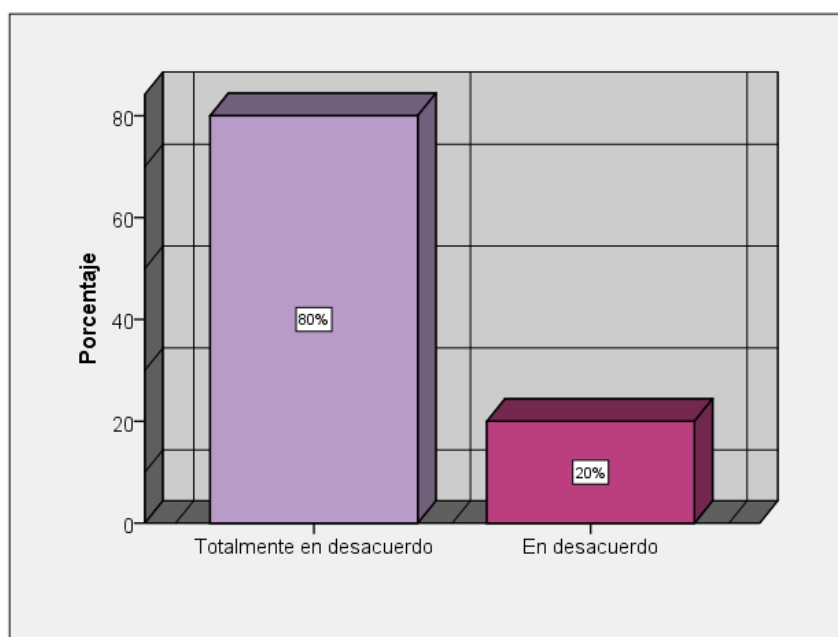
Dimensión XI “Demanda”

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	en 16	80,0	80,0	80,0
Válidos En desacuerdo	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS. V26.

Figura 5.

Porcentaje de la dimensión XI “Demanda”



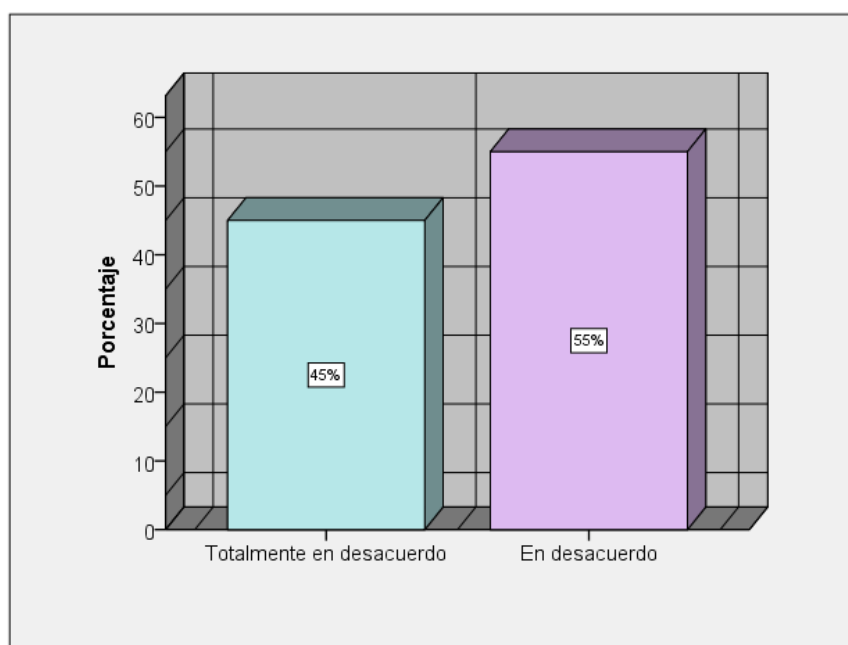
Nota. SPSS. V26.

Conforme se observa en la tabla 6 y figura 5, el 80% de los encuestados respondieron que están totalmente en desacuerdo con la demanda, así mismo el 20% de los encuestados manifestaron estar en desacuerdo con la demanda.

Tabla 7*Dimensión X2 "Costos"*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	9	45,0	45,0	45,0
	En desacuerdo	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS. V26.

Figura 6.*Porcentaje de la dimensión X2 "Costos"*

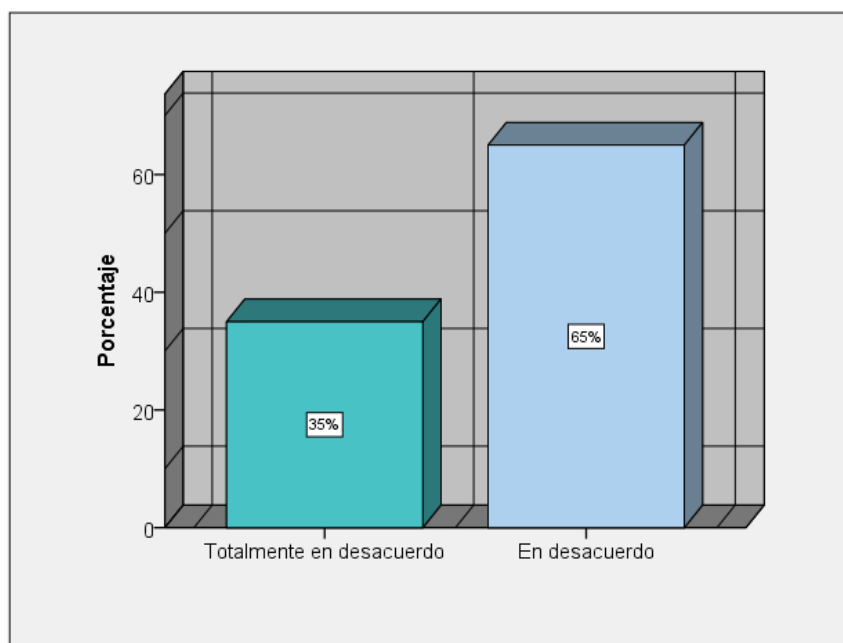
Nota. SPSS. V26.

Conforme se observa en la tabla 7 y figura 6, el 45% de los encuestados respondieron que están totalmente en desacuerdo con los costos, así mismo el 55% de los encuestados respondieron estar en desacuerdo con los costos.

Tabla 8*Dimensión X3 “Plazos”*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	7	35,0	35,0	35,0
	En desacuerdo	13	65,0	65,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS. V26.

