

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad De Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la empresa

MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Para Optar : Título Profesional de Licenciado en Administración
Autor : Bach. HUAMAN VILCAPOMA, JACKELINE EMILIA
Coautor : Bach. PEREZ ANAYA, EDWIN ANDREZ
Asesor : Mtro. Gutarra Elias Rocio Mirella
Línea de Investigación
Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y Culminación: 06.06.2023 - 05.06.2024

HUANCAYO – PERÚ

2024

CONFORMACIÓN DE LOS JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS

**Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX
distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022**

PRESENTADO POR:

Jackeline Huamán Vilcapoma

Edwin Andrés Pérez Anaya

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

APROBADA POR EL JURADO:

PRESIDENTE :

PRIMER MIEMBRO :

SEGUNDO MIEMBRO :

TERCER MIEMBRO :

ASESOR:

MTRO. GUTARRA ELIAS ROCIO MIRELLA

DEDICATORIA

A nuestros padres, por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios incontables. Este logro es también el suyo, porque cada paso que hemos dado ha sido de la mano de ustedes.

Los autores

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento infinito a los directivos y personal de MBA DEX distribuidores de Alicorp, por la confianza depositada en nosotros, darnos pie a realizar nuestro proceso investigativo dentro de su centro de labores.

Asimismo, nuestro agradecimiento a nuestra Alma Mater Universidad Peruana Los Andes (UPLA); a la facultad de Ciencias Administrativas y Contables, a nuestros apreciados docentes por los valiosos conocimientos compartidos durante todo este tiempo. Gracias a cada uno de ustedes por la dedicación, empeño y apoyo incondicional.

Jackeline y Edwin

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0088 - FCAC -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : **BACH. HUAMAN VILCAPOMA JACKELINE EMILIA
BACH. PEREZ ANAYA EDWIN ANDREZ**

Facultad : **CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Escuela Académica : **ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

Asesor(a) : **MG. GUTARRA ELIAS ROCIO MIRELLA**

Fue analizado con fecha 21/02/2024; con 121 págs.; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

Excluye citas.

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

Otro criterio (especificar)

X
X

El documento presenta un porcentaje de similitud de **19** %.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°15 del Reglamento de uso de Software de Prevención Version 2.0. Se declara, que el trabajo de investigación: **Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.**

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 21 de febrero de 2024.



DR. HILARIO ROMERO GIRON
JEFE (e)

CONTENIDO

CONFORMACIÓN DE LOS JURADOS	ii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
CONTENIDO	vii
CONTENIDO DE TABLAS	x
RESUMEN	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPITULO I.....	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD DEL PROBLEMA.....	16
1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.4.1. Justificación Social.....	22
1.4.2. Justificación Teórica.....	22
1.4.3. Justificación Metodológica	22
1.5. OBJETIVOS.....	23
1.5.1. Objetivo General	23
1.5.2. Objetivos Específicos	23
CAPITULO II	24
MARCO TEÓRICO	24
2.1. ANTECEDENTES	24

2.2.	BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS	32
2.3.	MARCO CONCEPTUAL	44
	CAPITULO III.....	46
	HIPÓTESIS.....	46
3.1.	Hipótesis General	46
3.2.	Hipótesis Específicas	46
3.3.	Variables	47
	CAPITULO IV.....	49
	METODOLOGÍA	49
4.1.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	49
4.2.	TIPO DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
4.3.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	50
4.4.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	50
4.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA	51
4.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	52
4.7.	TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	53
4.8.	ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN	54
	CAPITULO V	55
	RESULTADOS	55
	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	80
	CONCLUSIONES	84
	RECOMENDACIONES.....	86
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89
	MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	93

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DEL INSTRUMENTO	94
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	95
CONFIABILIDAD Y VALIDACION DEL INSTRUMENTO	101
DATA Y PROCESAMIENTO DE DATOS	110
FOTOS DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO	121

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Tipo de almacén según la actividad de la empresa.....	33
Tabla 2 Operacionalización de las Variables.....	48
Tabla 3 Gestion de almacen en la empresa MBA DEX distribuidora de Alicorp, Huancayo 2022	55
Tabla 4 Recepción en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	56
Tabla 5 Almacenamiento en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	57
Tabla 6 Control de inventarios en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.	58
Tabla 7 Preparacion de pedidos de inventarios en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.....	59
Tabla 8 Despacho en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	60
Tabla 9 Satisfaccion del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	62
Tabla 10 Calidad percibida en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	63
Tabla 11 Valor percibido del producto en la empresa MBA distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	64
Tabla 12 Expectativa en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	65
Tabla 13 Experiencia del servicio en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	66
Tabla 14 Correlacion entre la gestion de almacen y satisfaccion del cliente.....	67
Tabla 15 Correlacion entre recepcion y satisfaccion del cliente	69
Tabla 16 Correlacion entre la dimension almacenamiento y la variable satisfaccion del cliente	71
Tabla 17 Correlacion entre el control de inventarios y satisfaccion del cliente	73
Tabla 19 Correlacion entre la dimensio preparacion de pedidos y la variable satisfaccion el cliente ..	75
Tabla 20 Correlacion entre la dimension despacho y la variable satisfaccion del cliente.....	77

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1 Top 25: Logística de Clase Mundial	18
Figura 2 Tipos de almacenamiento por propiedad.....	33
Figura 3 Costos de Almacen	36
Figura 4 Satisfacción del cliente.....	37
Figura 5 Satisfacción del cliente.....	38
Figura 8 Procedimiento de recolección de datos	53
Figura 9 Aspectos éticos de la investigación.....	54
Figura 10 Gestión de almacén en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.....	56
Figura 11 Recepción en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.....	57
Figura 12 Almacenamiento en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.....	58
Figura 13 Control de inventarios en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	59
Figura 14 Preparación de pedidos en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	60
Figura 15	61
Figura 16 Satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	62
Figura 17 Calidad percibida en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.....	63
Figura 18 Valor percibido del producto en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.....	64
Figura 19 Expectativa en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.....	65
Figura 20 Experiencia del servicio en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	66

RESUMEN

La investigación presentada por los autores hace referencia a la gestión de almacenes y la satisfacción del cliente en la empresa distribuidores MBA DEX de Alicorp, Huancayo, para la investigación se hizo uso del método científico, el cual orienta como realizar una investigación hipotético–deductivo, de nivel correlacional, diseño no experimental de corte transversal y de tipo básica. La población estuvo constituida por 5980 clientes. La recolección de datos se realizó aplicando la técnica de la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual estuvo conformado por 32 preguntas. La conclusión obtenida en base a los resultados se ha establecido que, conociendo que el coeficiente tau b es $\tau = 0.460$ y significancia bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación se establece que existe una relación considerable entre las variables investigadas. Además, se consideró que existe una relación significativa entre la gestión de almacenes y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022, respondiendo así al objetivo planteado al inicio de la investigación, llegando a comprobar que la gestión de almacenes y la satisfacción del cliente son uno de los componentes básicos sobre los que se asienta una organización exitosa.

Palabras clave: Gestión de almacenes, Satisfacción del cliente, Calidad de servicio

ABSTRACT

The research presented by the authors refers to warehouse management and customer satisfaction in the MBA DEX distributor company of Alicorp, Huancayo. For the research, the scientific method was used, which guides how to carry out a hypothetical-deductive investigation. correlational level, non-experimental cross-sectional design and basic type. The population was made up of 5980 clients. Data collection was carried out applying the survey technique and the instrument used was the questionnaire, which was made up of 32 questions. The conclusion obtained based on the results has been established that, knowing that the tau b coefficient is $\tau = 0.460$ and bilateral significance of $p = 0.000$, based on the interpretation interval it is established that there is a considerable relationship between warehouse management and Customer satisfaction in the MBA DEX distributor company of Alicorp, Huancayo. In addition, it was considered that there is a significant relationship between warehouse management and customer satisfaction in the company MBA DEX distributors of Alicorp, Huancayo 2022, thus responding to the objective set at the beginning of the research, verifying that warehouse management and customer satisfaction are one of the basic components on which a successful organization is based.

Keywords: Warehouse management, Customer satisfaction, Service quality

INTRODUCCIÓN

La gestión de almacenes se relaciona tanto con los costos de la cadena de suministro como en la satisfacción del cliente, por tanto, es un factor clave para la rentabilidad y la competitividad de la empresa.

Las funciones de gestión de un almacén son componentes esenciales de la logística de la cadena de suministros. No obstante, en tiempos recientes, el almacén ha adquirido relevancia como un espacio que no solo desempeña la función de resguardar productos, sino que también agrega valor a través de diversas actividades de servicio.

Desde la preparación de pedidos y el empaquetado, hasta la manufactura (proceso regulado por un contrato en el cual el contratante compensa al fabricante por transformar la materia prima proporcionada por él y la renovación de productos, las prestaciones adicionales ejecutadas en la administración de almacenes constituyen una ampliación de las operaciones de la empresa logística que resultan beneficiosas para los consumidores finales.

Esto implica una mayor complicación en la coordinación de bienes, la optimización del espacio y la distribución de responsabilidades entre el equipo de trabajo.

Contar con una gestión de almacenes eficiente constituye una parte esencial de la estrategia para alcanzar la optimización de operaciones, traducéndose en la disminución de costos, un aumento en la productividad y una experiencia mejorada para el cliente.

El problema de la investigación fue ¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de almacenes y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX, distribuidores de Alicorp en Huancayo durante el año 2022?. El objetivo principal de este estudio fue establecer la relación que existe entre la gestión de almacenes y la satisfacción del cliente en dicha empresa. Para llevar a cabo esta investigación, se empleó el método científico, siendo el nivel de investigación correlacional y el diseño de investigación no experimental, con un enfoque de corte transversal. La presente investigación consta de cinco capítulos, siendo los

siguientes: Capítulo I Planteamiento del estudio en donde trata de la realidad de la problemática, trabajos previos teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio y objetivos. En el Capítulo II, se desarrolla el marco teórico de la investigación, en el Capítulo III se considera la hipótesis de la investigación, finalmente en el Capítulo IV se considera la Metodología de la Investigación, Capítulo V Resultados, análisis y discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones también las, referencias bibliográficas y los Anexos.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD DEL PROBLEMA

La gestión en el área de almacén, en el mundo es muy estudiado y que a través del tiempo y los años ha ganado importancia, por ello surgen muchos estudios sobre el control del almacén, control de stocks, tomando la parte logística y unos de sus procesos el almacén es un aspecto muy importante para poder tener un posicionamiento en el mercado, pero también surge ideas sobre stock, es decir tener productos que ocupan espacio, costo, y que son muy costosos y que está dentro del almacén y una rotación muy lenta.

En el mundo surge la logística como necesidad que el hombre tiene cerca a algo, como recoger granos y guardarlos para el inviernos, después aplicado con un intercambio de productos que no produce en ciertas regiones, luego las ventas de productos por un valor monetario, para ello hay que tener productos suficientes para poder satisfacer las necesidades de los clientes, pero que sucede cuando hay diversos cambios a través de los años, hay más marcas de producto o servicios, y por ende aumenta la capacidad de almacén.

Algunas organizaciones están adoptando estrategias de desarrollo logístico mediante modelos de administración con el objetivo de mejorar su competitividad en el sector. Un ejemplo de esto es la formación de grupos de compra por parte de farmacias independientes,

conocidos como Buying Groups. Estos grupos les brindan una mayor capacidad de negociación con los proveedores y les permiten competir directamente con las cadenas de farmacias. Esta estrategia ha demostrado ser efectiva para reducir las brechas de costos en los productos comercializados por estas boticas.

Este modelo, que ha resultado exitoso, se considerará en el futuro como una herramienta de desarrollo de compras para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mypes). Es esencial promover la importancia de la gestión de almacenes en la Mypes de nuestro mercado, involucrando a todos los actores de la cadena de suministro en su desarrollo logístico y organizacional. Esto permitirá contar con proveedores más competitivos y, como consecuencia, beneficiar a nuestros clientes finales (Logistic, 2011).

Por otro lado, la revista Expansión considera un ranking top 25 de empresas de clase mundial en la cual nos muestra como las empresas en el mundo consideran como punto primordial a la logística.

Figura 1

Top 25: Logística de Clase Mundial

TOP 25: LOGÍSTICA DE CLASE MUNDIAL								
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Unilever	1,841	632	10.8%	6.9	3.6%	10.00	5.84
2	McDonald's	1,754	493	13.2%	156.0	-4.0%	3.00	5.54
3	Amazon	3,356	582	0.5%	8.4	20.4%	0.00	5.34
4	Intel	1,112	496	11.4%	4.3	1.1%	9.00	4.62
5	H&M	833	189	25.3%	3.5	16.3%	9.00	4.50
6	Inditex	1,212	283	16.7%	3.9	11.2%	9.00	4.42
7	Cisco Systems	1,158	510	8.2%	11.2	2.3%	5.00	4.21
8	Samsung Electronics	1,313	303	8.6%	14.8	-2.4%	9.00	3.95
9	The Coca-Cola Co.	1,459	253	8.3%	5.7	-2.9%	9.00	3.69
10	Nestlé	1,251	257	8.9%	5.2	-1.1%	10.00	3.68
11	Nike	1,393	205	14.7%	3.9	9.7%	4.00	3.58
12	Starbucks	1,069	188	16.9%	6.8	13.8%	4.00	3.55
13	Colgate-Palmolive	880	323	15.1%	5.2	-3.5%	3.00	3.43
14	3M	784	163	15.0%	4.2	-0.9%	9.00	3.30
15	PepsiCo	931	347	8.5%	8.6	-2.3%	4.00	3.23
16	Walmart	1,512	232	7.9%	7.7	0.6%	3.00	3.06
17	HP	390	266	4.6%	12.1	-5.2%	10.00	2.87
18	Schneider Electric	392	259	4.3%	5.1	4.9%	10.00	2.80
19	L'Oréal	888	159	11.4%	3.0	7.0%	4.00	2.70
20	BASF	492	199	6.5%	5.0	-2.0%	10.00	2.70
21	Johnson & Johnson	950	165	11.6%	2.6	-0.4%	4.00	2.65
22	BMW	778	128	3.8%	6.0	8.8%	10.00	2.61
23	GlaxoSmithKline	361	98	12.6%	1.9	-1.9%	9.00	2.51
24	Kimberly-Clark	634	240	9.0%	6.3	-2.5%	3.00	2.48
25	Lenovo	508	217	3.6%	13.3	17.0%	4.00	2.43

Nota. La figura nos muestra el Top 25: Logística de Clase Mundial según la fuente: Revista EXPANSIÓN

En el Perú existe múltiples empresas que toman conciencia que es mantener un almacén, sus costos, capacidad de almacenaje, pero también contamos con las micros o medianas empresas que tienen un pensamiento muy tradicional o poco conocedora de las nuevas técnicas de almacenamiento, y que este al no tener un buen manejo nos puede causar muchas falencias en los procesos.

En nuestra región poco es aplicado una gestión de almacén, pues solo colocan jóvenes que solo tienen que saber qué productos hay, y cuando llega un comprobante ponerlos en el medio de transporte, solo tratamos a la parte de almacén como la última etapa comercial, pero debemos saber que esta última etapa es la más crítica, y que aquí se hace contacto con los clientes y que de nada serviría un correcto trabajo de captación de cliente, una exuberante venta de productos, cuando no se conoce bien si realmente, tengo esos productos, su fecha de vencimiento, y como el producto ofrecido por los vendedores son realmente los que le llega.

La empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp no ha prestado la debida atención a la gestión de las funciones logísticas a lo largo de su historia, enfocándose principalmente en la venta de sus productos. En el proceso de aprovisionamiento, a pesar de contar con un sistema de control de almacén, no se lleva a cabo un control adecuado de los productos, lo que resulta en pérdidas como productos deteriorados, rotos, faltantes en las porciones y artículos vencidos, entre otros errores.