Figura 7.*Porcentaje de la dimensión X3 “Plazos”*

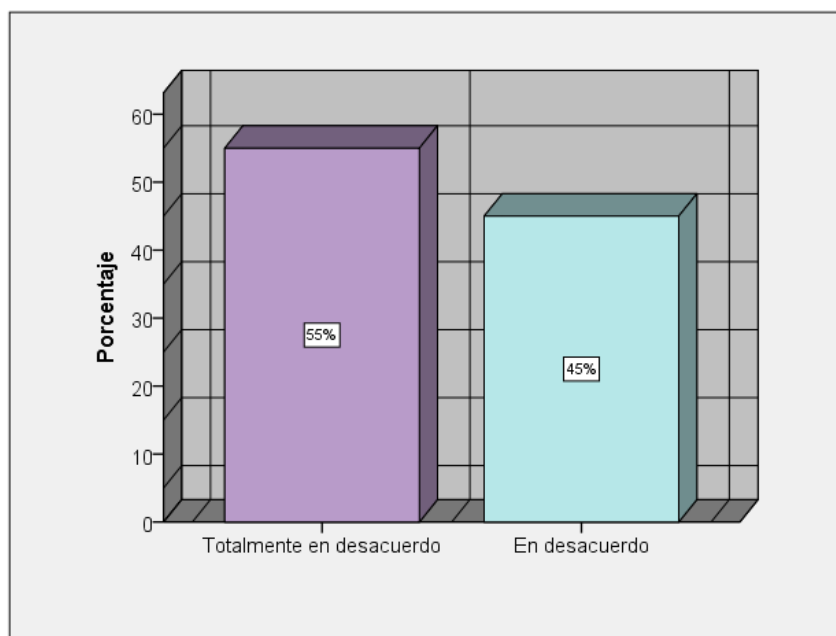
Nota. SPSS. V26.

Conforme se observa en la tabla 8 y figura 7, el 35% de los encuestados respondieron que están totalmente en desacuerdo con el plazo, así mismo el 65% de los encuestados respondieron estar en desacuerdo con el plazo.

Tabla 9*Variable Y “Calidad de servicio”*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	55,0	55,0	55,0
Válidos En desacuerdo	9	45,0	45,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS. V26.

Figura 8.*Porcentaje de la variable Y “Calidad de servicio”*

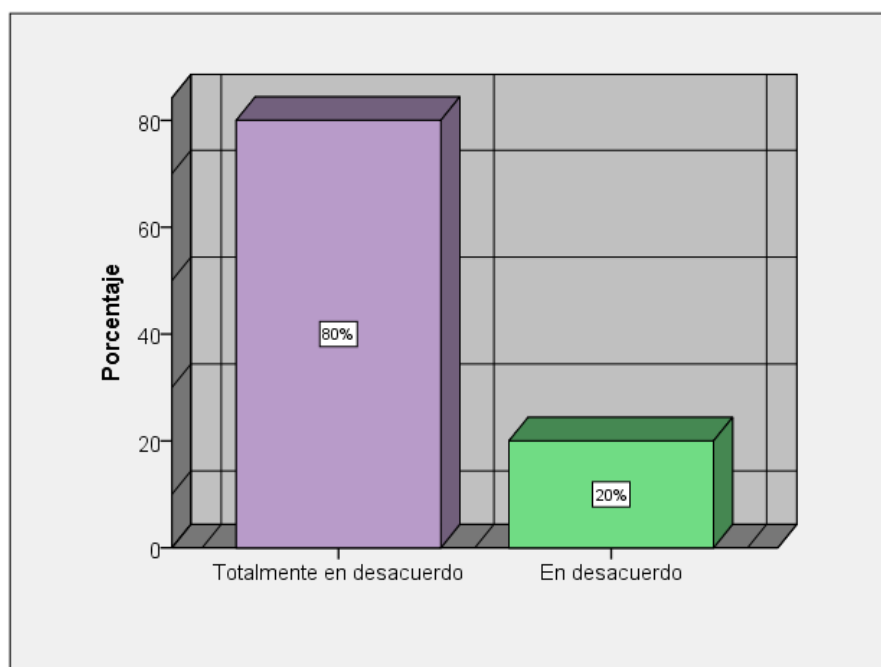
Nota. SPSS. V26.

Conforme se observa en la tabla 9 y figura 8, el 55% de los encuestados respondieron que están totalmente en desacuerdo con la calidad de servicio, de igual manera el 45% manifestó estar en desacuerdo con la calidad de servicio.

Tabla 10*Dimensión Y1 "Fiabilidad"*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	16	80,0	80,0	80,0
	En desacuerdo	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS. V26.

Figura 9.*Porcentaje de la dimensión Y1 "Fiabilidad"*

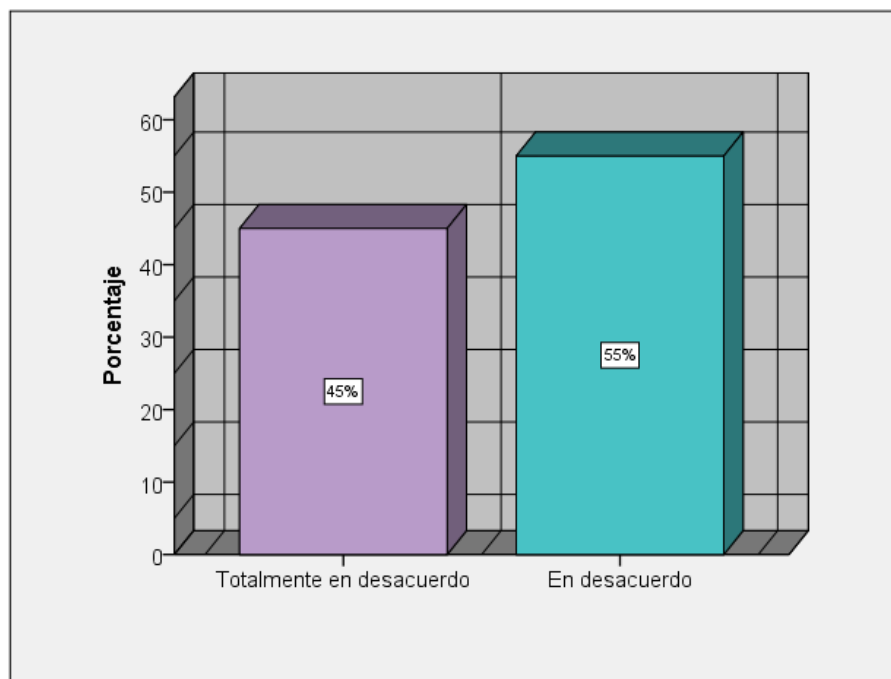
Nota. SPSS. V26.

Conforme se observa en la tabla 10 y figura 9, el 80% de los encuestados respondieron que están totalmente en desacuerdo con la fiabilidad, así mismo el 20% de los encuestados manifestaron estar en desacuerdo con la fiabilidad.

Tabla 11*Dimensión Y2 "Capacidad de respuesta"*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Totalmente desacuerdo	en 9	45,0	45,0	45,0
En desacuerdo	11	55,0	55,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS. V26.