Asimismo, en el proceso de almacenamiento, se observa un manejo inapropiado del inventario, desorden en los productos, problemas en el registro de ingresos de productos, dirección incorrecta de los kardex, pérdida de productos y ambientes descuidados. En cuanto al proceso de reparto, se evidencia una deficiente gestión de la cartera de consumidores, careciendo de una cartera adecuada. También se observa falta de control en la salida de productos, generando problemas en la contabilidad y en la satisfacción de los consumidores,

quienes presentan quejas y devoluciones de productos debido a retrasos, fechas de vencimiento, entre otros inconvenientes.

Debido a estas deficiencias, el objetivo principal de este trabajo es establecer la relación entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp en Huancayo para el año 2022.

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Delimitación Espacial

La investigación se llevó a cabo en la empresa distribuidora ubicada en la Av. Jorge Chávez 389 Anexo Saños Grande el Tambo.

1.2.2. Delimitación Temporal

Este estudio de investigación fue llevado a cabo durante el periodo que abarca desde julio hasta el 30 de diciembre 2022.

1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática

Esta investigación se llevó a cabo en un amplio campo teórico debido a las diferentes dimensiones establecidas en función de cada una de las variables; en principio, describe los términos y construcciones teóricos establecidos, tanto en lo que se establece sobre la base de las variables.

Poirier y Reiter (1996) sostienen, según lo citado por Correa, Gómez y Cano (2010), que la gestión de almacenes desempeña un papel fundamental en la consecución del aprovechamiento óptimo de los recursos y habilidades del almacén, adaptándose a las particularidades y al volumen de los productos a ser almacenados.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. Problema General

¿Cuál es la relación que existe la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?

1.3.2. Problemas Específicos

- 1) ¿Cuál es la relación que existe entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?
- 2) ¿Cuál es la relación que existe entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?
- 3) ¿Cuál es la relación que existe entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?
- 4) ¿Cuál es la relación que existe entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?
- 5) ¿Cuál es la relación que existe entre el despacho y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?

1.4. JUSTIFICACIÓN

1.4.1. Justificación Social

Esta investigación posibilitara a los lideres y miembros del equipo que trabajan en el contexto organizacional adquirir la información pertinente acerca de la conexión entre la gestión de almacenes y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX, distribuidores de Alicorp en Huancayo durante el año 2022.

1.4.2. Justificación Teórica

Para respaldar teóricamente nuestro argumento, tomamos en cuenta las ideas expresadas por Bernal (2010). La investigación, según este autor, se presenta como un análisis reflexivo o un debate académico que se fundamenta en una justificación teórica. Esto se debe a que su propósito puede abordar el análisis epistemológico del conocimiento existente sobre un tema, confrontar una teoría preexistente, proponer nuevos paradigmas o resolver un modelo.

El propósito de este estudio fue establecer la relación entre la gestión de almacenes y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX, distribuidores de Alicorp, ubicado en Huancayo durante el año 2022.

Además, consideramos que este estudio sienta las bases para investigaciones futuras, contribuyendo a la expansión del conocimiento en el contexto de la globalización. Asimismo, posibilita la realización de investigaciones adicionales con el fin de mejorar de manera continua todos los procesos dentro de la empresa.

1.4.3. Justificación Metodológica

Dentro del ámbito de la investigación, la justificación metodológica surge cuando la investigación introduce un nuevo método o estrategia con el objetivo de generar conocimiento válido y confiable (Bernal C., 2010).

En el desarrollo de esta investigación, empleamos métodos de investigación, técnicas de recolección de datos, instrumentos de medición, escalas para evaluar resultados, así como la tabulación de datos y análisis estadísticos para un procesamiento más efectivo de la información obtenida. Con el propósito de asegurar la confiabilidad y transparencia de los datos y resultados obtenidos en la investigación, proponemos la aplicación de un diseño no experimental de tipo transversal. Este enfoque se elige considerando los aspectos planteados en la formulación del problema y en la construcción de la investigación.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

1.5.2. Objetivos Específicos

- 1) Establecer la relación que existe entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
- 2) Establecer la relación que existe entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
- 3) Establecer la relación que existe entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
- 4) Establecer la relación que existe entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
- 5) Establecer la relación que existe entre el despacho y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes Internacionales:

Para Avendaño (2020) realizó el artículo científico denominado: *Implementación de un modelo de Gestión para empresas textiles artesanales Caso Almacenes Coronado, Universidad Técnica de Machala - Ecuador.*

El **objetivo** fue estandarizar los procesos para identificar deficiencias y, a través de la mejora continua, cumplir de manera integral con las expectativas. Este argumento científico propone la implementación de un modelo de gestión específicamente diseñado para empresas textiles artesanales, tomando como **metodo de estudio** de Almacenes Coronado en la ciudad de Machala. La introducción de un modelo de gestión bien estructurado, documentado y con un enfoque cualitativo-cuantitativo que integre procedimientos técnicos y gerenciales garantizara un impacto positivo en la calidad de los productos ofrecidos por la empresa. A través de una gestión de alto nivel que se logre mediante la mecanización y la normalización de estándares de calidad en la empresa, se busca alcanzar una mayor competitividad, productividad y sostenibilidad en comparación con la competencia. La toma de decisiones basada en los objetivos y metas de la organización, el análisis de riesgos y, especialmente, la mejora continua, son fundamentales para estructurar de manera coherente un modelo de gestión homogéneo.

Este trabajo de investigación se centra en examinar la calidad de los productos y su cadena de valor o valor agregado proporcionados por la empresa.

Para Macías T., Martínez G. & Lino H. (2022); *quien realizó el artículo científico: La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador.*

El **objetivo** de este estudio consistió en examinar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Ecuador. Se llevo a cabo una investigación desde la perspectiva de un enfoque cualitativo, utilizando el **metodo** de investigación documental-bibliografica. La recopilación de fuentes de información se llevó a cabo utilizando la base de datos en línea de sitios especializados en información académica y fuentes confiables. Posteriormente. Se realizo un análisis de contenido de la información extraída de las fuentes literarias recopiladas. Además, se llevó a cabo un análisis bibliométrico después de investigar 25 publicaciones nacionales e internacionales, de la cuales se seleccionaron ocho para el análisis, considerandolas las mas pertinentes para los objetivos del estudio. Los **resultados** indican que la calidad del servicio puede conceptualizarse desde diversas perspectivas, como parte de un proceso, un sistema, una estrategia o una necesidad. En **conclusión**, se observa que, en la actualidad, la calidad del servicio se ha vuelto fundamental para las empresas del sector ferretero, adaptandose a las necesidades específicas de cada una. Esto conduce al logro de sus objetivos al satisfacer las demandas de las personas y desempeña un papel crucial en la permanencia de la organización en el mercado empresarial.

Para Gadway C. (2021). En su investigación: *Diseño de plan estratégico para la mejora de la productividad en ventas y satisfacción del cliente de Almacenes GADVAY Ecuador*.

El **objetivo** de este estudio se enfoca en la formulación de una propuesta de plan estartegico para un periodo de cuatro años a partir del año 2020. Utilizando una **metodología** descriptiva y de observación, se recopila información a partir de un diagnóstico situacional. Se emplea un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo para revelar resultados esenciales para la creación de la herramienta estratégica. Al **concluir**, después de haber delineado las tácticas y acciones operativas que deben implementarse, como la evaluación del perfil de la capacidad interna, análisis de oportunidades y amenazas en el entorno, así como la elaboración de la matriz y el análisis FODA, se establecen indicadores y métodos para supervisar la ejecución y el cumplimiento del plan estratégico.

Para Quezada P. (2017) en la tesis titulada: *Propuesta de optimización de los procesos de fabricación para incrementar la eficiencia operativa de la planta de envases en San Miguel Industrias PET Ecuador, mediante un modelo de gestión de mejora continua. Universidad Politécnica Salesiana Ecuador*.

El **obetivo** de este trabajo es proponer mejoras para los procesos en la planta de producción de envases PET, utilizando herramientas de manufactura esbelta y metodología Six Sigma. Se propone la aplicación del **metodo** DMAIC como parte del análisis e identificación de la problemática. El análisis estaditico se utilizará para identificar las causas que están impidiendo alcanzar el objetivo de eficiencia operativa por encima del 95%. Al examinar históricamente la eficiencia operativa, se

observa un promedio del 93.2%. el valor del Cpk es de 0,26, indicando que el proceso no es capaz de cumplir con las especificaciones.

Para Martínez M. (2020) en la tesis titulada: *Medición de la satisfacción del cliente en los servicios que ofrece almacenes El Colono en el distrito de Batán durante el primer cuatrimestre 2020.* Universidad Latina de Costa Rica.

El **objetivo** de esta investigación es evaluar la satisfacción del cliente externo con los servicios proporcionados por el departamento de construcción del almacén. Como parte del proceso de investigación, se lleva a cabo una encuesta dirigida a 65 clientes externos con el fin de entender cómo perciben los servicios proporcionados por El Colono. Además, se realiza una encuesta a ocho colaboradores del almacén que tienen contacto directo con los clientes, lo cual se considera de gran importancia y contribución para la investigación. Finalmente, se realiza una entrevista dirigida al administrador. Como parte del **método** se considero el enfoque cualitativo y descriptivo, ya que sus variables están asociadas a descripciones y observaciones, con el objetivo de obtener la información necesaria para medir las variables identificadas para alcanzar los objetivos propuestos.

Para Escobar, J. (2017); en su tesis titulada: *Logística de almacenamiento y distribución para optimizar los despachos de productos de consumo a clientes de la empresa JEMSA Representaciones., (Tesis de pregrado), desarrollada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato Ecuador.*

En su proyecto de diseño de investigación de campo, presentó una exploración detallada con el **objetivo** de desarrollar un modelo de logística de almacenamiento y distribución para mejorar la eficiencia en la entrega de productos de consumo a los clientes de la organización Jemsa Representaciones. La población y muestra consistieron en 73 consumidores. Como **resultado**, se llegó a la conclusión de que Jemsa Representaciones tiene políticas empresariales alineadas con el sector comercial, las cuales se han ajustado para mejorar el rendimiento del modelo de la cadena de suministro. Esto resuelve la problemática de una logística empírica que fue gestionada durante más de cinco años desde la creación de la empresa.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Según Granados M. & Contreras J. (2017) Tiene como título: *Mejora continua en la gestión de almacén y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Wander S.A.C. - Huancayo, 2017.*

El **objetivo general** de este estudio fue evaluar la influencia de la Mejora Continua en la Gestión de Almacén en la Satisfacción del Cliente en la empresa WANDER S.A.C. en la provincia de Huancayo. La **metodología** empleada fue de tipo aplicada. En última instancia, se determinó que la gestión de almacén incide en la satisfacción del cliente, especialmente en lo relacionado directamente con el producto y su posición en el mercado. La implementación de mejoras en la gestión de almacén facilitarían un mejor control y conocimiento de la cantidad de productos disponibles

en la empresa, así como la identificación de artículos con poca demanda. Esto, a su vez, aseguraría un adecuado inventario y disponibilidad de productos, evitando que afecte el ciclo final de venta y generando satisfacción entre los clientes.

Para Huaman M. & Jesús S. (2021) Tiene como título: *La mejora continua y la gestión de almacén en la Corporación Puchis S.A.C., Lurigancho Chosica 2021.*

El **objetivo general** de este estudio fue identificar la relación entre la mejora continua y la gestión de almacén en la Corporación Puchis S.A.C. en Lurigancho Chosica durante el año 2021. La **metodología** utilizada se basó en una población finita de 45 colaboradores de la corporación Puchis, y la muestra fue censal, abarcando el 100% de la población. Se empleó la técnica de encuesta a través del instrumento del cuestionario, con un diseño no experimental, en un nivel correlacional, y un enfoque cuantitativo de tipo aplicada.

El **resultado**, obtenido mediante el coeficiente de correlación de Rho Spearman, reveló una correlación positiva muy fuerte de 0.761 entre la mejora continua y la gestión de almacén, con un nivel de significancia de 0.000. En conclusión, se infiere que al implementar la mejora continua mediante la consideración de principios lean, la respuesta al ciclo de Deming y la aplicación del método kaizen, se logrará perfeccionar el proceso en la gestión de almacén.

Para Retuerto R. (2017) en la investigación titulada: *Gestión de almacenes para incrementar la satisfacción al cliente del almacén de producto terminado de la empresa Ultrafrío, Callao 2021.*

La investigación tuvo como **objetivo general** analizar de que manera la gestión de almacenes impacta positivamente en la productividad en el área de almacenamiento de productos terminados en la empresa ULTRAFRIO SAC, ubicado en Callao en el año 2021. Este estudio involucra la recopilación de datos relacionados con la capacidad de respuesta, fiabilidad y despacho perfecto. Se llevo a cabo mediante un enfoque de investigación aplicada y un diseño experimental. La población examinada incluyó los despachos conforme a pedidos tanto a nivel nacional como internacional durante un periodo de 20 días. La técnica empleada fue la observación, utilizando herramientas como cronómetro para medir el tiempo, la auditoria 5S para evaluar el cumplimiento de estándares según criterios y otros instrumentos de ingeniería. Se sugiere que la gestión de almacenes logró mejorar las deficiencias identificadas.

Para Hinostroza L. (2021) en la tesis denominada: *La mejora continua y la gestión de almacén en la empresa Accuaproduct S.A.C, Santa Anita 2021.*

El objetivo general de la investigación fue establecer la relación entre la mejora continua y la gestión de almacén en la empresa Accuaproduct S.A.C. en Santa Anita durante el año 2021. Como **metodo** se adoptó un enfoque aplicado, un diseño no experimental de corte transversal, y se orientó hacia el ámbito cuantitativo con un nivel correlacional. La población fue finita, compuesta por 42 colaboradores de la empresa, y se decidió no calcular el tamaño de la muestra dado que la población era inferior a cien optándose por incluir a la totalidad de los colaboradores en la investigación. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la técnica de

encuesta, utilizando un cuestionario de 36 ítems medidos a través de la escala de Likert. El coeficiente alfa de Cronbach fue de 0.937, indicando un nivel de consistencia perfecta entre los datos. El resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0.270, denotando una correlación positiva de magnitud media. La significancia estadística fue de 0.0000. En consecuencia, se llegó a la **conclusión** de que la mejora continua contribuye a mejorar la gestión de almacén, logrando la optimización de procesos y actividades en el almacén, con el objetivo de reducir costos y mejorar el tiempo de atención a los clientes.

Para Vargas G. (2021) en su investigación titulada: *La gestión de almacenes con los costos de almacenamiento de la Empresa R.B. Chachani S.A.C. - Arequipa, 2019.*

Se llevó a cabo una investigación descriptiva para analizar el crecimiento en el área logística, abarcando diversas etapas de desarrollo. Se implementó el crecimiento en el área logística, abarcando diversas etapas de desarrollo. Se implementó una gestión enfocada en la planificación, organización, dirección, control y retroalimentación de cada proceso interno con el objetivo de reducir costos sin comprometer la calidad requerida para el área. Además, se detalla el uso de herramientas de gestión, como el kardex, las 5S, la cadena de suministro, la elaboración de horarios de funciones para el asistente de compras, y los acuerdos relacionados con la mejora continua que se aplican durante las operaciones.

2.2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

2.2.1. Variable Gestión de Almacén:

Según Poirier y Reiter (1996) (como se citó en Correa, Gómez y Cano, 2010), sostienen que la administración de almacenes es un factor fundamental para alcanzar la utilización eficiente de los recursos y las capacidades del almacén, considerando las características y el volumen de los productos que se van a almacenar.

Para Frazelle (2002) Indica que se trata de un conjunto de actividades como recepción, organización, almacenamiento, preparación de pedidos y despacho, destinadas a almacenar materia prima, productos en proceso o productos terminados. Estas operaciones permiten gestionar las variaciones entre la demanda y la producción, facilitando la satisfacción de los pedidos de los clientes.

Principios y objetivos de los almacenes.