Figura 10.*Porcentaje de la dimensión Y2 "Capacidad de respuesta"*

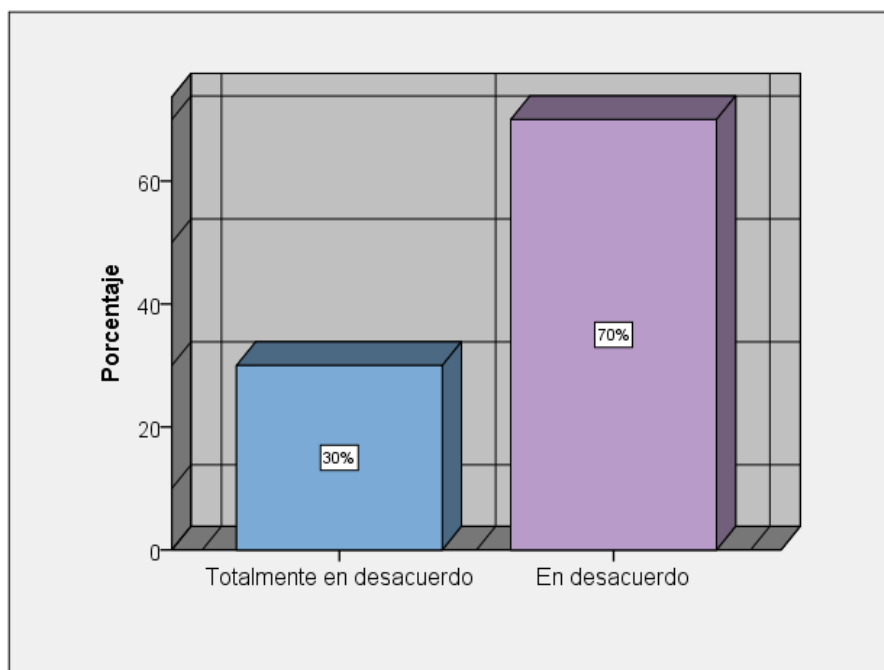
Nota. SPSS. V26.

Conforme se observa en la tabla 11 y figura 10, el 45% de los encuestados respondieron que están totalmente en desacuerdo con la capacidad de respuesta, así mismo el 55% de los encuestados respondieron estar en desacuerdo con la capacidad de respuesta.

Tabla 12*Dimensión Y3 “Aspecto tangible”*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	6	30,0	30,0	30,0
	En desacuerdo	14	70,0	70,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS. V26.

Figura 11.*Porcentaje de la dimensión Y3 “Aspecto tangible”*

Nota. SPSS. V26.

Conforme se observa en la tabla 12 y figura 11, el 30% de los encuestados respondieron que están totalmente en desacuerdo con el aspecto tangible, así mismo el 70% de los encuestados respondieron estar en desacuerdo con el aspecto tangible.

5.2. Contraste de hipótesis

5.2.1. Prueba de Normalidad

Es un análisis para dar cuenta de la distribución de los datos, y poder aplicar estadísticos paramétricos o no paramétricos. (Angulo, I., 2019)

Criterio de decisión

- Datos < 50 = Shapiro Wilk
- Datos > 50 = Kolmogórov-Smirnov

Hipótesis General

Por lo tanto, para desarrollar la hipótesis general, se efectuó un análisis de comportamiento de datos de acuerdo con las variables de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, porque la muestra constituye menos 50 elementos. En esta línea, se formuló la prueba de hipótesis de normalidad.

H0: Los datos tienen una distribución normal

H1: Los datos tienen una distribución desconocida

Tabla 13

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables Gestión de inventarios y Calidad de servicios

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
X. Gestión de Inventario	,626	20	,000
Y. Calidad de Servicio	,637	20	,000

Nota. SPSS. V26.

La tabla anterior muestra que ambas variables presentan una distribución desconocida (S-W = 0.626 y p-valor = 0.000 para la variable Gestión de inventarios y S-W = 0.637 y p-valor = 0.000 para la variable rentabilidad), por ello, se recurrió al empleo de técnicas estadísticas no paramétricas; o sea, la correlación de Spearman (versión no paramétrica de la correlación de Pearson). Y definir la relación entre la gestión de inventario y la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, se realizó la prueba de hipótesis:

Ha: La gestión de inventario se relaciona en la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020

Ho: La gestión de inventario no se relaciona en la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020

Tabla 14

Correlación entre las variables X'' Gestión de inventarios'' y Y'' Calidad de servicios''

		X	Y
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1,000
	Gestión de Inventarios	Sig. (bilateral)	,903**
		N	,000
		N	20
	Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación	,903**
		Sig. (bilateral)	,000
	N	20	
		N	20

Nota. SPSS. V26.

Se advierte en la tabla 13, que según la prueba de Rho de Spearman entre las dimensiones gestión de inventarios y calidad de servicios, se evidencia la presencia de una relación significativa (0,000) con un coeficiente de correlación de 0.903, indicando una relación positiva considerable del 90,3%, demostrando

así que cuanto más adecuado sea la gestión de inventarios, aumentara la calidad de servicio a sus clientes.

Hipótesis Específica 1

Para desarrollar la hipótesis específica 1, se efectuó un análisis de comportamiento de datos de acuerdo con las variables de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, porque la muestra constituye menos 50 elementos. En esta línea, se formuló la prueba de hipótesis de normalidad.

H0: Los datos tienen una distribución normal

H1: Los datos tienen una distribución desconocida

Tabla 15

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables Gestión de inventario y Fiabilidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
X. Gestión de Inventario	,626	20	,000
Y.1. Fiabilidad	,495	20	,000

Nota. SPSS. V26.

La tabla anterior muestra que ambas variables presentan una distribución desconocida (S-W = 0.626 y p-valor = 0.000 para la variable gestión de inventario y S-W = 0.495 y p-valor = 0.000 para la dimensión Fiabilidad (ROE)), por ello, se recurrió al empleo de técnicas estadísticas no paramétricas; o sea, la correlación de Spearman (versión no paramétrica de la correlación de Pearson). Y definir la relación entre la gestión de inventario y la fiabilidad en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, se realizó la prueba de hipótesis:

Ha: La gestión de inventarios se relaciona con la fiabilidad del servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

Ho: La gestión de inventarios no se relaciona con la fiabilidad del servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

Tabla 16

Correlación entre la variable “Gestión de inventarios” y la dimensión Y1 “Fiabilidad”

			X	Y1
Rho de Spearman	Gestión de Inventarios	Coefficiente de correlación	1,000	,612**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	20	20
	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	,612**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	20	20

Nota. SPSS. V26.

Se advierte en la tabla 14, que según la prueba de Rho de Spearman entre las dimensiones gestión de inventarios y fiabilidad, se evidencia la presencia de una relación significativa (0,000) con un coeficiente de correlación de 0.612, indicando una relación positiva considerable del 60,2%, demostrando así que la gestión de inventarios y la fiabilidad guardan relación lineal moderada.

Hipótesis Específica 2

Para desarrollar la hipótesis específica 2, se efectuó un análisis de comportamiento de datos de acuerdo con las variables de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, porque la muestra constituye menos 50 elementos. En esta línea, se formuló la prueba de hipótesis de normalidad.

H0: Los datos tienen una distribución normal

H1: Los datos tienen una distribución desconocida

Tabla 17

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables Gestión de inventarios y Capacidad de respuesta

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
X. Gestión de inventario	,626	20	,000
Y.2. Capacidad de respuesta	,637	20	,000

Nota. SPSS. V26.

La tabla anterior muestra que ambas variables presentan una distribución desconocida (S-W = 0.626 y p-valor = 0.000 para la variable gestión de inventario y S-W = 0.637 y p-valor = 0.000 para la dimensión Capacidad de respuesta (ROE)), por ello, se recurrió al empleo de técnicas estadísticas no paramétricas; o sea, la correlación de Spearman (versión no paramétrica de la correlación de Pearson). Y definir la relación entre la gestión de inventario y la capacidad de respuesta en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, se realizó la prueba de hipótesis:

Ha: La gestión de inventario se relaciona en la capacidad de respuesta en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

Ho: La gestión de inventario no se relaciona en la capacidad de respuesta en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

Tabla 18

Correlación entre la variable “Gestión de inventarios” y la dimensión Y2 “Capacidad de respuesta”

		X	Y2
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,739**
	Gestión de Inventarios Sig. (bilateral)	.	,000
	N	20	20
	Coeficiente de correlación	,739**	1,000
Capacidad de respuesta	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	20	20

Nota. SPSS. V26.

Se advierte en la tabla 15, que según la prueba de Rho de Spearman entre las dimensiones gestión de inventarios y fiabilidad, se evidencia la existencia de una relación significativa (0,000) con un coeficiente de correlación de 0.739, indicando una relación positiva considerable del 73,9%, demostrando así que la gestión de inventarios y la capacidad de respuesta tiene una correlación alta muy alta.

Hipótesis Específica 3

Para desarrollar la hipótesis específica 3, se efectuó un análisis de comportamiento de datos de acuerdo con las variables de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, porque la muestra constituye menos 50 elementos. En esta línea, se formuló la prueba de hipótesis de normalidad.

H0: Los datos tienen una distribución normal

H1: Los datos tienen una distribución desconocida

Tabla 19

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables Gestión de inventarios y Aspectos tangible

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
X. Gestión de inventario	,626	20	,000
Y.3. Aspectos tangibles	,580	20	,000

Nota. SPSS. V26.

La tabla anterior muestra que ambas variables presentan una distribución desconocida ($S-W = 0.626$ y $p\text{-valor} = 0.000$ para la variable gestión de inventario y $S-W = 0.580$ y $p\text{-valor} = 0.000$ para la dimensión Capacidad de respuesta (ROE)), por ello, se recurrió al empleo de técnicas estadísticas no paramétricas; o sea, la correlación de Spearman (versión no paramétrica de la correlación de Pearson). Y definir la relación entre la gestión de inventario y los Aspectos tangibles en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, se realizó la prueba de hipótesis:

Ha: La gestión de inventario se relaciona en el aspecto tangible en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

Ho: La gestión de inventario no se relaciona en el aspecto tangible en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.

Tabla 20

Correlación entre la variable “Gestión de inventarios” y la dimensión Y3 “Aspecto tangible”

		X	Y3
Gestión de Inventarios	Coefficiente de correlación	1,000	,535*
	Sig. (bilateral)	.	,015
	N	20	20
Aspecto tangible	Coefficiente de correlación	,535*	1,000
	Sig. (bilateral)	,015	.
	N	20	20

Nota. SPSS. V26.

Se advierte en la tabla 16, que según la prueba de Rho de Spearman entre las dimensiones gestión de inventarios y fiabilidad, se evidencia la presencia de una relación significativa (0,000) con un coeficiente de correlación de 0.535, indicando una relación positiva considerable del 53,5%, demostrando así que la gestión de inventarios y el aspecto tangible mantienen una correlación lineal moderada.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según los resultados, se estableció una relación significativa entre gestión de inventarios y calidad de servicio en un restaurante de Miraflores, en virtud del hallazgo de la prueba de Rho de Spearman, denotó una significancia de 0.000, corroborando así que existe tal vinculación, también el coeficiente de correlación fue de 0.903, reflejando una relación positiva, lo cual señala que cuanto mayor gestión de inventarios mejor será la calidad de servicio del restaurante. Este resultado es respaldado por lo estudiado por Carhuaricra y Travesaño (2019) quienes realizaron un estudio para mejorar la calidad de servicio en Promax Perú S.A.C, demostrando que la calidad de servicio mejoro en un 17% luego de aplicar un optima gestión de inventarios en la empresa Promax Perú S.A.C. así mismo Fiestas y Reluz (2021) en su investigación “Gestión de inventarios para mejorar el nivel de servicio, en el área de repuestos de la empresa Ferreycat, Lambayeque 2020” concluyo que la gestión de inventarios mejoro la calidad de servicio, en el área de repuestos de la empresa Ferreycat, Lambayeque 2020, el análisis inferencial de la investigación nos muestra una mejora significativa en las dimensiones de elementos tangibles y capacidad de respuesta, analizado mediante la media del pretest y postest de sus indicadores.

De igual forma, se estableció una relación entre gestión de inventarios y fiabilidad en un restaurante de Miraflores, ya que el hallazgo de la prueba de Rho de Spearman, denotó una significancia de 0.000, corroborando así que existe tal vinculación, también el coeficiente de correlación fue de 0.612, reflejando una relación lineal moderada, lo cual señala que cuanto mayor gestión de inventarios mejor será la fiabilidad en el restaurante. Este hallazgo concuerda con lo estudiado

por Viera et al (2017) quienes analizaron la ejecución de un modelo de gestión de inventarios para incrementar la fiabilidad en Hoteles Manta determinando que no tenían un prototipo de gestión de inventario para facilitar la selección y organización de productos no solo es necesario la aplicación de este sistema, sino que también actualicen productos y servicios dinámicos basados en el rendimiento y los ingresos con el fin de que resulten fiables para sus consumidores.

Igualmente se estableció una relación entre gestión de inventarios y capacidad de respuesta en un restaurante de Miraflores, ya que el hallazgo de la prueba de Rho de Spearman, denotó una significancia de 0.000, corroborando así que existe tal vinculación, además el coeficiente de correlación fue de 0.739, reflejando una relación fuerte, lo cual señala que cuanto mayor gestión de inventarios mejor será la capacidad de respuesta en el restaurante. Los hallazgos concuerdan con lo estudiado por Veloz y Parada (2017) quienes efectuaron una indagación para medir la asociación de la gestión de inventarios y la toma de decisiones en una panificadora en Ecuador, concluyendo que la estrategia de inventario Mini-Max aumenta la eficiencia organizacional otorgando una excelente respuesta a los requerimientos de los consumidores por lo que logro obtener una correlación de 0.75 y sig. Ambos lados son menos de 0.05.

Finalmente se estableció una relación entre gestión de inventarios y aspecto tangible en un restaurante de Miraflores, ya que el hallazgo de la prueba de Rho de Spearman, denotó una significancia de 0.000, corroborando así que la existencia de tal vinculación, además el coeficiente de correlación fue de 0.535, reflejando una relación débil, lo cual señala que cuanto mayor gestión de inventarios mejor será el aspecto tangible en el restaurante. Los resultados

concuerdan con el estudio de Molina (2019) quien realizo una exploración teniendo como finalidad la determinación del manejo de inventarios para una empresa de cerámica y su relación con el servicio al consumidor, Lima 2019, donde concluyo que, la correlación entre ambas variables es muy elevada gracias al valor de 0.898, la significancia observada es de 0.000 menor a la cual fue propuesta en la investigación, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se demuestre que existe relación entre las variables gestión de inventarios y servicio al cliente, así mismo se observó una gran mejora en los aspectos tangibles de la empresa cerámica, Lima, 2019.