De igual forma, Mulcahy (1993), Urzelai (2006), Mauleón (2006), y Harnsberger (1997) (como se citó en Correa, et al. 2010) indican que los objetivos de la gestión de almacenes abarcan: reducir espacio utilizado para aumentar la rentabilidad y disminuir las inversiones y costos de administración de inventarios, así como mitigar los riesgos asociados al personal.

Tipos de almacén.

Los tipos de almacenes pueden variar según a la actividad de la empresa según las revisiones bibliográficas de diversos autores como Juan Anaya (2008), Adolfo Carreño (2016).

Tabla 1

Tipo de almacén según la actividad de la empresa

EMPRESA INDUSTRIAL	EMPRESA COMERCIAL
Fabricantes y Proveedores que tienen en su almacén materia prima.	Constituidas por distribuidores mayoristas o minoristas que despachan los productos a los clientes.

Nota.-La tabla nos muestra el tipo de almacen según la actividad de la empresa Fuente:Elaboracion propia

Figura 2

Tipos de almacenamiento por propiedad



*Nota.*La figura nos muestra los tipos de almacenamiento por propiedad

2.2.1.1. Dimensión Recepción

Para Escudero, M. (2014) consiste en la descarga de un vehículo entrante, la identificación, inspección, registro y posiblemente el pre-empaque de la mercadería. Este proceso es crucial para la preparación de las actividades subsiguientes en el almacén, ya que una recepción inadecuada puede dificultar la manipulación posterior de la mercancía.

2.2.1.2. Dimensión Almacenamiento

Implica la retención física de la mercadería hasta que sea requerida. La elección del método de almacenamiento se determina según el tamaño y la cantidad de los artículos en el inventario, así como las características de manipulación del producto o su envase.

Para Escudero, M. (2014) Consiste en posicionar los productos en la ubicación más apropiada del almacén, facilitando su acceso y localización eficiente. Este proceso se lleva a cabo utilizando medios de transporte internos, como cintas transportadoras, elevadores y carretillas elevadoras, junto con medios fijos como estanterías, almacenes, estructuras y soportes (p. 18).

Por otro lado, teniendo en cuenta Carreño, A. (2016), este proceso comienza con la colocación de materiales en un almacén y finaliza al inicio de la preparación del pedido. Esta actividad tiene como finalidad almacenar y conservar los materiales, cuidándolos para que sean entregados en óptimas condiciones (p.120).

Aquí Carreño nos cuenta que el proceso de aprovisionamiento comienza con la llegada de los materiales y su respectiva ubicación, los cuales se pueden colocar en los stands. El trabajo realizado en el almacén es por tanto muy importante y delicado, que debe asumirse con gran responsabilidad.

2.2.1.3. Dimensión Control de Inventario

Escudero, M. (2014) es una herramienta que posibilita a empresas y organizaciones tener información sobre las cantidades disponibles de productos para la venta en un lugar y momento específico, así como las condiciones de almacenamiento pertinentes en sus respectivas industrias.

Se refiere al conjunto de materiales y/o mercancías almacenadas, ya sea para complementar el proceso productivo o para su venta al cliente. La efectiva administración del inventario en un almacén representa un desafío para las empresas logísticas o aquellas con un almacén o centro de distribución. Esto se debe a que la rentabilidad del negocio estará considerablemente influenciada por la gestión de inventarios de las existencias almacenadas.

2.2.1.4. Dimensión Preparación de Pedidos

Escudero, M. (2014) También conocida como picking, esta actividad consiste en recuperar los artículos de la zona de almacenamiento en respuesta a la solicitud de un cliente. Las tareas que integran este proceso incluyen el procesamiento de las órdenes, la recogida de los productos, su traslado a la zona de expedición y la verificación de los pedidos.

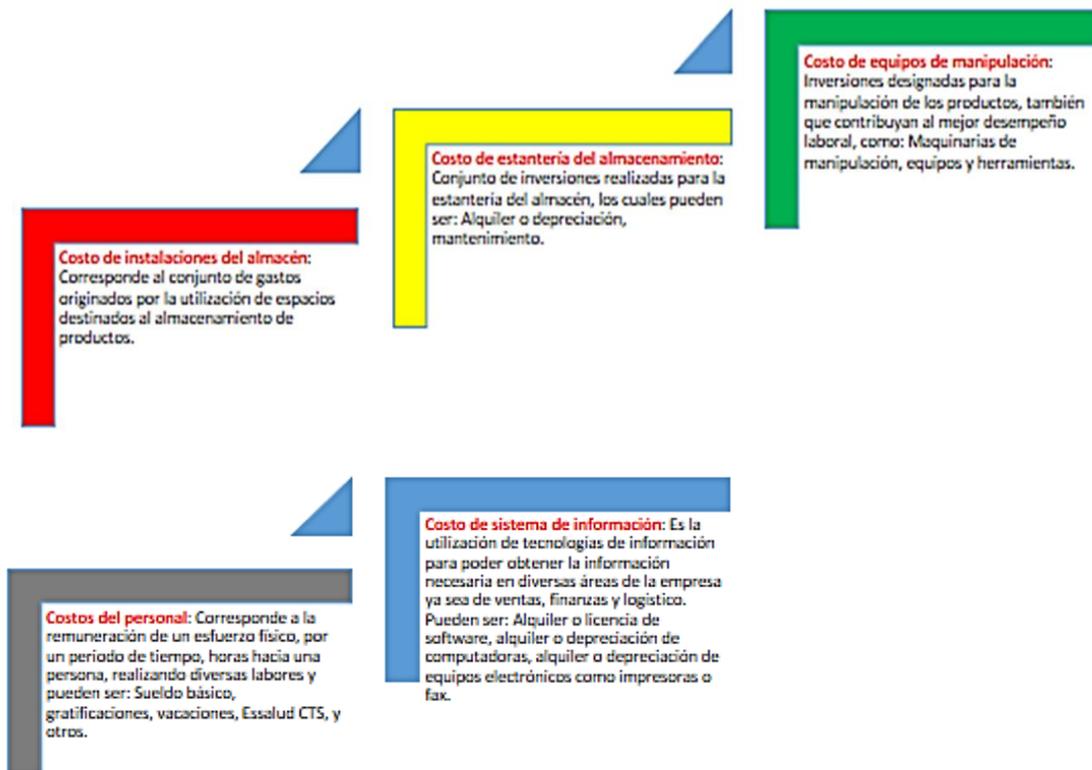
2.2.1.5. Dimensión Despacho

Implica la revisión de todos los productos que salen del almacén. Además, se lleva a cabo operaciones de consolidación de cargas para su inclusión en el medio de transporte, se encarga de la preparación de la documentación necesaria y registra la información en software logístico asociado con el proceso.

Costos de Almacen

Figura 3

Costos de Almacen



Nota. La figura nos muestra los costos de almacen

2.2.2. Variable Satisfacción del Cliente

Según Lamb (2006) Es la evaluación que el cliente realiza respecto a que si han sido cumplidos sus necesidades y expectativas con el bien o servicio. Es muy importante tener clientes satisfechos porque es menos costoso mantenerlos.

Para Kotler (2003) En el estado emocional de una persona que surge al comprar el desempeño percibido de un producto o servicio con sus expectativas. En otras palabras, implica una sensación de placer o desilusión que resulta de cotejar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente experimenta insatisfacción. Cuando los resultados superan las expectativas, el cliente experimenta una alta satisfacción o incluso encantamiento.

Según Pérez (2006) Implica cumplir o superar las expectativas de los clientes respecto a la organización, identificando la necesidad que el cliente anticipa y el nivel de satisfacción que espera recibir.

La satisfacción del cliente se deriva de la comparación entre las expectativas del cliente y su percepción del producto o servicio recibido.

Figura 4

Satisfacción del cliente

$$\text{Satisfacción} = \frac{\text{Percepción del cliente}}{\text{Necesidades y expectativas}}$$

Nota. La figura nos muestra la definición de la satisfacción. Fuente: Pérez (2006)

Es importante considerar que a medida que la percepción del cliente sobre lo recibido sea más positiva y se alinee con sus expectativas, la satisfacción del cliente será mayor.

Figura 5

Satisfacción del cliente



Nota. La figura los resultados y lo que espera un cliente cuando se siente satisfecho. Fuente Pérez (2006)

2.2.2.1. Dimensión Calidad Percibida

La calidad percibida se refiere a la percepción que un consumidor tiene sobre la calidad de un producto, según el Diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo. Esta percepción puede o no coincidir con la calidad objetiva del producto, ya que está relacionada con la interpretación subjetiva del consumidor.

La calidad percibida, ventajas para las empresas pequeñas y de nueva creación

La percepción de calidad puede ser beneficiosa o perjudicial según la perspectiva. Por ejemplo, las empresas que utilizan materiales o procesos de mayor calidad pueden enfrentar desventajas, ya que no solo se consideran factores tangibles. Sin embargo, esto facilita la entrada de pequeñas empresas y nuevos fabricantes, que pueden competir con empresas establecidas mediante campañas de marketing, una sólida posición de marca y la creación de una comunidad que respalde a la empresa.

Cómo medir la calidad percibida

Evaluar la calidad objetiva de un producto resulta relativamente simple, ya que existen técnicas y equipos de medición para el proceso y el producto final. No obstante, comprender la calidad percibida es un proceso más intrincado. Para ello, se emplean medidas subjetivas que se centran en la percepción y la actitud, no siendo criterios objetivos. A pesar de ello, estas medidas son útiles para que las empresas comprendan la actitud de los consumidores hacia sus productos o servicios.

2.2.2.2. Dimensión Valor Percibido del Producto

Según Conexión ESAN (2018) el valor percibido se refiere a la importancia o mérito que un consumidor atribuye a un producto o servicio. En general, los compradores no están al tanto de los factores que influyen en la fijación de precios de un bien específico, como los costos reales o estimados de producción. Por ende, los usuarios confían en el atractivo emocional del producto y en los beneficios que creen que obtendrán.

Así el valor percibido se refleja en el monto que un cliente está dispuesto a desembolsar por un producto o servicio. Los consumidores asignan valor en base a la capacidad percibida por el bien para satisfacer una necesidad y generar satisfacción. Labor de los especialistas en marketing consiste en moldear y elevar el valor percibido por los usuarios de los productos y servicios que promocionan.

Ventajas del método de valor percibido

- Esta estrategia ofrece grandes márgenes de beneficio a las líneas de productos con precios económicos. El valor de marca, el servicio al cliente y la calidad mejoran la percepción del producto.
- Incrementa la lealtad de los consumidores. Si los usuarios perciben que un producto es de alta calidad, pueden desarrollar una lealtad de primer nivel que ayudará a generar negocios repetidos para la compañía.
- Transparencia. Los usuarios se vuelven aún más seguros para pagar sus servicios porque saben el valor que obtendrán del precio que están invirtiendo y están satisfechos con él.
- Ingresos predecibles de cada nuevo cliente. Con un precio basado en el valor, siempre se puede predecir exactamente lo que se obtendrá de cualquiera de los nuevos consumidores, por lo que le resultará fácil a una empresa medir su éxito.
- Confianza. Los usuarios saben que siempre pueden consultar y hacer preguntas sin costo adicional. Ellos confían en la opinión de la compañía, ya que, después de todo, es conocida por ofrecer valor.
- Los clientes pagan por valor, no por tiempo. A diferencia de los precios basados en los costos, los consumidores invierten por el valor que la empresa proporciona en lugar del tiempo o el costo de producción.
- No obstante, este método también cuenta con varias limitaciones. A veces, un comprador puede sospechar que la compañía ha exagerado sobre la calidad y los servicios de sus productos. Además, hay un segmento de usuarios que son conscientes del precio y no desean pagar más por un artículo. Por último, el beneficio de usar esta estrategia se da solo cuando una empresa ofrece más valor que sus competidores.

2.2.2.3. Dimensión Expectativas del Consumidor

Para Martínez C. (2014) Una expectativa es la esperanza o ilusión de realizar o ver cumplido un determinado propósito. En el contexto comercial, sería la anticipación que un cliente hace de la experiencia que vivirá al comprar un determinado producto o servicio.

Esta anticipación, por un lado, será única para cliente, al estar basada en su propia experiencia y conocimiento y, por otro lado, tendrá ciertos puntos en común con el resto de los consumidores, en la medida en que la compra a realizar sea más o menos generalizada y la experiencia más habitual.

Tomemos como ejemplo las expectativas de un consumidor al comprar un automóvil nuevo, que variarán según si es su primera compra o si ya ha adquirido tres autos anteriormente. Incluso entre dos clientes que hayan comprado tres autos nuevos, las expectativas diferirán en función de la satisfacción experimentada en sus compras previas, tanto en el proceso de adquisición como en el uso del producto.

Cómo cambian las expectativas del consumidor

Sería útil que, por lo general, las expectativas no se limitan a deseos o ideales utópicos, sino que se fundamenten en experiencias personales o información. Por ejemplo, los entusiastas del automovilismo suelen contar con abundante información antes del lanzamiento de un nuevo modelo de automóvil, gracias a la data disponible en medios especializados.

2.2.2.4. Dimensión Experiencia del Servicio

Según el Blog QuestioPro (2021) La experiencia del cliente se refiere al conjunto de interacciones que un cliente tiene con una marca a lo largo de la duración de su relación de servicio. A medida que la experiencia del cliente mejora, se incrementa la probabilidad de aumentar la retención de clientes, generar nuevos prospectos y elevar el monto promedio de compra, etc.

En la actualidad, se puede afirmar que la capacidad de una marca para proporcionar una experiencia positiva a sus clientes en sí misma representa una ventaja competitiva.

Ventajas de la experiencia del cliente

La experiencia del cliente tiene muchas ventajas para tu organización. A continuación, te presentamos las más importantes:

- ***Aumento de clientes:*** Las empresas exitosas están aprovechando su presencia en redes sociales para fomentar la confianza de los clientes. Se están asegurando de que los consumidores tengan una gran experiencia desde el primer punto de contacto. Y están tratando de construir una relación a largo plazo para obtener recomendaciones sólidas.
- ***Aumento del compromiso del cliente:*** Los consumidores confían en las empresas que ya conocen, y su participación fomenta las interacciones y crea relaciones mutuamente beneficiosas.
- ***Las empresas llegan a ellos con propuestas de valor.*** Están utilizando los correos electrónicos y las redes sociales para comprometerse con los consumidores y obtener más información. Estas interacciones en tiempo crean una atmósfera en la que los consumidores están dispuestos a compartir sus necesidades con las empresas. A su vez, las empresas pueden proporcionar productos y servicios mejorados.
- ***Aumento en la conversión de los clientes:*** Un cliente actual y satisfecho tiene más probabilidades de comprar que un nuevo prospecto. Por lo tanto, es una buena idea

diseñar una experiencia de cliente que pueda crear un ciclo de retroalimentación y ofertas de productos.

- ***Aumento de la lealtad y retención de los clientes:*** Una experiencia del cliente excepcional aumenta la retención de clientes y su lealtad a la marca. La gente busca productos y servicios de alta calidad a un precio óptimo si sienten que las empresas están proporcionando un valor extra a través de las interacciones. Y las compañías que proporcionan el valor extra son recompensadas con lealtad a largo plazo.
- ***Conseguir nuevos prospectos:*** En lugar de tratar a los clientes potenciales como posibles puntos de venta, las empresas deberían seguir aportando valor a través de campañas e interacciones. De esta forma, se construirá una relación que ayudará a convertirlos en clientes a largo plazo.
- ***Mejora de la gestión de crisis:*** La confianza es un pilar de la gran experiencia del cliente. Cuando confían en un negocio, es más probable que comuniquen cualquier queja directamente. Esto permite a la compañía manejar la reputación de marca.

Reducción del costo del servicio y la comercialización: Un enfoque centrado en el customer experience puede tener puntos de control incorporados que ayuden a las empresas a adoptar un enfoque de comercialización más centrado en el cliente. Las empresas recopilan datos, hacen análisis de negocios y comprenden la dinámica del mercado. Esto reduce los costos, mientras que aumenta las ventas y la satisfacción del cliente.

¿Cómo medir la experiencia del cliente?