CONCLUSIONES

Se llegó a establecer que existe relación significativa y positiva entre gestión de inventarios y calidad de servicio de un restaurante en el distrito de Miraflores-Lima Metropolitana, indicando que a mayor gestión de inventarios por parte de los dueños u encargados del establecimiento mayor será la calidad de servicio ofrecida en el restaurante.

Se llegó a establecer que existe relación significativa y positiva entre gestión de inventarios y fiabilidad de servicio en un restaurante en el distrito de Miraflores-Lima Metropolitana, indicando que a mayor gestión de inventarios por parte de los dueños u encargados del establecimiento mayor será la fiabilidad del servicio ofrecida en el restaurante.

Se llegó a establecer que existe relación significativa y positiva entre gestión de inventarios y capacidad de respuesta de un restaurante en el distrito de Miraflores-Lima Metropolitana, indicando que a mayor gestión de inventarios por parte de los dueños u encargados del establecimiento mayor será la capacidad de respuesta en cuanto al servicio ofrecido en el restaurante.

Se llegó a establecer que existe relación significativa y positiva entre gestión de inventarios y aspecto tangible de un restaurante en el distrito de Miraflores-Lima Metropolitana, indicando que a mayor gestión de inventarios por parte de los dueños u encargados del establecimiento mayor será el aspecto tangible en el restaurante.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los dueños del restaurante implementar un mejor sistema de inventarios donde abarquen todas las áreas necesarias para el buen funcionamiento del establecimiento supervisando y monitoreando cada proceso que genera el mismo, con ello se lograra un mejor servicio al cliente lo cual aumentara en gran medida las recomendaciones de los comensales.

Se recomienda a los encargados del área de calidad de servicio implementar medidas que vayan de la mano con un buen sistema de fidelización del servicio apoyadas por las sugerencias de clientes antiguos lo cual permitirá generar mayor receptividad en los clientes del establecimiento.

Se recomienda a los encargados de atención al cliente prestar mayor atención a los pedidos realizados por los comensales sugiriendo la implementación de un cronograma de solicitud de servicio lo cual les permitirá que los clientes puedan obtener una buena imagen del establecimiento alegando el buen servicio y su capacidad de respuesta.

Se recomienda a los encargados del aseo general del establecimiento a utilizar los debidos implementos para llevar a cabo una óptima aplicación de los mismos en las áreas respectivas que requieran la debida limpieza así aumentara la afluencia de clientes producto de la buena optimización en cuanto a los aspectos tangibles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, M., & Pincay, D. (2014). *Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros en Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politecnica Salesiana.
- Almagro, I. (2015). Los procesos de servicios en restauración. *synthesis*.
- Andía, W. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Industrial Data*, 67-72.
- Angulo, I. (2019). *Análisis de la gestión de compras en Empresas Multiservicios de Ucayali, 2019*. Tesis de Licenciatura. Universidad Peruana Unión. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3060/Irene_Tesis_Licenciatura_2020.pdf?sequence=4
- Arenal, C. (2020). *Gestión de inventario*. La Rioja: Tutor formación.
- Baptista, M., Fernández, C., & Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F: Mc. Graw Hill.
- Bustamante, M. et al. (2019). Fundamentos de la calidad de servicio. El modelo SERVQUAL. *Revista empresarial*, 13(2), 1-14. doi:DOI: <https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.001>
- Carhuaricra, L., & Travezaño, E. (2019). *Gestión de Inventario en la empresa Promax Perú S.A.C para incrementar la calidad de servicio en Ate, 2019*. Tesis de pregrado. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45807>

- Carrasco, D. (2016). *Metodología de la investigación*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Carrasco, D. (2016). *Metodología de la Investigación Científica (Décima ed.)*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Carro, R., & González, D. (2016). *Gestión de stocks*. Mar del Plata: Universidad de Mar del Plata.
- Carvajal, A. (2018). “*Modelo de gestión de inventarios para la empresa*.” Tesis de pregrado. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2479/1/76757.pdf>
- Córdoba P. (2012). *Gestión financiera*. Colombia: ECOE EDICIONES.
- Coronel, M., & Margarita, M. (2018). La resolución de problemas como estrategia de enseñanza y aprendizaje. *Revista Electrónica de Enseñanza de las Ciencias*, 7(2). Obtenido de http://reec.uvigo.es/volumenes/volumen7/ART11_Vol7_N2.pdf
- Cruz, A. (2017). *Gestión de inventarios*. Malaga: IC editorial.
- Deza, j., & Muñoz, S. (2012). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Ediciones Universidad Alas Peruanas.
- Durán, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión Gerencial*(1), 55-78. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>

- Fandos, J., Estrada, M., Monferrer, D., & Callarisa, L. (2013). ESTUDIO DEL PROCESO DE FIDELIZACIÓN DEL CONSUMIDOR FINAL. *Revista Brasileira de Marketing*, 108-127.
- Fiestas, J., & Reluz, J. (2021). *Gestión de inventarios para mejorar el nivel de servicio, en el área de repuestos de la empresa Ferreycat, Lambayeque 2020*. Tesis de pregrado. Lambayeque: Universidad César Vallejo.
- Flores, M., Becerril, O., & Ibarra, M. (2018). Capacidad de respuesta y capacidad de absorción. Estudio de empresas manufactureras en México. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 61-77.
- García, J. (2000). La importancia de mantener la fidelidad de los clientes como un activo estratégico de gran valor para la marca. *ESIC MARKET*.
- Gerencia Retails. (7 de Julio de 2019). *Gerencia Retails*. Obtenido de <https://www.gerenciaretail.com/2019/07/07/que-es-la-frecuencia-de-pedidos/>
- Gil, J. (2020). *Fundamento de Atención al Cliente*. España: Learning S.L.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw-Hill/Interamericana.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. México D.F: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2019). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. México D.F: Mc Graw Hill.

- Hidalgo, L. (2020). Marketing de servicios: concepto, características, estrategias y mucho más. *B2B*.
- Izar, J., Ynzunza, C., & Pérez, E. (2015). Cálculo del punto de reorden cuando el tiempo de entrega y la demanda están correlacionados. *Contraduría y administración*, 864-873.
- Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio*. Madrid: Edigrafos.
- Llamas, J. (24 de Abril de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/volumen-de-ventas.html>
- Luna, J. (2019). *Gestión logística y su influencia en la calidad de servicio en la empresa S.L. del Perú SAC Bellavista, 2019. Tesis de pregrado*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/58679>
- Marco, J. (28 de Febrero de 2019). *Blog de logística*.
- Meana, P. (2017). *Gestión de inventarios*. Madrid: Ediciones pananinfo.
- Molina, A. (2019). *Gestión de inventarios y su relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019. Tesis de pregrado*. Callao: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55404/Molina_RA_W-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Naldos, V., & Rosas, S. (2018). *Medición del cumplimiento de las expectativas de los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la*

Universidad de Piura Campus Lima a través de la herramienta SERVQUAL.

Piura: UNIVERSIDAD DE PIURA.

Ñaupas, H., Mejía, E., Navoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Cuarta edición.*

Bogotá: Ediciones de la U.

Oliveira, S. (2011). LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PRIMARIO DE UN DESTINO. El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 738-752.

Orellana, P. (17 de Abril de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/proyecto-de-inversion.html>

Ortiz, P. (16 de Diciembre de 2020). *Clavei*. Obtenido de <https://www.clavei.es/blog/prevision-de-la-demanda-y-gestion-de-stocks/>

Peiro, A. (16 de Julio de 2015). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Pino, R. (2018). *Metodología de la investigación*. Lima: San Marcos.

Polanco, N. (2016). *La Gestión de los inventarios y su relación con la liquidez de la empresa FERCEVA S.A.* Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Prieto, G., & Delgado, A. (2010). Fiabilidad y Vaidez. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 67-74. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/778/77812441007.pdf>

- Ramírez, G. (2018). *Perfeccionamiento de la gestión de inventario en La Agencia Servicios Automotores S.A. de Villa Clara*. Santa Clara: Universidad Central Marta Abreu de Las Villas. Obtenido de <https://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/10360/Ram%c3%adrez%20Arbolaez%2c%20Gabriel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez, T. (1999). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Panap.
- Roldán, P. (29 de Junio de 2017). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mercado-a-plazo.html>
- Salas, K., Maignel, H., & Acevedo, J. (2017). Metodología de Gestión de Inventarios para determinar los niveles de integración y colaboración en una cadena de suministro. *Revista chilena de ingeniería*, 25(2), 326-337. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v25n2/0718-3305-ingeniare-25-01-00326.pdf>
- Sánchez, J. (27 de Mayo de 2016). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Sánchez, J. (04 de Octubre de 2016). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio-de-mercado.html>
- Setó, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: Esic editorial. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=9Nk8sWMjoBcC&oi=fnd&pg=P>

R11&dq=Calidad+De+Servicio+&ots=PIY4ePhUZk&sig=-

MnIzPzcfPyYWcsjadRg9aY-MBI#v=onpage&q&f=false

Sevilla, A. (17 de Septiembre de 2015). *Economipedia.com*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/activo-tangible.html>

Socarras, E. (2014). *La comunicación como eje del servicio al cliente en las*

Instituciones de Educación Superior. Bogota: UNIVERSIDAD MILITAR

NUEVA GRANADA.

Veloz, C., & Parada, O. (2017). Métodos para mejorar la eficiencia y la toma de

decisiones en la gestión de inventarios. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(22), 29-38.

Vermorel, J. (Octubre de 2020). *Lokad*. Obtenido de [https://www.lokad.com/es/tiempo-](https://www.lokad.com/es/tiempo-de-entrega-lead-time)

[de-entrega-lead-time](https://www.lokad.com/es/tiempo-de-entrega-lead-time)

Viera, E., Cardona, D., Torres, R., & Mera, B. (2017). Diagnóstico de los modelos de

gestión de inventarios de alimentos en empresas Hoteleras. *Revista Científica*

ECOCIENCIA, 4(3). Obtenido de

<https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/31/24>

Villalba, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus

modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de*

vista, 51-72.

Westreicher, G. (21 de Julio de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/gestion-de-inventarios.html>

Westreicher, G. (24 de Junio de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/aprovisionamiento.html>

Westreicher, G. (11 de Junio de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/costes-del-almacenamiento.html>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

GESTIÓN DE INVENTARIO EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN UN RESTAURANTE, DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, LIMA METROPOLITANA-2020.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿De qué manera la gestión de inventario se relaciona la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- ¿Lima Metropolitana, 2020?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>1. ¿De qué manera la gestión de inventario se relaciona en la fiabilidad del servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- ¿Lima Metropolitana, 2020?</p> <p>2. ¿De qué manera la gestión de inventario se relaciona en la capacidad de respuesta en un restaurante del distrito de</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar de qué manera la gestión de inventario se relaciona en la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>1. Determinar de qué manera la gestión de inventario se relaciona en la fiabilidad del servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.</p> <p>2. Determinar de qué manera la gestión de inventario se relaciona en la capacidad de respuesta en un restaurante</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>La gestión de inventario se relaciona en la calidad de servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <p>1. La gestión de inventarios se relaciona con la fiabilidad del servicio en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.</p> <p>2. La gestión de inventario se relaciona en la capacidad de respuesta en un restaurante del</p>	<p>V1. Gestión de inventario <i>Dimensiones e indicadores</i></p> <p>Demanda</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ X1.1. Frecuencia de pedido ➤ X1.2. Tamaño de pedido ➤ X1.3. Previsión de la demanda <p>Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ X.2.1. Costo de aprovisionamiento ➤ X.2.2. Costo de almacenaje ➤ X.2.3. Costo asociado a la demanda insatisfecha <p>Plazos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ X.3.1. Tiempo de tránsito de la orden de pedido hasta el proveedor. 	<p>Enfoque: Cuantitativo.</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo-Correlacional.</p> <p>Diseño: No Experimental – Transversal.</p> <p>Población: 20 empleados</p> <p>Muestra: Muestra censal 20 empleados</p> <p>Técnica de recolección: Encuesta</p> <p>Instrumento de recolección: Cuestionario</p> <p>Técnicas para el procesamiento y análisis de la información:</p>

<p>Miraflores- ¿Lima Metropolitana, 2020?</p> <p>3. ¿De qué manera la gestión de inventario se relaciona en el aspecto tangible en un restaurante del distrito de Miraflores- ¿Lima Metropolitana, 2020?</p>	<p>del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.</p> <p>3. Determinar de qué manera la gestión de inventario se relaciona en el aspecto tangible en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.</p>	<p>distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.</p> <p>3. La gestión de inventario se relaciona en el aspecto tangible en un restaurante del distrito de Miraflores- Lima Metropolitana, 2020.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ X.3.2. Tiempo de tránsito del pedido. ➤ X.3.3. Tiempo de tránsito de la recepción hasta su disponibilidad <p>V2. Calidad de servicio <i>Dimensiones e indicadores</i></p> <p>Fiabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Y.1.1. Cumplen lo prometido ➤ Y.1.2. Resuelven problemas. ➤ Y.1.3. Cumplen el servicio en tiempo prometido. <p>Capacidad de respuesta</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Y.2.1. Comunicación del servicio ➤ Y.2.2. Servicio rápido y oportuno ➤ Y.2.3. Disponibilidad de atención <p>Aspecto tangible</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Y.3.1. Presentación de los platos y bebidas ➤ Y.3.2. Higiene de los platos y bebidas ➤ Y.3.3 Stock de los platos y bebidas 	<p>Se tabulará la información a partir de los datos obtenidos haciendo uso del software estadístico SPSS, versión 26 en español.</p>
--	--	---	--	--