Evaluar la experiencia del cliente va más allá de utilizar una métrica única, como la satisfacción positiva del cliente. Como propietario o responsable de la experiencia del cliente de una marca, es esencial profundizar y establecer KPIs (indicadores clave de rendimiento)

que te permitan determinar cómo cada punto de interacción entre tu marca y el cliente contribuye a la experiencia global de tu producto o servicio.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

- **Gestión de Almacén:** Poirier y Reiter (1996) (como se citó en Correa, Gómez y Cano, 2010), afirman que el manejo de almacenes es fundamental para alcanzar una utilización eficiente de los recursos y capacidades del almacén, adaptándose a las características y el volumen de los productos que se van a almacenar.
- **Recepción:** Se trata del procedimiento de descarga de un vehículo entrante, que implica la identificación, inspección, registro y posiblemente el preempaque de la mercadería.
- **Almacenamiento:** Implica tener mercadería físicamente hasta que sea requerida.
- **Control de Inventario:** Se trata de una herramienta que posibilita a las empresas y organizaciones conocer las cantidades disponibles de productos para la venta en un lugar y momento específicos.
- **Preparación de Pedidos:** Las acciones involucradas en esta operación incluyen el procesamiento de ordenes, la recogida de productos, el traslado a la zona de expedición y la verificación de los pedidos.
- **Despacho:** consiste en examinar todos los productos que se envían desde el almacén.
- **Satisfacción del cliente:** Según Lamb (2006), Se trata de la valorización que realiza el cliente acerca de sus necesidades y expectativas respecto al producto o servicio han sido cumplidas.
- **Calidad Percibida:** Es la percepción de calidad que un consumidor atribuye a un producto, según el Diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo. Esta percepción puede o no coincidir con la calidad objetiva, ya que se relaciona con la interpretación individual, siendo un criterio completamente subjetivo.

- **Valor Percibido del Producto:** Para Conexión ESAN (2018) El valor percibido radica en la apreciación o mérito que un consumidor otorga a un producto o servicio.
- **Expectativas del Consumidor:** Para Martínez C. (2014) Una expectativa implica la esperanza o la anticipación de lograr un propósito específico.
- **Experiencia del Servicio:** Según el Blog QuestioPro (2021) La experiencia del cliente abarca todas las interacciones que un cliente tiene con una marca durante el periodo en que existe una relación de servicio.

CAPITULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

Existe una relación significativa entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

3.2. Hipótesis Específicas

- 1) Existe una relación significativa entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
- 2) Existe una relación significativa entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
- 3) Existe una relación significativa entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
- 4) Existe una relación significativa entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
- 5) Existe una relación significativa entre el despacho y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

3.3. Variables

a. Variable 1:

Gestión de Almacén

b. Variable 2:

Satisfacción del Cliente

3.3.1. Operacionalización de las Variables

Tabla 2 Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE (V₁): Gestión de Almacén	Para Frazelle (2002), afirma que es un conjunto de operaciones tales como recepción, acomodo, almacenamiento, preparación de pedido y despacho, que sirven para almacenar materia prima, trabajo en proceso o producto terminado que permiten la amortiguación de los desfases entre la demanda y la producción, facilitando la atención de pedidos de los clientes.	El cuestionario desarrollado, nos muestra como resultado la calificación de forma acumulada la Gestión de Almacén. La variable emplea 16 ítems, la estructura del cuestionario se encuentra compuesto de la siguiente forma: 5 sub dimensiones y 13 indicadores.	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción • Almacenamiento • Control de Inventarios • Preparación de pedidos • Despacho 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Inspección • Registro • Mantener la mercancía • Conocer las cantidades disponibles para la venta • Conocer el lugar del producto • Procesamiento de las ordenes • Recogida de los productos • Traslado a la zona de expedición • Verificación de los pedidos • Cumplimiento de entregas efectivas • Entregas a tiempo
VARIABLE (V₂): Satisfacción del Cliente	Según Lamb (2006), Es la evaluación que el cliente realiza respecto a que si han sido cumplidos sus necesidades y expectativas con el bien o servicio. Es muy importante tener clientes satisfechos porque es menos costoso mantenerlos. Existen empresas que se caracterizan por sus altos niveles de satisfacción al cliente y éstos hacen cosas muy diferentes a la de sus competencias.	Cuestionario de Satisfacción al cliente es un instrumento psicológico diseñado para identificar y valorar objetivamente cuales son los factores que hacen que se logre la satisfacción al cliente. La variable está compuesta por 4 dimensiones y 12 indicadores o sub dimensiones, y la variable está compuesta por 16 ítems.	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad percibida • Valor percibido del producto • Expectativa • Experiencia del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Buen trato • Amabilidad • Celeridad • Responsabilidad • Variedad • Cantidad • Precio • Atributos • Confianza • Relaciones mutuas • Compromiso • Retroalimentación

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

4.1.1. Método General

Para llevar a cabo la investigación actual, se utilizó el método científico, el cual constituye un procedimiento sistemático que facilita la creación y la confirmación de conocimiento científico acerca de la realidad. En este proceso, se comienza por identificar el problema y se formula una hipótesis como respuesta preliminar, la cual debe ser soetida a pruebas para alcanzar un nuevo entendimiento, (Ñaupas, Valdivia, Palacios, y Romero, 2018).

4.1.2. Método Especifico

Para desarrollar el presente trabajo de investigación se usó el método hipotético – deductivo.

El enfoque hipotético-deductivo es un modelo utilizado para explicar el método científico, que se emplea para formular hipótesis, verificar y refutarlas. Este proceso implica casos cruciales, comenzando con la observación del fenómeno bajo estudio (Bernal, 2010).

4.2. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación empleado es Básica; (Sampieri, 2018), toda vez que aplicaron instrumentos en relación a las teorías de la gestión de almacén y la satisfacción del cliente, en este caso viene a ser la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp Huancayo.

4.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación se clasifica como correlacional según Sampieri (2018), ya que las características se han delineado en relación con las variables de estudio, evaluando así el grado de correlación entre ellas con base en los objetivos establecidos.

4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según Sampieri (2018) el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, ya que no se llevaron a cabo experimentos para obtener los resultados y se dio en un tiempo determinado. Además, la información recopilada se obtuvo simultáneamente de la muestra ya que la unidad de análisis considerada para el estudio fue la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp Huancayo.

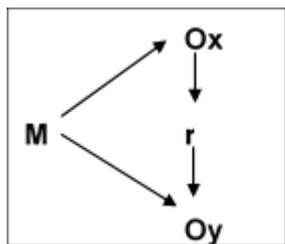
Donde:

M = Muestra de investigación,

O1 = Observación de la variable 1: Gestión de Almacén

O2 = Observación de la variable 2: Satisfacción del cliente

r = Correlación de las variables de estudio



4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.5.1. Población de Estudio

Según Gago (2012), la población se refiere al total de observaciones examinadas, mientras que la muestra constituye una porción de la población que posee las características específicas consideradas y delimitadas para la investigación.

Desde esta perspectiva, la población comprende a todos los clientes en el periodo 2022, alcanzando un total de 5980 clientes. Estos individuos proporcionaron detalles sobre la relación entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp Huancayo a través de sus respuestas.

4.5.2 Tamaño de la Muestra

Según Hernández (2010), indica que las muestras probabilísticas son cada elemento de la población y que tienen una probabilidad igual de ser seleccionado, presentando características específicas. Esto se logra mediante una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis (p.176). Se aplicó la fórmula correspondiente para poblaciones infinitas.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 5980$$

Donde:

$Z_2 = 1.96$ (El nivel de confianza será del 95%)

$p =$ Probabilidad de éxito (en este caso $50\% = 0.50$)

$q =$ Probabilidad de fracaso (en este caso $1 - 0.50 = 0.50$)

$e_2 =$ Precisión (margen de error). En este caso es de 5%

Por lo tanto, aplicando la fórmula de determinación de muestra se calculó que para la presente investigación la muestra estará conformada por 362 clientes de la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp Huancayo.

4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.6.1. Técnicas de recolección de datos

Según Bernal C. (2010) la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta, la cual se aplicó a la unidad de análisis correspondiente. Esta técnica posibilitó la obtención de información de los clientes de la empresa.

4.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Se utilizarán cuestionarios como instrumentos para recopilar datos. El primer cuestionario abordó todo sobre la Gestión de Almacén, mientras que el segundo estuvo enfocado a la satisfacción del cliente. No se ha establecido un tiempo estimado para su aplicación. Ambos cuestionarios han sido adaptados y tomados de autores reconocidos que cuentan con amplia aplicabilidad.

Estos cuestionarios pueden encontrarse en los anexos.

4.6.3. Procedimiento de recolección de datos

Coforme a Sampieri (2018), el análisis de datos implica la aplicación de diversos métodos estadísticos destinados a respaldar la hipótesis formulada en la investigación y alcanzar los objetivos planteados. Estos métodos incluyen la elaboración de tablas de frecuencia, la creación de gráficos y el análisis mediante cálculos específicos, todo ello con el fin de que sean coherentes con la finalidad, el tipo y el diseño de la investigación.

La recopilación de datos se realizó a partir del cuestionario, con el objetivo de obtener la máxima cantidad de información necesaria ára este tipo de investigación.

4.7. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

El procedimiento de recolección de datos se desarrolló de la siguiente manera:

Figura 6

Procedimiento de recolección de datos



Nota la figura nos muestra el procedimiento de recolección de datos

4.8. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Las consideraciones para la redacción del trabajo fue lo siguiente:

Figura 7

Aspectos éticos de la investigación



Nota. La figura nos muestra los aspectos éticos de la investigación

La presente investigación es de nuestra autoría y damos fe de que el documento es original.

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1 DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

Presentamos los resultados del estudio de: Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

5.1.1 Estudio descriptivo de la variable: Gestión de almacén en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

La variable se dimensionó en: Recepción, Almacenamiento, Control de Inventarios, Preparación de pedidos y Despacho

Tabla 3

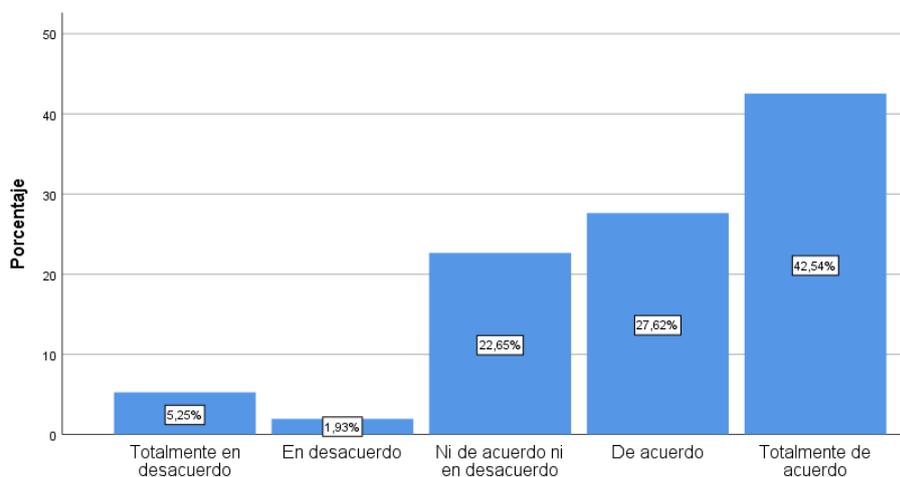
Gestión de almacen en la empresa MBA DEX distribuidora de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	19	5,2
En desacuerdo	7	1,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	82	22,7
De acuerdo	100	27,6
Totalmente de acuerdo	154	42,5
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 8

Gestion de almacen en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 4

Interpretacion

En la tabla 4 y figura 10 se observa que un 5.3% (19) señalaron que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 1.9 % (7) indicaron que están en desacuerdo, el 22.65 % (82) indicaron que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 27.62% (100) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 42.54 % (154) indicaron que está totalmente de acuerdo con Gestion de almacen en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Tabla 4

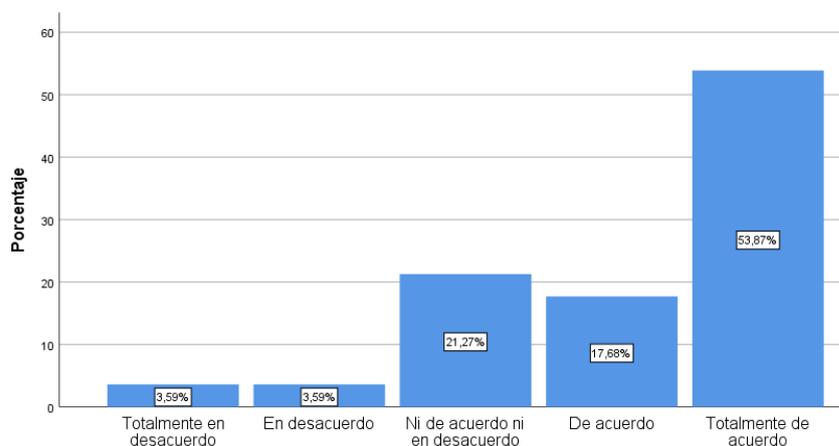
Recepción en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	13	3,6
En desacuerdo	13	3,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	77	21,3
De acuerdo	64	17,7
Totalmente de acuerdo	195	53,9
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 9

Recepción en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 5

Interpretacion

En la tabla 5 y figura 11 se observa que un 3.59% (13) señalo que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 3.59 % (13) indico que están en desacuerdo, el 21.27 % (77) indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 17.68% (64) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 53.87 % (195) indico que está totalmente de acuerdo con la recepcion en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Tabla 5

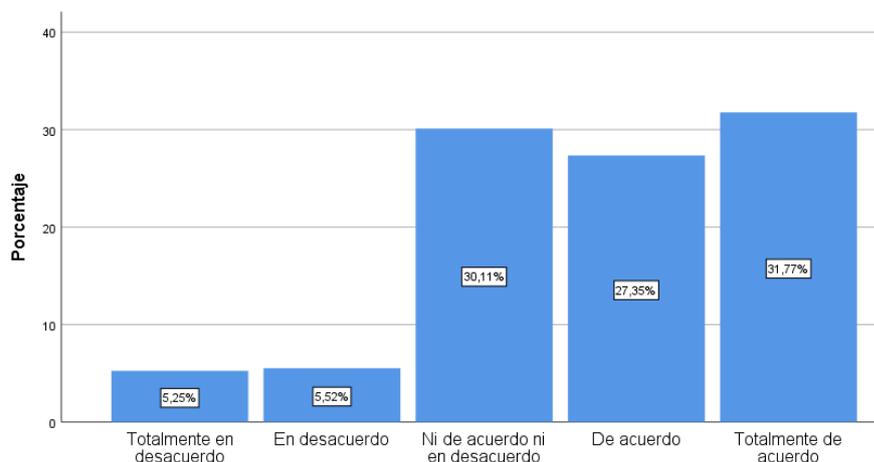
Almacenamiento en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	19	5,2
En desacuerdo	20	5,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	109	30,1
De acuerdo	99	27,3
Totalmente de acuerdo	115	31,8
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 10

Almacenamiento en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 6

Interpretación

En la tabla 5 y figura 12 se observa que un 5.25% (19) señalaron que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 5.5% (20) indicaron que están en desacuerdo, el 30.10% (109) indicaron que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 27.3% (99) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 31.8% (115) indicaron que están totalmente de acuerdo con el almacenamiento en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Tabla 6

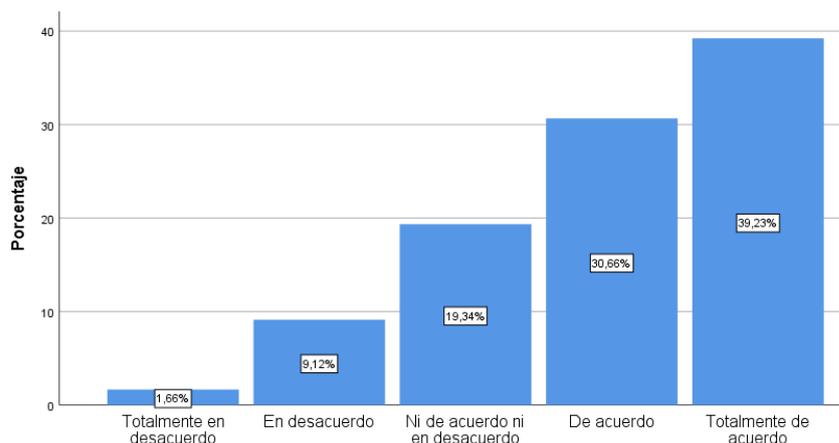
Control de inventarios en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	1,7
En desacuerdo	33	9,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	70	19,3
De acuerdo	111	30,7
Totalmente de acuerdo	142	39,2
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 11

Control de inventarios en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 7

Interpretacion

En la tabla 6 y figura 13 se observa que un 1.66% (6) señalo que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 9.12 % (33) indico que están en desacuerdo, el 19.34 % (70) indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 30.66% (111) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 39.2 % (142) indico que está totalmente de acuerdo con el control de inventarios en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Tabla 7

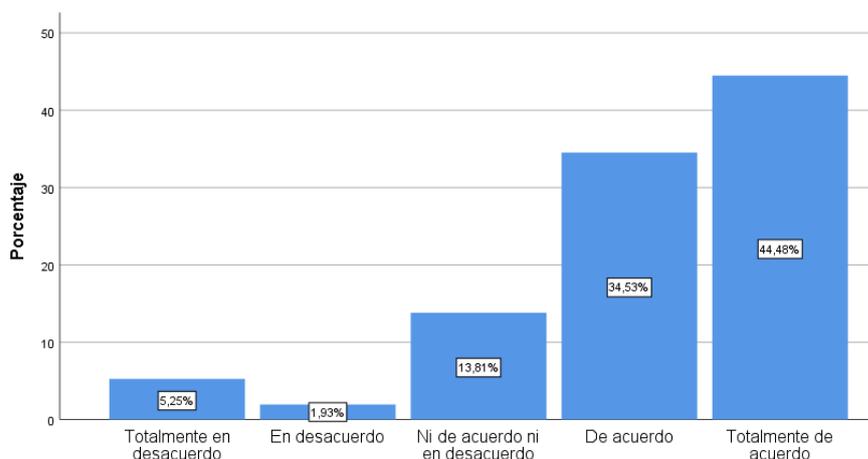
Preparacion de pedidos de inventarios en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	19	5,2
En desacuerdo	7	1,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	13,8
De acuerdo	125	34,5
Totalmente de acuerdo	161	44,5
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 12

Preparación de pedidos en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 7

Interpretación

En la tabla 7 y figura 14 se observa que un 5.25% (19) señalaron que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 1.93% (7) indicaron que están en desacuerdo, el 13.81% (50) indicaron que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 34.53% (125) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 44.48% (161) indicaron que están totalmente de acuerdo con la preparación de pedidos en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Tabla 8

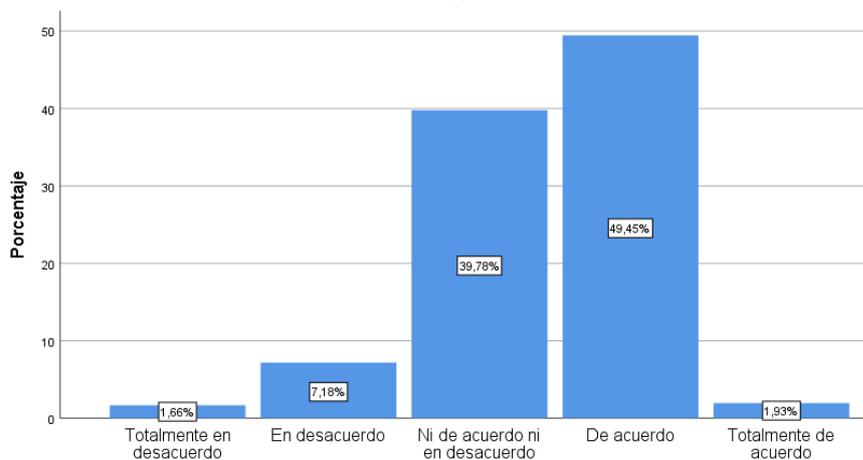
Despacho en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	1,7
En desacuerdo	26	7,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	144	39,8
De acuerdo	179	49,4
Totalmente de acuerdo	7	1,9
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 13

Despacho en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 8

Interpretación:

En la tabla 8 y figura 15 se observa que un 1.66% (6) señalo que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 7.18 % (26) indico que están en desacuerdo, el 39.8 % (144) indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 49.45% (179) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 1.93 % (7) indico que está totalmente de acuerdo con el despacho de pedidos en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

5.1.2 Estudio descriptivo de la variable satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Las dimensiones de la variable fueron: Calidad percibida, Valor percibido del producto, Expectativa y Experiencia del servicio

Tabla 9

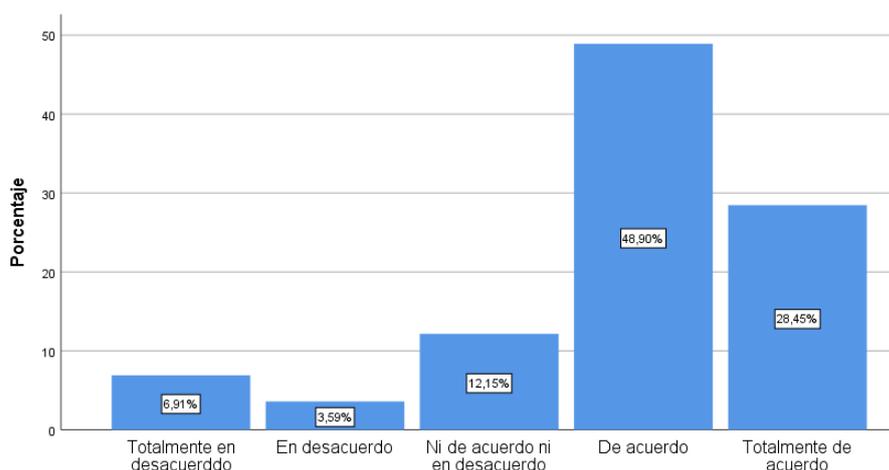
Satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	25	6,9
En desacuerdo	13	3,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	12,2
De acuerdo	177	48,9
Totalmente de acuerdo	103	28,5
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 14

Satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 9

Interpretación

En la tabla 9 y figura 14 se observa que un 6.91% (25) señalo que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 3.59% (13) indico que están en desacuerdo, el 12.15% (44) indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 48.90% (177) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 28.45% (103) indico que está totalmente de acuerdo con la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Tabla 10

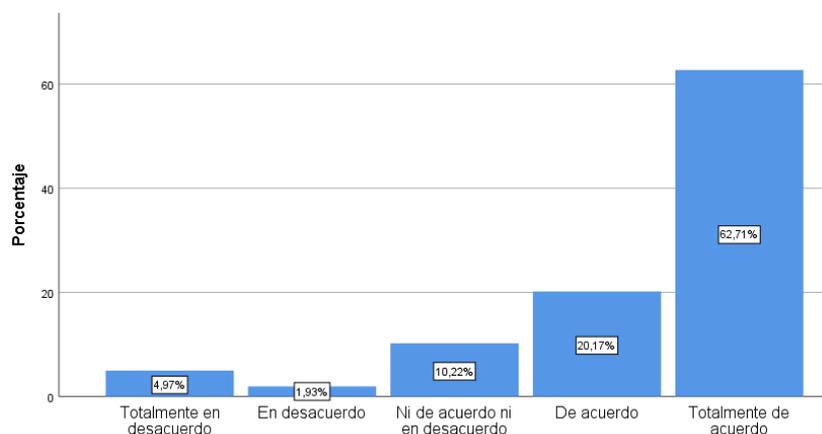
Calidad percibida en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	18	5,0
En desacuerdo	7	1,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37	10,2
De acuerdo	73	20,2
Totalmente de acuerdo	227	62,7
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 15

Calidad percibida en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 11

Interpretacion

En la tabla 10 y figura 17 se observa que un 4.97% (18) señalaron que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 1.93 % (7) indicaron que están en desacuerdo, el 10.22 % (37) indicaron que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 20.17% (73) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 62.71 % (227) indicaron que están totalmente de acuerdo con la calidad percibida del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Tabla 11

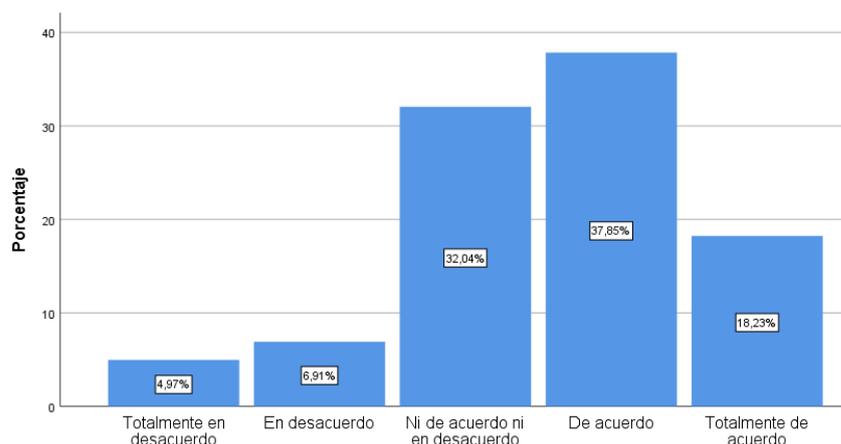
Valor percibido del producto en la empresa MBA distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	18	5,0
En desacuerdo	25	6,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	116	32,0
De acuerdo	137	37,8
Totalmente de acuerdo	66	18,2
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 16

Valor percibido del producto en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2023



Fuente: Tabla12

En la tabla 11 y figura 18 se observa que un 4.97% (18) señalo que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 6.91 % (25) indico que están en desacuerdo, el 32.04 % (116) indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 37.85% (137) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 18.23 % (66) indico que está totalmente de acuerdo con el valor percibido del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Tabla 12

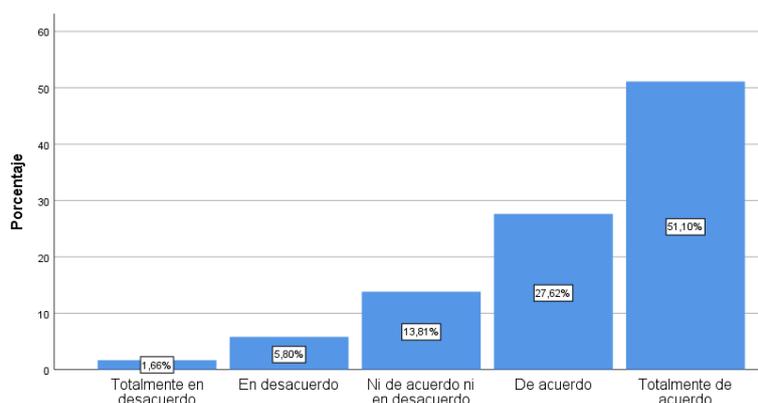
Expectativa en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	1,7
En desacuerdo	21	5,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	13,8
De acuerdo	100	27,6
Totalmente de acuerdo	185	51,1
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 17

Expectativa en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 12

Interpretación:

En la tabla 12 y figura 19 se observa que un 1.66% (6) señalo que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 5.80 % (21) indico que están en desacuerdo, el 13.81 % (50) indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 27.62% (100) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 51.10 % (185) indico que está totalmente de acuerdo con la expectativa del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Tabla 13

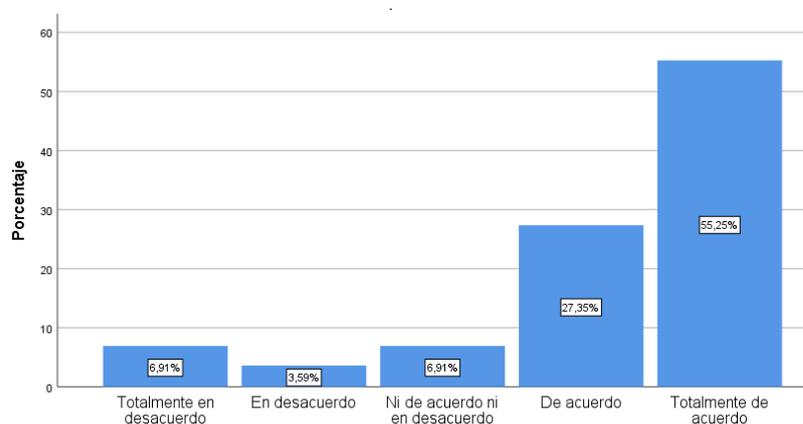
Experiencia del servicio en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	25	6,9
En desacuerdo	13	3,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	6,9
De acuerdo	99	27,3
Totalmente de acuerdo	200	55,2
Total	362	100,0

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la encuesta.

Figura 18

Experiencia del servicio en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022



Fuente: Tabla 13

Interpretacion

En la tabla 13 y figura 20 se observa que un 6.91% (25) señalaron que están totalmente en desacuerdo, por otro lado, el 3.59 % (13) indicaron que están en desacuerdo, el 6.91 % (25) indicaron que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, además el 27.35% (99) indicaron que están de acuerdo, finalmente el 55.25 % (200) indicaron que están totalmente de acuerdo con la experiencia del servicio en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

5.2 Contraste de Hipótesis

5.2.1 Gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Interpretación del coeficiente de correlación

Valor	Significado
<0,20	Correlación ligera; relación casi insignificante
0,20-0,40	Correlación baja; relación definida pero pequeña
0,40-0,70	Correlación moderada; relación considerable
0,70-0,90	Correlación elevada; relación notable
> 0,90	Correlación sumamente elevada; relación muy fiable

La relación se calculó con el coeficiente de correlación **Tau_b** de Kendall

Tabla 14

Correlacion entre la gestion de almacen y satisfaccion del cliente

			VARIABLE GESTIÓN DEL ALMACEN	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Tau_b de Kendall	VARIABLE GESTIÓN DEL ALMACEN	Coefficiente de correlación	1,000	,460**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	362	362
	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coefficiente de correlación	,460**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	362	362

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

El coeficiente tau b es $\tau = 0.460$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es considerable entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Hipotesis General

Existe una relación significativa entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Prueba de hipótesis

1. Formulación de la hipótesis estadística

Ho: No existe relación significativa entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Ho: $\tau = 0$

H1: Existe relación significativa entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

H1: $\tau \neq 0$

2. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$, la Z crítica = 2.58

3. Cálculo del estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

Sustituyendo se obtiene $Z = 13.06$

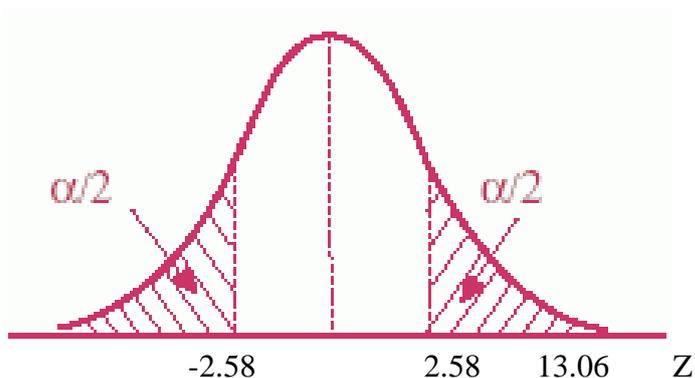
Z crítica = 2.58

$\tau = 0.460$

$N = 362$

4. Regla de decisión

Se comparan Z_{cal} con la $Z_{critica}$



La relación es $Z_{ca} > Z_{cr}$ $13.06 > 2.58$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Objetivo Específico 1

Establecer la relación que existe entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