Anexo 2. Matriz de Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	de Dimensiones	Indicadores	Escala
GESTIÓN DE INVENTARIO	Arenal (2020) es la actividad de controlar la cantidad física e informática de cada producto en un tiempo determinado. Una correcta gestión será aquella que garantice la salida del producto en tiempo y en forma, manteniendo un umbral de costos óptimos para la empresa.	Los factores que explican el comportamiento de inventario son: Demanda, Costos y Plazo. (Arenal, 2020). Por lo que se toma como dimensiones estos factores.	X.1. Demanda	X1.1. Frecuencia de pedido X1.2. Tamaño de pedido X1.3. Previsión de la demanda	Ordinal
			X.2. Costos	X.2.1. Costo de aprovisionamiento X.2.2. Costo de almacenaje X.2.3. Costo asociado a la demanda insatisfecha	
			X.3. Plazos	X.3.1. Tiempo de tránsito de la orden de pedido hasta el proveedor. X.3.2. Tiempo de tránsito del pedido. X.3.3. Tiempo de tránsito de la recepción hasta su disponibilidad	
CALIDAD DE SERVICIO	Gil (2020) menciona que es el hábito desarrollada por la empresa para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y en consecuencia,	la medida cuantitativa de la calidad del servicio se recoge bajo la denominación de SERVQUAL. (Bustamante, M. et al., 2019) Para este estudio se toma tres	Y1. Fiabilidad	Y.1.1. Cumplen lo prometido Y.1.2. Resuelven problemas. Y.1.3. Cumplen el servicio en tiempo prometido	Ordinal
		Y2. Capacidad de respuesta	Y.2.1. Comunicación del servicio Y.2.2. Servicio rápido y oportuno		

un servicio accesible,
apreciable y confiable .

dimensiones que
concuerdan con el
estudio

Y.2.3. Disponibilidad de
atención

Y3. Aspecto tangible

Y.3.1. Presentación de los
platos y bebidas

Y.3.2. Higiene de los platos y
bebidas

Y.3.3 Stock de los platos y
bebidas

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO

Mediante el presente documento nos presentamos a usted a fin de obtener información relevante para el desarrollo de nuestra tesis titulada “**Gestión de inventario en la calidad de servicio en un restaurante, del distrito de Miraflores, Lima Metropolitana-2020**” el cual nos permitirá medir las variables de investigación y probar nuestras hipótesis, por lo cual pedimos que nos apoye ofreciendo sus respuestas. Quedamos agradecidos por su intervención, haciendo a su vez la aclaración de que dicha información será **reservada y anónima**.

INSTRUCCIONES:

A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems referidos a la gestión de inventarios y la calidad de servicio, marque con una “X” en la columna de la alternativa que considere conveniente para cada pregunta. Su respuesta debe basarse en la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

PREGUNTAS		Escala valorativa				
		1	2	3	4	5
GESTIÓN DE INVENTARIO						
X.1. Demanda						
1	El restaurant planifica las compras de los insumos teniendo en cuenta la frecuencia de pedidos que tienen al día.					
2	Tienen conocimiento sobre el tamaño de pedido que se debe tener al día para cumplir con el servicio.					
3	Se previene la demanda que se va tener al mes con el fin de gestionar las compras y el <i>stock</i> de las materias primas.					
4	El establecimiento cuenta con bienes y servicios de emergencia, es decir, posibles sustitutos antes la sobre demanda de un producto.					
5	Datos actualizados en el sistema de compras e inventarios.					
6	En el área se lleva a cabo un óptimo registro de almacén					
X.2. Costos						
7	El establecimiento conoce cuales son los costes de aprovisionamiento que emiten los proveedores					
8	Se tiene establecido cuales son los costos de almacenaje del establecimiento					
9	Se presentan reiteradamente costos asociados a la demanda insatisfecha de parte de los consumidores					
10	El establecimiento cuenta con un plan de contingencia ante una posible alza de costos					
11	La empresa cuenta con un presupuesto de costos					
X.3.Plazos						
12	Se conoce cuanto es el tiempo de tránsito de la orden de pedido hasta el proveedor.					
13	El personal toma medidas para reducir el tiempo de tránsito del pedido					
14	Se conoce cuanto es el tiempo de tránsito de la recepción hasta su disponibilidad					
15	La empresa cuenta con capacidad para realizar a tiempo para inventariar la materia prima.					
CALIDAD DE SERVICIO						
Y.1.Fiabilidad						
16	El restaurante cumple lo prometido en la carta de presentación					

17	Los colaboradores del establecimiento resuelven problemas de manera rápida y eficaz					
18	Los colaboradores cumplen con el servicio en el tiempo prometido					
19	El establecimiento cuenta con un libro de reclamaciones					
20	El establecimiento cuenta con procedimientos y políticas exhibidas en las instalaciones visibles para todo el personal.					
21	La empresa evalúa y capacita al personal implicado en la gestión de inventario.					
Y.2. Capacidad de respuesta						
22	El equipo de colaboradores cuenta con comunicación del servicio de manera asertiva					
23	Los colaboradores realizan su servicio rápido y oportuno					
24	El establecimiento cuenta siempre con disponibilidad de atención					
25	Los colaboradores absuelven problemas y toman decisiones adecuadas al momento de presentarse un problema.					
Y.3. Aspecto tangible						
26	El establecimiento cuenta con una buena presentación de los platos y bebidas					
27	El establecimiento cuenta con adecuada iluminación					
28	Los colaboradores cuentan con insumos para la higiene en los platos y bebidas dentro del restaurante					
29	El establecimiento cuenta con un <i>stock</i> de platos y bebidas variado					
30	El establecimiento cuenta con ambientes adecuados para el tránsito y afluencia de comensales					

Anexo 5. Confiabilidad y validez

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,737	30

UNIVERSIDAD PRIVADA DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Señor (a): JORGE RAÚL MONTAÑEZ BENITO

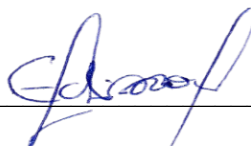
Presente

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, nos encontramos realizando una investigación que lleva por título: Gestión de inventarios y calidad de servicio en un restaurante, del distrito de Miraflores, Lima Metropolitana-2020, por lo que requerimos su apoyo en la validación del cuestionario que será aplicado a los encuestados para la recolección de la información.

Sin otro particular, expresamos nuestros sentimientos de respeto y consideración, no sin antes agradecerle por la atención.

Adjunto:

- La Matriz de Operacionalización
- Instrumentos de recolección de la información
- Certificado de validez de instrumentos



FIRMA DEL TESISISTA 1

ALEMAN DONAIRE EDISON SMITH



FIRMA DEL TESISISTA 2

COLLANTES ZELAYA JEAN CARLOS

I DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Montañez Benito Jorge Raúl
 1.2 Cargo e institución donde labora: Asesor de Tesis en el Centro de Investigaciones Alejandria

Nº	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente Inf. de 79	Regular 80 a 85	Bueno 86 - 90	Muy bueno 91 - 95	Excelente 96-100
1.	Claridad y Precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades.				94%	
2.	Coherencia	Las preguntas guardan relación con los indicadores, las dimensiones y las variables.				94%	
3.	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez de contenido y de criterio.				93%	
4.	Organización	La estructura es adecuada. Contiene de manera coherente todos los elementos de un instrumento de medición.				93%	
5.	Confiabilidad	El instrumento es confiable porque está de acuerdo a la capacidad de respuesta de los sujetos de investigación.				94%	
6.	Control de sesgo	Presenta preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas.				93%	
7.	Consistencia	En su conjunto, el instrumento responde a los objetivos de la investigación.				94%	
8.	Marco de referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del evaluado: lenguaje, nivel de instrucción, cultura.				93%	
9.	Extensión	El número de ítems son suficientes para lograr el objetivo de la investigación.				92%	
10.	Inocuidad	Las preguntas no constituyen ningún riesgo para el sujeto evaluado.				94%	

II PROMEDIO DE VALORACION: 93.4%

III OPINION DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ES APLICABLE

Lima, 17 de mayo del 2022.