La relación se calculó con el coeficiente de correlación **Tau_b** de Kendall

Tabla 15

Correlacion entre recepcion y satisfaccion del cliente

		RECEPCIÓN	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Tau_b de Kendall	RECEPCIÓN	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	362
VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	RECEPCIÓN	Coeficiente de correlación	,382**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	362

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

El coeficiente tau b es $\tau = 0.382$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es pequeña entre la recepción al cliente y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Hipotesis Especifica 1

Existe una relación significativa entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Prueba de hipótesis

1. Formulación de la hipótesis estadística

Ho: No existe relación significativa entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Ho: $\tau = 0$

H1: Existe relación significativa entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

H1: $\tau \neq 0$

2. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$, la Z crítica = 2.58

3. Cálculo del estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

Sustituyendo se obtiene $Z = 10.85$

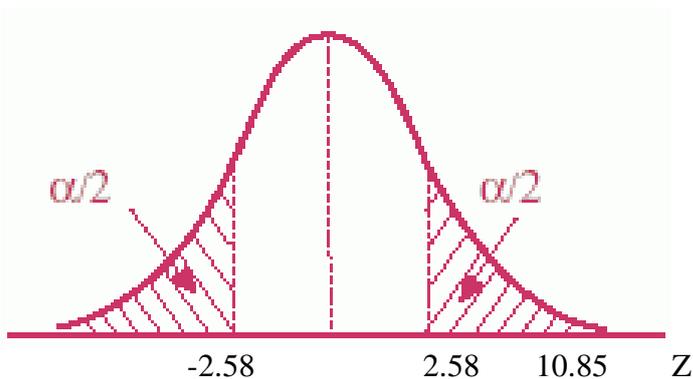
Z crítica = 2.58

$\tau = 0.382$

$N = 362$

4. Regla de decisión

Se comparan Z_{cal} con la $Z_{critica}$



La relación es $Z_{ca} > Z_{cr}$ $10.85 > 2.58$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Objetivo Específico 2

Establecer la relación que existe entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

La relación se calculó con el coeficiente de correlación **Tau_b** de Kendall

Tabla 16

Correlacion entre la dimension almacenamiento y la variable satisfaccion del cliente

			ALMACENAMIENTO	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Tau_b de Kendall	ALMACENAMIENTO	Coefficiente de correlación	1,000	,449**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	362	362
	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coefficiente de correlación	,449**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	362	362

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

El coeficiente tau b es $\tau = 0.449$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es considerable entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Hipotesis Especifica 2

Existe una relación significativa entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Prueba de hipótesis

1. Formulación de la hipótesis estadística

Ho: No existe relación significativa entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Ho: $\tau = 0$

H1: Existe relación significativa entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

H1: $\tau \neq 0$

2. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$, la $Z_{crítica} = 2.58$

3. Cálculo del estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

Sustituyendo se obtiene $Z = 12.75$

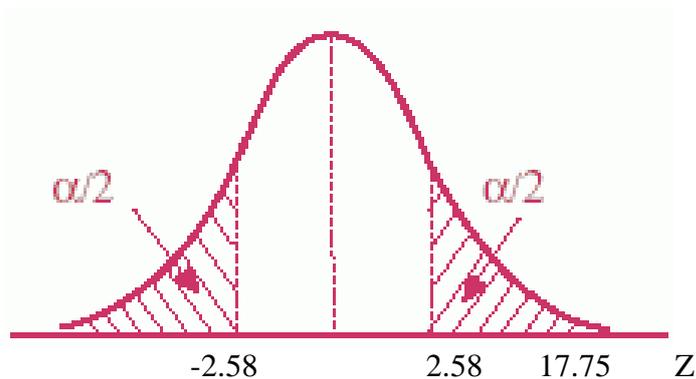
$Z_{crítica} = 2.58$

$\tau = 0.449$

$N = 362$

4. Regla de decisión

Se comparan Z_{cal} con la $Z_{crítica}$



La relación es $Z_{ca} > Z_{cr}$ $12.75 > 2.58$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Objetivo Específico 3

Establecer la relación que existe entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

La relación se calculó con el coeficiente de correlación **Tau_b** de Kendall.

Tabla 17

Correlacion entre el control de inventarios y satisfaccion del cliente

			CONTROL DE INVENTARIO	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Tau_b de Kendall	CONTROL DE INVENTARIO	Coeficiente de correlación	1,000	,343**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	362	362
	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,343**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	362	362

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

El coeficiente tau b es $\tau = 0.343$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es pequeña entre el control de inventario y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Hipotesis Especifica 3

Existe una relación significativa entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Prueba de hipótesis

1. Formulación de la hipótesis estadística

Ho: No existe relación significativa entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Ho: $\tau = 0$

H1: Existe relación significativa entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

H1: $\tau \neq 0$

2. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$, la Z crítica = 2.58

3. Cálculo del estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

Sustituyendo se obtiene $Z = 9.74$

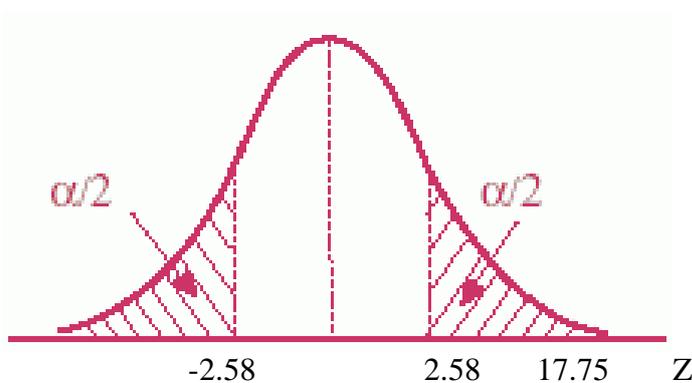
Z crítica = 2.58

$\tau = 0.343$

$N = 362$

4. Regla de decisión

Se comparan Z_{cal} con la $Z_{critica}$



La relación es $Z_{ca} > Z_{cr}$ $9.74 > 2.58$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Objetivo Específico 4

Establecer la relación que existe entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

La relación se calculó con el coeficiente de correlación τ_b de Kendall

Tabla 18

Correlacion entre la dimensio preparacion de pedidos y la variable satisfaccion el cliente

			PREPARACIÓ N DE PEDIDOS	VARIABLE SATISFACCIÓ N DEL CLIENTE
Tau_b de Kendall	PREPARACIÓN DE PEDIDOS	Coeficiente de correlación	1,000	,407**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	362	362
	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,407**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	362	362

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

El coeficiente tau b es $\tau = 0.407$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es considerable entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Hipotesis Especifica 4

Existe una relación significativa entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Prueba de hipótesis

1. Formulación de la hipótesis estadística

Ho: No existe relación significativa entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Ho: $\tau = 0$

Existe relación significativa entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

H1: $\tau \neq 0$

2. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$, la $Z_{crítica} = 2.58$

3. Cálculo del estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

Sustituyendo se obtiene $Z = 11.56$

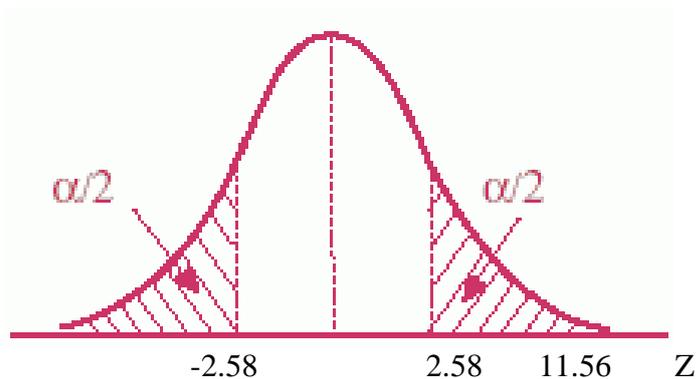
$Z_{crítica} = 2.58$

$\tau = 0.407$

$N = 362$

4. Regla de decisión

Se comparan Z_{cal} con la $Z_{crítica}$



La relación es $Z_{ca} > Z_{cr}$ $11.56 > 2.58$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Objetivo Específico 5

Establecer la relación que existe entre el despacho y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

La relación se calculó con el coeficiente de correlación **Tau_b** de Kendall

Tabla 19

Correlacion entre la dimension despacho y la variable satisfaccion del cliente

			DESPACHO	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Tau_b de Kendall	DESPACHO	Coeficiente de correlación	1,000	,380**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	362	362
	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,380**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	362	362

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

El coeficiente tau b es $\tau = 0.380$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es pequeña entre el despacho de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Hipotesis Especifica 5

Existe una relación significativa entre el despacho y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

Prueba de hipótesis

1. Formulación de la hipótesis estadística

Ho: No existe relación significativa entre el despacho de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

Ho: $\tau = 0$

H1: Existe relación significativa entre el despacho de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

H1: $\tau \neq 0$

2. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$, la $Z_{crítica} = 2.58$

3. Cálculo del estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

Sustituyendo se obtiene $Z = 10.79$

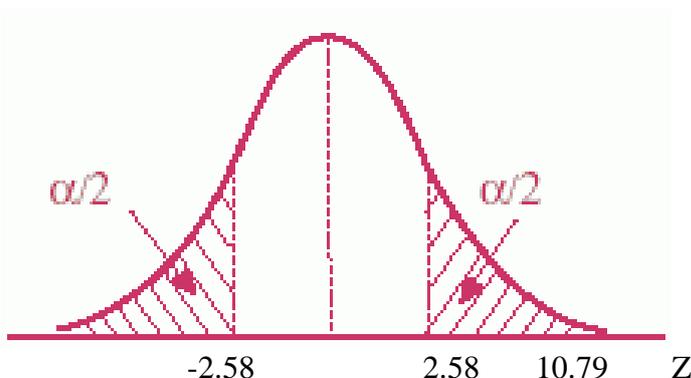
$Z_{crítica} = 2.58$

$\tau = 0.380$

$N = 362$

4. Regla de decisión

Se comparan Z_{cal} con la $Z_{crítica}$



La relación es $Z_{ca} > Z_{cr}$ $10.79 > 2.58$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre el despacho de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

1. Según el **objetivo general**, establecer la relación que existe entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022. En los resultados obtenidos del coeficiente tau b es $\tau = 0.460$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es considerable entre las variables investigadas, datos que al ser comparados con lo encontrado por Granados M. & Contreras J. (2017) Mejora continua en la gestión de almacén y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa “Wander” S.A.C. - Huancayo, 2017. Quienes concluyeron que, la eficacia en la gestión de almacén impacta directamente en la satisfacción del cliente, especialmente en lo relacionado con el producto y su posicionamiento. La propuesta de mejorar la gestión de almacén posibilitará una contabilización más precisa y un mayor conocimiento sobre la cantidad de productos disponibles en la empresa, el índice de rotación, y la identificación de artículos con baja demanda. Esto, a su vez, asegura que contar con un almacén bien abastecido no afecte en la última etapa de ventas, generando así satisfacción en los clientes. Además, Según Poirier y Reiter (1996) afirman que la administración de almacebes constituye un factor esencial para alcanzar la utilización eficiente de los recursos y capacidad del almacén, ajustándose a las particularidades y el volumen de los productos que se van a almacenar.
2. Según el **objetivo específico 1**, establecer la relación que existe entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022, el coeficiente tau b es $\tau = 0.382$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es pequeña entre las variables investigadas, datos que al ser comparados con lo encontrado por Huaman M. & Jesús S. (2021); la mejora continua y la gestión de almacén en la Corporación Puchis S.A.C.,

Lurigancho Chosica 2021, quienes concluyeron que al introducir mejoras continuas mediante la aplicación del principio lean, la respuesta al ciclo de Deming y la implementación del método kaizen, se logrará optimizar el proceso de gestión de almacén.

3. Según el **objetivo específico 2**, establecer la relación que existe entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022. En los resultados obtenidos se evidencia que el coeficiente tau b es $\tau = 0.449$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es considerable entre las variables investigadas, datos que al ser comparados con lo encontrado por Retuerto R. (2017) Gestión de almacenes para incrementar la satisfacción al cliente del almacén de producto terminado de la empresa Ultrafrío, Callao 2021. Quien concluyó que la gestión de almacenes logró mejorar las deficiencias. Además, para A, Escudero, M. (2014) se trata de colocar la mercadería en la zona más adecuada del almacén, para que se pueda acceder y localizar fácilmente. Para ello se utilizan medios de transporte internos (cintas transportadoras, elevadores, carretillas elevadoras...) y medios fijos como estanterías, almacenes, estructuras, soportes” (p. 18).
4. Según el **objetivo específico 3**, establecer la relación que existe entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022. Los resultados obtenidos se coeficiente tau b es $\tau = 0.343$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es pequeña entre las variables investigadas, datos que al ser comparados con lo encontrado por Hinostroza L. (2021) en la tesis denominada: La mejora continua y la gestión de almacén en la empresa Accuaproduct S.A.C, Santa Anita 2021. A partir de estos resultados, se establece que la implementación de mejoras continuas posibilita la mejora en la gestión de almacén, llevando a una optimización de los procesos y

actividades del almacén, con el objetivo de reducir costos y disminuir el tiempo en la atención a los clientes. Además, según Carreño, A. (2016), el control de almacenes se considera una herramienta que brinda a las empresas y organizaciones la capacidad de conocer las cantidades disponibles de productos para la venta en un lugar y momento específicos, así como las condiciones de almacenamiento aplicables en sus respectivas industrias.

5. Según el **objetivo específico 4**, establecer la relación que existe entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022. Los resultados obtenidos se evidencian que el coeficiente tau b es $\tau = 0.407$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es considerable entre las variables investigadas, datos que al ser comparados con lo encontrado por Vargas G. (2021) en su investigación titulada La gestión de almacenes con los costos de almacenamiento de la Empresa R.B. Chachani S.A.C. - Arequipa, 2019. A partir de estos resultados, se destaca la aplicación de herramientas de gestión, tales como el Kardex, las 5S, la cadena de suministro, la elaboración de horarios de funciones para el asistente de compras y los acuerdos relacionados con mejoras continuas que se llevan a cabo durante las operaciones. Además, para Carreño, A. (2016) la preparación de pedidos, también conocida como picking, consiste en recuperar los artículos de la zona de almacenamiento en respuesta a la solicitud de un cliente. Las acciones que integran este proceso incluyen el procesamiento de órdenes, la recolección de productos, el traslado a la zona de expedición y la verificación de los pedidos.
6. Según el **objetivo específico 5**, establecer la relación que existe entre el despacho y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022. Los resultados obtenidos se evidencia que el coeficiente tau b es $\tau = 0.380$ y

significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que relación es pequeña entre las variables investigadas, datos que al ser comparados con lo encontrado por Escobar, J. (2017); en su tesis titulada: Logística de almacenamiento y distribución para optimizar los despachos de productos de consumo a clientes de la empresa JEMSA Representaciones, concluye que Jemsa representaciones cuenta con políticas empresariales en sintonía con la naturaleza del comercio, las cuales se han ajustado para alinearse con el desempeño del modelo de la cadena de suministro. Esto se hace con el propósito de abordar la problemática de una logística basada en la experiencia práctica, la cual fue gestionada durante más de 5 años, casi desde la creación de la empresa. Adicionalmente, según Carreño, A. (2016), la operación de despacho implica la revisión de todos los productos que salen de él. Asimismo, lleva a cabo procesos de consolidación y desconsolidación de cargas para colocarlas en el medio de transporte correspondiente, pesa las cargas para calcular los costos de transporte, se encarga de la preparación de la documentación y registra la información en el software logístico relacionado con el proceso.

CONCLUSIONES

1. En la investigación queda demostrado que la gestión de almacén y la satisfacción del cliente es fundamental para toda organización, de acuerdo a la investigación realizada se ha establecido que, sabiendo que el coeficiente tau b es $\tau = 0.460$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que la relación es considerable entre las variables estudiadas. Se concluyó que existe relación significativa entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022
2. Se logró comprobar que el coeficiente tau b es $\tau = 0.382$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que la relación es pequeña entre las variables investigadas. Se concluyó que existe relación significativa entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
3. Por otro lado, el coeficiente tau b es $\tau = 0.449$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que la relación es considerable entre las variables investigadas. Se concluyó que existe relación significativa entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
4. Por otro lado, se logró comprobar también que coeficiente tau b es $\tau = 0.343$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que la relación es pequeña entre las variables investigadas, se concluyó que existe relación significativa entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.
5. Además, se logró comprobar que el coeficiente tau b es $\tau = 0.407$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que la relación es

considerable entre las variables investigadas, se concluyó que existe relación significativa entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

6. Finalmente, se logró comprobar que el coeficiente tau b es $\tau = 0.380$ y significación bilateral de $p=0.000$, en base al intervalo de interpretación, se establece que la relación es pequeña entre las variables investigadas, se concluyó que existe relación significativa entre el despacho de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere realizar un análisis más detallado y continuo sobre la gestión de almacenes y satisfacción del cliente. Este estudio tiene como objetivo comprender la situación organizacional y desarrollar estrategias y actividades para su implementación con el fin de lograr una mejora constante en el servicio mediante una organización adecuada.
2. **Para el objetivo 1 (Recepcion)**, se sugiere un análisis más detallado y continuo sobre la gestión de almacenes y la satisfacción del cliente. Este estudio tiene como objetivo comprender la situación organizacional y desarrollar estrategias y actividades para su implementación, con el fin de lograr una mejora constante en el servicio mediante una organización adecuada.

Establecer procedimientos claros: Elaborar procedimientos precisos y detallados para el proceso de recepción de mercancías. Esto abarca la manera en que se reciben los productos, la verificación de su calidad y cantidad, el registro correspondiente, y el método de almacenamiento es el inventario.

Capacitar al personal: Ofrecer una formación adecuada a los empleados encargados de la recepción de mercancías. Es esencial que estén familiarizados tanto con los procedimientos establecidos como la operación de cualquier equipo o software utilizado durante el proceso de recepción.

3. **Para el objetivo 2 (Almacenamiento)**, se recomienda:

Análisis de la demanda: Realizar un análisis detallado de la demanda de tus productos para determinar los niveles óptimos de inventario. Esto ayudará a evitar exceso de stock y escasez, optimizando así el espacio de almacenamiento. La empresa realizar la comunicación en base a la marca sobre sus atributos, beneficios y valores distintivos, si la empresa quiere conseguir que el posicionamiento sea exitoso, el atributo tiene que ser relevante y diferencial.

Clasificación de productos: Categorizar a los productos en función de su rotación y características. Utilizar métodos como la clasificación ABC, donde los productos de alta rotación y valor se clasifican como "A", mientras que los de baja rotación y valor se clasifican como "C". Esto te permitirá organizarlos de manera eficiente en el almacén, colocando los productos más populares y de mayor valor en áreas de fácil acceso.

4. Para el objetivo 3 (*Control de Inventarios*), se recomienda

Realizar un inventario inicial preciso: Antes de implementar cualquier cambio, es importante tener un conocimiento claro y preciso de los niveles de inventario existentes. Realizar un inventario físico completo y registra todos los productos en existencia, incluyendo detalles como números de serie, fechas de vencimiento y ubicaciones físicas a la empresa implantar los beneficios distintivos y la diferenciación de las marcas que ofrecen a través de sus productos en la mente de sus consumidores, realizando campañas publicitarias (spots, mensaje a los móviles, redes sociales etc.), además de considerar estrategias promocionales (marketing directo, merchandising, etc).

Utilizar un sistema de gestión de inventario: Implementar un sistema de gestión de inventario confiable y actualizado que te permita rastrear y controlar tus existencias de manera eficiente. Utilizar software especializado o herramientas basadas en la nube que te proporcionen funciones como seguimiento de inventario, alertas de stock bajo, gestión de pedidos y generación de informes.

5. Para el objetivo 4 (*Preparación de pedidos*), se recomienda

Planificación de la demanda: Analizar y pronosticar la demanda de tus productos para planificar adecuadamente la cantidad de stock necesaria. Utilizar herramientas y técnicas de pronóstico, como el análisis histórico de ventas y la colaboración con proveedores y clientes.

Estándares de preparación: Establecer estándares claros y definidos para la preparación de pedidos. Estos estándares deben incluir criterios de calidad, tiempos de preparación y métodos de embalaje adecuados.

6. Para el objetivo 5 (Despacho), se recomienda

Optimización del flujo de trabajo: Analizar y revisar el proceso de despacho actual para identificar posibles cuellos de botella y áreas de mejora. Busca formas de optimizar el flujo de trabajo, reduciendo los tiempos de procesamiento y minimizando los errores.

Asignación eficiente de recursos: Contar con los recursos adecuados, como personal, equipos y herramientas, para realizar eficientemente las tareas de despacho. Evaluar regularmente la carga de trabajo y ajusta la asignación de recursos según sea necesario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anaya Tejero, J. (2007). *Innovacion y mejora de procesos logísticos: analisis, diagnostico e implementacion de sistemas logísticos*. Mexico: Alfaomega.
- Avendaño. (2020). artículo científico denominado Implementación de un modelo de Gestión para empresas textiles artesanales Caso Almacenes Coronado, Universidad Técnica de Machala - Ecuador. Machala, Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7897666>
- Ballaou, R. (2004). *Logística. Administración de la cadena de suministro*. Mexico.
- Bernal, C. A. (2010) *Metodología de la Investigación*. Mexico: Leticia Gaona Figueroa.
- Carreño, A. (2016). *Logística de la A a la Z*. Lima Peru: Pontificia Universidad Catolica del Peru.
- Conexion ESAN. (2018). Valor Percibido del producto. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/gestion-de-precios-en-que-consiste-el-metodo-del-valor-percibido#:~:text=El%20valor%20percibido%20consiste%20en,reales%20o%20estimados%20de%20producci%C3%B3n>.
- Correa, Gomez, & Cano. (Octubre de 2010). *Gestion de Almacenes y Tecnologia de la Informacion y Comunicacion (TIC)*.
- Escobar, J. (2017). *Logística de almacenamiento y distribución para optimizar los despachos de productos de consumo a clientes de la empresa JEMSA Representaciones*. Ambato, Ecuador: Pontificia Universidad Catolica del Ecuador.
- Escudero, M. (2014). *Logística de almacenamiento*. Madrid España: Ediciones Paraninfo.
- Frazelle, E. (2002). *World Class Warehousing and Material Handling*. Estados Unidos: McGraw-Hill.

- Gadvay Cuñez, C. (2021). Diseño de Plan Estratégico para la mejora de la productividad en ventas y satisfacción del cliente de Almacenes Gadvay Ecuador. Ecuador: DSPACE. Obtenido de <http://181.39.139.68:8080/handle/123456789/1567>
- Gago, D. (2012) *Metodos y Tecnicas de la Investigacion*. Huancayo.
- Granados Andrade, M., & Contreras Jeronimo, Y. (2017). Mejora Continua en la gestion de Almacen y su influencia en la satisfaccion del cliente de la empresa Wanser S.A.C. hUANCAYO. Huancayo, Peru: Universidad Peruana Los Andes. Obtenido de <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/147>
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: McGraw Hill.
- Hinostroza Luis, E. (2021). La mejora continua y la gestion de almacen en la empresa Accuaproduct S.A.C. Santa Anita. Santa Anita, Peru: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/82440>
- Huaman Charri, M., & Jesus Guizado, S. (2021). La mejora continua y la gestion de almacen en la Corpporacion Puchis S.AC. (U. P. Andes, Ed.) Lurigancho Chosica, Peru. Obtenido de <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/147>
- Kotler , P., & Keller, K. (2003). *Direccion del Marketing*. Mexico: McGraw.
- Lamb Ch., H., & McDaniel, C. (1998). *Marketing*. Mexico: Editorial ITP Mexico.
- Logistic (2011) *Gestion Logistica*
- Macias Villacreses, T., Martinez LLauca, G., & Lino Mero, H. (2022). La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador. Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8399856>
- Martinez Gutierrez , M. (2020). Medicion de la Satisfaccion del cliente en los servicios que ofrece almacenes el Colono. Distrito de Batan, Costa Rica: Universidad Latina de Costa Rica. Obtenido de

https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/176/1/TFG_Ulatina_Maria_Martinez_Gutierrez.pdf

Martinez Perez, C. (Septiembre de 2014). Que son las expectativas del consumidor y como afectan sus cambios a tu negocio. Obtenido de <https://celestinomartinez.com/que-son-las-expectativas-del-consumidor-y-como-afectan-sus-cambios-tu-negocio/>

Ñaupas, Valdivia, Palacios, y Romero (2018) *Metodologia de la Investigacion*

Perez, V. (2006) *Calidad total en la atención al cliente*.

QuestionPro. (2021). Experiencia del cliente¿Que es y para que sirve? Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/experiencia-del-cliente-que-es/>

Quezada Orejuela, P. (2017). Propuesta de optimizacion de los procesos de fabricacion para incrementar la eficiencia operativa de la planta de envases en San Miguel Industrias PET Ecuador. San Miguel: Universidad Politecnica Salesiana Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21248>

Retuerto Cordova, R. (2017). Gestion de Almacenes para incrementar la satisfaccion al cliente del almacen de producto terminado de la empresa Utrafrio,Callao. (U. C. Vallejo, Ed.) Callao, Peru. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75099>

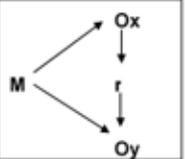
Revista Expansión. (2021). Logistica de Clase Mundial. Obtenido de <https://expansion.mx/empresas/2016/11/28/top-25-logistica-de-clase-mundial>

Reyes. (2014). *Calidad del Servicio para aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Sampieri, R. H. (2018). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico.

Vargas Huachani , G. (2021). La gestion de Almacenes con los costos de almacenamiento de la Empresa R.B. Chachani S.A.C. Arequipa, Peru: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75952>

Título: Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es la relación que existe la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?	OBJETIVO GENERAL Establecer la relación que existe entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.	HIPÓTESIS GENERAL Existe una relación significativa entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	Variable (V1) Gestión de Almacén	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción • Almacenamiento • Control de Inventarios • Preparación de pedidos • Despacho 	M. General: Método científico M. Específicos: Hipotético, Deductivo- Analítico – Sintético <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Investigación: No Experimental: De Corte Transversal • Tipo de Investigación: Básica • Nivel de Investigación: Correlacional 
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPÓTESIS ESPECIFICO	Variable (V2) Satisfacción del cliente		
PE1. ¿Cuál es la relación que existe entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?	OE1. Establecer la relación que existe entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.	H1. Existe una relación significativa entre la recepción y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.			
PE2 ¿Cuál es la relación que existe entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?	OE2. Establecer la relación que existe entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.	H2. Existe una relación significativa entre el almacenamiento y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.			
PE3 ¿Cuál es la relación que existe entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?	OE3. Establecer la relación que existe entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	H3. Existe una relación significativa entre el control de inventarios y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022.			
PE4 ¿Cuál es la relación que existe entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?	OE4. Establecer la relación que existe entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	H3. Existe una relación significativa entre la preparación de pedidos y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022			
PE5 ¿Cuál es la relación que existe entre el despacho y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022?	OE5. Establecer la relación que existe entre el despacho y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022	H3. Existe una relación significativa entre el despacho y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022			

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE (V₁): Gestión de Almacén	Para Frazelle (2002), afirma que es un conjunto de operaciones tales como recepción, acomodo, almacenamiento, preparación de pedido y despacho, que sirven para almacenar materia prima, trabajo en proceso o producto terminado que permiten la amortiguación de los desfases entre la demanda y la producción, facilitando la atención de pedidos de los clientes.	El cuestionario desarrollado, nos muestra como resultado la calificación de forma acumulada la Gestión de Almacén. La variable emplea 16 ítems, la estructura del cuestionario se encuentra compuesto de la siguiente forma: 5 sub dimensiones y 13 indicadores.	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción • Almacenamiento • Control de Inventarios • Preparación de pedidos • Despacho 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Inspección • Registro • Mantener la mercancía • Conocer las cantidades disponibles para la venta • Conocer el lugar del producto • Procesamiento de las ordenes • Recogida de los productos • Traslado a la zona de expedición • Verificación de los pedidos • Cumplimiento de entregas efectivas • Entregas a tiempo
VARIABLE (V₂): Satisfacción del Cliente	Según Lamb (2006), Es la evaluación que el cliente realiza respecto a que si han sido cumplidos sus necesidades y expectativas con el bien o servicio. Es muy importante tener clientes satisfechos porque es menos costoso mantenerlos. Existen empresas que se caracterizan por sus altos niveles de satisfacción al cliente y éstos hacen cosas muy diferentes a la de sus competencias.	Cuestionario de Satisfacción al cliente es un instrumento psicológico diseñado para identificar y valorar objetivamente cuales son los factores que hacen que se logre la satisfacción al cliente. La variable está compuesta por 4 dimensiones y 12 indicadores o sub dimensiones, y la variable está compuesta por 16 ítems.	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad percibida • Valor percibido del producto • Expectativa • Experiencia del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Buen trato • Amabilidad • Celeridad • Responsabilidad • Variedad • Cantidad • Precio • Atributos • Confianza • Relaciones mutuas • Compromiso • Retroalimentación

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DEL INSTRUMENTO

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICION
VARIABLE (V₁): Gestión de Almacén	Recepción	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Inspección • Registro 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La identificación de los productos es el adecuado 2. Se verifica de manera correcta el ingreso de los productos. 3. El registro de los productos es el adecuado 4. Los productos que ingresan a la empresa se colocan de manera adecuada. 	CUESTIONARIO	<p style="text-align: center;">ORDINAL</p> <p style="text-align: center;">Escala de Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Muy de acuerdo ● De acuerdo ● Ni de acuerdo ni en desacuerdo ● En desacuerdo ● Totalmente en desacuerdo
	Almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la mercancía • Conocer las cantidades disponibles para la venta 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Cree usted que los productos se mantienen de manera adecuada en los almacenes, es por ello que no tienen ningún desperfecto. 6. Cree usted que el personal conoce la cantidad de productos disponibles en almacén y de esta manera atiende los requerimientos de manera adecuada. 7. La empresa cuenta con algún sistema que permita registrar de manera adecuada las entradas y salidas de los productos. 8. Cree usted que el personal conoce de la cantidad de productos existentes en almacén, de acuerdo a la línea de productos. 		
	Control de Inventarios	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los tipos de producto • Conocer el lugar del producto 	<ol style="list-style-type: none"> 9. El personal ubica rápidamente los productos que existen en almacén. 		
	Preparación de pedidos	<ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento de las ordenes • Recogida de los productos • Traslado a la zona de expedición 	<ol style="list-style-type: none"> 10. Cree usted que las ordenes de pedido que realizan a la empresa es el adecuado. 11. El personal recoge los pedidos según la llegada de los comprobantes de pago. 12. El tiempo de llegada del almacén al punto de venta es 		

		<ul style="list-style-type: none"> • Verificación de los pedidos 	<p>el adecuado.</p> <p>13. La verificación de los pedidos es el adecuado</p> <p>14. El personal requiere de ayuda extra para la verificación del pedido.</p>		
	Despacho	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de entregas efectivas • Entregas a tiempo 	<p>15. Considera que cada pedido es entregado a tiempo</p> <p>16. El personal cumple con entregar el pedido de acuerdo a lo solicitado.</p>		
VARIABLE (V₂): Satisfacción del Cliente	Calidad percibida	<ul style="list-style-type: none"> • Buen trato • Amabilidad • Celeridad • Responsabilidad 	<p>1. El trato que brindan los colaboradores es el adecuado</p> <p>2. El personal atiende con amabilidad</p> <p>3. El personal de la planta atiende con rapidez cada pedido</p> <p>4. El personal de la planta realiza su labor con responsabilidad.</p>		<p>ORDINAL</p> <p>Escala de Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo
	Valor percibido del producto	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad • Cantidad • Precio 	<p>5. La empresa cuenta con variedad de productos, los cuales responde a sus expectativas.</p> <p>6. La empresa cuenta con suficiente stock, para cubrir las expectativas de cada cliente.</p> <p>7. El precio que brinda la empresa con relación a la competencia es el adecuado.</p> <p>8. Según su apreciación el precio de los productos son determinantes para que Ud. desee realizar compras continuas en la empresa.</p>		

	Expectativa	<ul style="list-style-type: none"> • Atributos 	<p>9. Los productos que distribuye la empresa es de calidad</p> <p>10. Considera que cada vez que los colaboradores atienden un pedido se generan inconvenientes.</p> <p>11. Cuando Ud. visita los puntos de venta, los colaboradores se muestran amables.</p>		
	Experiencia del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza • Relaciones mutuas • Compromiso • Retroalimentación 	<p>12. El personal de la empresa se anticipa, para aclarar las dudas y objeciones de parte de los usuarios</p> <p>13. El personal de la empresa te brinda confianza</p> <p>14. Sientes que existe compromiso con la empresa de parte del personal.</p> <p>15. Cuando tienes dudas con respecto a un pedido el personal está predispuesto a brindarte toda la información que requieres.</p> <p>16. El personal conoce los productos con los que cuenta la empresa.</p>		

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



**INSTRUMENTO PARA ESTABLECER LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA GESTIÓN
DE ALMACÉN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MBA DEX
DISTRIBUIDORES DE ALICORP, HUANCAYO 2022**

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad de establecer la relación que existe entre la gestión de almacén y satisfacción del cliente.