Montañez Benito Jorge Raúl

Firma del Experto Informante
 DNI. 47063869

UNIVERSIDAD PRIVADA DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Señor (a): Villanueva Flores Florita Salome

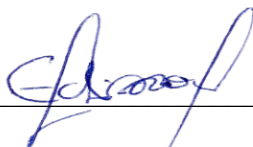
Presente

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, nos encontramos realizando una investigación que lleva por título: Gestión de inventarios y calidad de servicio en un restaurante, del distrito de Miraflores, Lima Metropolitana-2020, por lo que requerimos su apoyo en la validación del cuestionario que será aplicado a los encuestados para la recolección de la información.

Sin otro particular, expresamos nuestros sentimientos de respeto y consideración, no sin antes agradecerle por la atención.

Adjunto:

- La Matriz de Operacionalización
- Instrumentos de recolección de la información
- Certificado de validez de instrumentos



FIRMA DEL TESISISTA 1

ALEMAN DONAIRE EDISON SMITH



FIRMA DEL TESISISTA 2

COLLANTES ZELAYA JEAN CARLOS

I DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Villanueva Flores, Florita Salome
 1.2 Cargo e institución donde labora: Jefe de créditos y cobranzas – Cooperativa de ahorro y crédito Petroperú

Nº	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente Inf. de 79	Regular 80 a 85	Bueno 86 - 90	Muy bueno 91 - 95	Excelente 96-100
1.	Claridad y Precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades.				95%	
2.	Coherencia	Las preguntas guardan relación con los indicadores, las dimensiones y las variables.				93%	
3.	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez de contenido y de criterio.				93%	
4.	Organización	La estructura es adecuada. Contiene de manera coherente todos los elementos de un instrumento de medición.				95%	
5.	Confiabilidad	El instrumento es confiable porque está de acuerdo a la capacidad de respuesta de los sujetos de investigación.				93%	
6.	Control de sesgo	Presenta preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas.				93%	
7.	Consistencia	En su conjunto, el instrumento responde a los objetivos de la investigación.				95%	
8.	Marco de referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del evaluado: lenguaje, nivel de instrucción, cultura.				95%	
9.	Extensión	El número de ítems son suficientes para lograr el objetivo de la investigación.				95%	
10.	Inocuidad	Las preguntas no constituyen ningún riesgo para el sujeto evaluado.				93%	

II PROMEDIO DE VALORACIÓN: 94%

III OPINION DE APLICABILIDAD: El instrumento muestra validez para ser aplicado.

Lima, 10 de mayo del 2022.



Eco. Florita Salome Villanueva Flores

Dni 42474650

UNIVERSIDAD PRIVADA DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

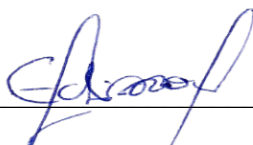
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Señor (a): David Mallqui Blas

Presente


Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, nos encontramos realizando una investigación que lleva por título: Gestión de inventarios y calidad de servicio en un restaurante, del distrito de Miraflores, Lima Metropolitana-2020, por lo que requerimos su apoyo en la validación del cuestionario que será aplicado a los encuestados para la recolección de la información.

Sin otro particular, expresamos nuestros sentimientos de respeto y consideración, no sin antes agradecerle por la atención.



FIRMA DEL TESISISTA 1

ALEMAN DONAIRE EDISON SMITH



FIRMA DEL TESISISTA 2

COLLANTES ZELAYA JEAN CARLOS

I DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto: David Mallqui Blas
 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente Universitario de la carrera de Administración

Nº	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente Inf. de 79	Regular 80 a 85	Bueno 86 - 90	Muy bueno 91 - 95	Excelente 96-100
1.	Claridad y Precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades.				94 %	
2.	Coherencia	Las preguntas guardan relación con los indicadores, las dimensiones y las variables.				94 %	
3.	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez de contenido y de criterio.				94 %	
4.	Organización	La estructura es adecuada. Contiene de manera coherente todos los elementos de un instrumento de medición.				92 %	
5.	Confiabilidad	El instrumento es confiable porque está de acuerdo a la capacidad de respuesta de los sujetos de investigación.				92 %	
6.	Control de sesgo	Presenta preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas.				92 %	
7.	Consistencia	En su conjunto, el instrumento responde a los objetivos de la investigación.				94 %	
8.	Marco de referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del evaluado: lenguaje, nivel de instrucción, cultura.				92 %	
9.	Extensión	El número de ítems son suficientes para lograr el objetivo de la investigación.				92 %	
10.	Inocuidad	Las preguntas no constituyen ningún riesgo para el sujeto evaluado.				94 %	

II PROMEDIO DE VALORACIÓN: 93 %
 III OPINION DE APLICABILIDAD: APLICABLE

David Mallqui Blas
 Postirma
 DNI 42299877

Lima, 10 de mayo del 2022.

Anexo 6. Data de procesamiento de datos

Y= CALIDAD DE SERVICIO																											
X= GESTION DE INVENTARIOS											Y= CALIDAD DE SERVICIO																
X.1-DEMANDA						X.2-COSTOS					X.3-PLAZOS					Y.1-FIABILIDAD				Y.2-CAPACIDAD DE RESPUESTA							Y.3-A
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	A
1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3	
2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	
2	1	2	2	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	3	2	2	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	
1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	
1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	
2	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	3	1	1	2	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3	
2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	
2	1	2	2	1	1	3	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	1	2	1	
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2	2	1	3	2	
1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	
1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	
1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3	
1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	
1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3	
1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3	

	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30
.00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
.00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00
.00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00
.00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00
.00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00
.00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00
.00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
.00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00
.00	2,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00
.00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00
.00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	3,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00
.00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	3,00	2,00	1,00	1,00	3,00
.00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	3,00
.00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
.00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00
.00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00
.00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
.00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00
.00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00
.00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	3,00	3,00	1,00

Anexo 7. Consentimiento informado.

K´prichos
Restaurante

Sres. Bach. Alemán Donaire, Edison Smith,
Bach. Collantes Zelaya, Jean Carlos

Carta de consentimiento informado

Por medio de la presente yo, **Giancarlo Moreno Estrada** representante legal de K´prichos restaurante domiciliada en Miraflores otorgo la presente carta de consentimiento para el uso de datos respecto a la gestión de inventarios correspondiente al año lectivo, para la investigación del proyecto "**Gestión de inventarios y calidad de servicio en un restaurante, del distrito de Miraflores, Lima Metropolitana-2020**" para fines de la investigación según referencia

Estos datos se usaran únicamente para los fines de la investigación, no pudiendo usarlos para fines publicitarios y divulgación en medios de comunicación u otros Todos los datos facilitados tienen mi consentimiento para ser usado en dicha investigación

Sin más, agradezco la atención prestada

Atentamente