Instrucciones: Favor de marcar una alternativa por cada ítem del cuestionario, la que más se acerca a su percepción y con la veracidad que caracteriza a su persona.

Valoración:

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

Nº	DIMENSIONES / ITEM	ESCALA ORDINAL ⁹⁵				
		1	2	3	4	5
D1: RECEPCION						
1	La identificación de los productos es el adecuado	1	2	3	4	5
2	Se verifica de manera correcta el ingreso de los productos	1	2	3	4	5
3	El registro de los productos es el adecuado	1	2	3	4	5
4	Los productos que ingresan a la empresa se colocan de manera adecuada.	1	2	3	4	5
D2: ALMACENAMIENTO						
5	Cree usted que los productos se mantienen de manera adecuada en los almacenes, es por ello que no tienen ningún desperfecto	1	2	3	4	5
6	Cree usted que el personal conoce la cantidad de productos disponibles en almacén y de esta manera atiende los requerimientos de manera adecuada	1	2	3	4	5
7	La empresa cuenta con algún sistema que permita registrar de manera adecuada las entradas y salidas de los productos	1	2	3	4	5
8	Cree usted que el personal conoce de la cantidad de productos existentes en almacén, de acuerdo a la línea de productos	1	2	3	4	5
D3: CONTROL DE INVENTARIOS						
9	El personal ubica rápidamente los productos que existen en almacén.	1	2	3	4	5
D3: PREPARACION DE PEDIDOS						
10	Cree usted que las ordenes de pedido que realizan a la empresa es el adecuado	1	2	3	4	5
11	El personal recoge los pedidos según la llegada de los comprobantes de pago .	1	2	3	4	5
12	El tiempo de llegada del almacén al punto de venta es el adecuado.	1	2	3	4	5
13	La verificación de los pedidos es el adecuado	1	2	3	4	5
14	El personal requiere de ayuda extra para la verificación del pedido.	1	2	3	4	5
D4: DESPACHO						
15	Considera que cada pedido es entregado a tiempo	1	2	3	4	5
16	El personal cumple con entregar el pedido de acuerdo a lo solicitado	1	2	3	4	5



**INSTRUMENTO PARA ESTABLECER LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA GESTIÓN
DE ALMACÉN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MBA DEX
DISTRIBUIDORES DE ALICORP, HUANCAYO 2022**

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad de establecer la relación que existe entre la gestión de almacén y satisfacción del cliente.

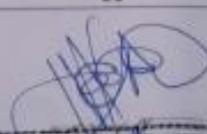
Instrucciones: Favor de marcar una alternativa por cada ítem del cuestionario, la que más se acerca a su percepción y con la veracidad que caracteriza a su persona.

Valoración:

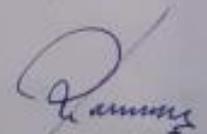
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo

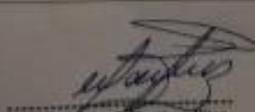
Nº	DIMENSIONES / ITEM	ESCALA ORDINAL ⁹⁷				
		1	2	3	4	5
D1: CALIDAD PERCIBIDA						
1	El trato que brindan los colaboradores es el adecuado	1	2	3	4	5
2	El personal atiende con amabilidad .	1	2	3	4	5
3	El personal de la planta atiende con rapidez cada pedido	1	2	3	4	5
4	El personal de la planta realiza su labor con responsabilidad.	1	2	3	4	5
D2: VALOR PERCIBIDO DEL PRODUCTO						
5	La empresa cuenta con variedad de productos, los cuales responde a sus expectativas	1	2	3	4	5
6	La empresa cuenta con suficiente stock, para cubrir las expectativas de cada cliente.	1	2	3	4	5
7	El precio que brinda la empresa con relación a la competencia es el adecuado.	1	2	3	4	5
8	Según su apreciación el precio de los productos son determinantes para que Ud. desee realizar compras continuas en la empresa.	1	2	3	4	5
D3: EXPECTATIVA						
9	Los productos que distribuye la empresa es de calidad	1	2	3	4	5
10	Considera que cada vez que los colaboradores atienden un pedido se generan inconvenientes	1	2	3	4	5
11	Cuando Ud. visita los puntos de venta, los colaboradores se muestran amables.	1	2	3	4	5
D4: EXPERIENCIAS DEL SERVICIO						
12	El personal de la empresa se anticipa, para aclarar las dudas y objeciones de parte de los usuarios	1	2	3	4	5
13	El personal de la empresa te brinda confianza	1	2	3	4	5
14	Sientes que existe compromiso con la empresa de parte del personal	1	2	3	4	5
15	Cuando tienes dudas con respecto a un pedido el personal está predispuesto a brindarte toda la información que requieres	1	2	3	4	5
16	El personal conoce los productos con los que cuenta la empresa.	1	2	3	4	5

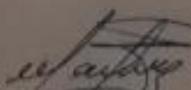
CONFIABILIDAD VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

FICHA DE EVALUACIÓN DE OPINIÓN DE EXPERTOS																					
I. DATOS GENERALES																					
Apellidos y nombres del experto: MIGUEL ANIBAL CERRON ALIAGA										DNE:		19807450									
Grado Académico: MAGISTER EN GESTION PUBLICA										Cargo:		Docente universitario									
Institución donde labora: Universidad Peruana Los Andes										E-mail:		d.lncerron@upla.edu.pe									
Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022																					
Tesis: Bach. JACKELINE HUAMÁN VILCAPOMA Bach. EDWIN ANDRÉZ PÉREZ ANAYA																					
VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE																					
II. ASPECTOS A EVALUAR																					
INDICADORES		DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENA				EXCELENTE			
		00 - 20%				21 - 40%				41 - 60%				61 - 80%				81 - 100%			
		05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia																				
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica																				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad																				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para recoger información																				
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnicos-científicos																				
8. COHERENCIA	Es coherente entre los indicadores y sus definiciones																				
9. METODOLOGIA	Responde al propósito de la investigación																				
PUNTAJE PARCIAL																					
PUNTAJE TOTAL																					
VALORACIÓN																					
PROMEDIO		Puntaje 90																95%			
 Mig. Miguel Anibal Cerrón Aliaga Reg. CLAO N° 63686																					

FICHA DE EVALUACIÓN DE OPINIÓN DE EXPERTOS																					
I. DATOS GENERALES																					
Apellidos y nombres del experto: MIGUEL ANIBAL CERRON ALIAGA										DNI:		19807450									
Grado Académico: MAGISTER EN GESTION PUBLICA										Cargo:		Docente universitario									
Institución donde labora: Universidad Peruana Los Andes										E-mail:		d.mcerron@upla.edu.pe									
Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022																					
Tesis: Bach. JACKELINE HUAMÁN VILCAPOMA																					
Bach. EDWIN ANDRÉZ PÉREZ ANAYA																					
VARIABLE: GESTIÓN DE ALMACÉN																					
II. ASPECTOS A EVALUAR																					
INDICADORES		DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENA				EXCELENTE			
		00 - 20%				21 - 40%				41 - 60%				61 - 80%				81 - 100%			
		05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																		X		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																		X		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia																			X	
4. ORGANIZACIÓN	Es una organización lógica																			X	
5. SUFICIENCIA	Cubre los aspectos en cantidad y calidad																			X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para recoger la información																		X		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnicos-cuantitativos																		X		
8. COHERENCIA	Es coherente entre los indicadores y sus dimensiones																		X		
9. METODOLOGÍA	Responde al propósito de la investigación																		X		
PUNTAJE PARCIAL																					
PUNTAJE TOTAL																					
VALORACIÓN																					
PROMEDIO		Puntaje																			
		90																92%			
 Mg. Miguel Anibal Cerrón Aliaga Reg. CLAD N° 63688																					

FICHA DE EVALUACIÓN DE OPINIÓN DE EXPERTOS																					
DATOS GENERALES																					
Identificación y nombres del experto: RICSE LIZARRAGA ANTONIO OSCAR										DNI:		19991434									
Grado Académico: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS										Cargo:		Docente universitario									
Institución donde labora: Universidad Peruana Los Andes										E-mail:		aricse@semipresencial.upla.edu.pe									
Objeto de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022																					
Evaluado por: Bach. JACKELINE HUAMÁN VILCAPOMA										Evaluador: Bach. EDWIN ANDRÉZ PÉREZ ANAYA											
OBJETO DE EVALUACIÓN: GESTIÓN DE ALMACÉN																					
ASPECTOS A EVALUAR																					
INDICADORES		DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENA				EXCELENTE			
		00 - 20%				21 - 40%				41 - 60%				61 - 80%				81 - 100%			
		05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD		Esta formulado con lenguaje apropiado																		X	
OBJETIVIDAD		Esta expresado en conductas observables																		X	
ACTUALIDAD		Adecuado al avance de la ciencia																		X	
ORGANIZACIÓN		Existe una organización lógica																		X	
EFICIENCIA		Cubre los aspectos de cantidad y calidad																		X	
FUNCIONALIDAD		Adecuado para recoger la información																		X	
CONSISTENCIA		Basado en aspectos técnicos científicos																		X	
CÓNCORDANCIA		Es coherente entre los indicadores y sus fundamentos																		X	
MÉTODOLÓGICA		Responde al propósito de la investigación																		X	
VALOR PARCIAL																					
VALOR TOTAL																					
VALORACIÓN																					
PROMEDIO		Puntaje														93%					
		90																			
 Mg. Antonio O. Ricse Lizarraga CLAD - 04330																					

FICHA DE EVALUACIÓN DE OPINIÓN DE EXPERTOS																					
DATOS GENERALES																					
Nombres y nombres del experto: PAUL DENIS MARTINEZ VITOR										DNI:		20080863									
Título Académico: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA DE EMPRESAS										Cargo:		Docente universitario									
Institución donde labora: Universidad Peruana Los Andes										E-mail:		d.pmartinez@upla.edu.pe									
Objeto de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022																					
Evaluados: Bach. JACKELINE HUAMÁN VILCAPOMA Bach. EDWIN ANDRÉZ PÉREZ ANAYA																					
OBJETO: GESTIÓN DE ALMACÉN																					
ASPECTOS A EVALUAR																					
INDICADORES		DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENA				EXCELENTE			
		80 - 20%				21 - 40%				41 - 60%				61 - 80%				81 - 100%			
		05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																			X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conclusion observables																			X	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia																			X	
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica																			X	
EFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																			X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para recoger la información																		X		
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teoricos-cientificos																		X		
COHERENCIA	Es coherente entre los indicadores y sus denominaciones																		X		
RELEVANCIA	Responde al proposito de la investigación																		X		
PUNTAJE PARCIAL																					
PUNTAJE TOTAL																					
VALORACIÓN																					
PROMEDIO		Puntaje																93%			
		90																			
 Mtro. Paul Denis Martinez Vitor ADMINISTRADOR CLAD - 03489																					

FICHA DE EVALUACIÓN DE OPINIÓN DE EXPERTOS																						
I. DATOS GENERALES																						
Apellidos y nombres del experto: PAUL DENIS MARTINEZ VITOR										DNI: 20000863												
Grado Académico: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS										Cargo: Docente universitario												
Institución donde labora: Universidad Peruana Los Andes										E-mail: d.pmartinez@upla.edu.pe												
Tema: Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022																						
Asesista: Bach. JACKELINE HUAMÁN VILCAPOMA																						
Bach. EDWIN ANDRÉZ PÉREZ ANAYA																						
VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE																						
II. ASPECTOS A EVALUAR																						
INDICADORES		DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENA				EXCELENTE				
		00 – 20%				21 – 40%				41 – 60%				61 – 80%				81 – 100%				
		05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																		X			
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																		X			
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia																			X		
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica																			X		
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																			X		
INTENCIONALIDAD	Adecuado para recoger información																		X			
CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnicos-cuantitativos																		X			
CORHERENCIA	Ex coherencia entre los indicadores y sus dimensiones																		X			
METODOLOGÍA	Responde al propósito de la investigación																		X			
PUNTAJE PARCIAL																						
PUNTAJE TOTAL																						
VALORACIÓN																						
PROMEDIO		Puntaje																	92%			
		90																				
 Mtro. Paul Denis Martínez Vitor																						

DATA Y PROCESAMIENTO DE DATOS

VARIABLE	GESTION DE ALMACEN															
	RECEPCION				ALMACENAMIENTO				CONTROL DE INVENTARIOS	PREPARACION DE PEDIDOS					DESPACHO	
DIMENSIONES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
ITEMS																
SUJETOS																
1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5
4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	4	3	1	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
6	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4
7	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	5	3	4	1	3	3
8	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	4	4	5	2	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4
10	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
11	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
13	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
15	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4	5
16	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4
17	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
18	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	2
20	5	5	5	5	4	2	3	2	4	3	4	4	4	2	3	3
21	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4
22	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4
23	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
25	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4
26	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4
27	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4
30	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4
31	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4
33	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
34	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4
36	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
37	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4
38	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5
39	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5
40	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	3
41	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	4	3	5	3	3
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4

47	3	5	4	3	3	3	2	4	5	3	2	4	3	3	3	4
48	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
49	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
52	3	2	1	2	3	1	2	2	2	3	1	1	1	4	2	2
53	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
54	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4
55	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	3
56	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	1	1	1
57	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
58	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5
60	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	4	3	1	4	4
61	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
62	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4
63	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	5	3	4	1	3	3
64	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
65	3	4	4	4	5	2	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4
66	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
67	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
68	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
69	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
71	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4	5
72	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4
73	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
74	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	2
76	5	5	5	5	4	2	3	2	4	3	4	4	4	2	3	3
77	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4
78	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4
79	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
81	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4
82	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4
83	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
85	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4
86	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4
87	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4
89	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
90	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4

91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	
92	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
93	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
94	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	4	2	5
95	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	4	2	5
96	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3
97	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
100	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
101	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	4	3	5	3	3	
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4
103	3	5	4	3	3	3	2	4	5	3	2	4	3	3	3	3	4
104	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
105	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4
106	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
107	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
108	3	2	1	2	3	1	2	2	2	3	1	1	1	4	2	2	2
109	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
110	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	4
111	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3
112	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1
113	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
114	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5	5
116	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	4	3	1	4	4	4
117	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
118	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	2	4	4
119	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	5	3	4	1	3	3	3
120	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
121	3	4	4	4	5	2	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
122	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
123	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
124	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
125	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4
126	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
127	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4	5	5
128	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4
129	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
130	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	2
132	5	5	5	5	4	2	3	2	4	3	4	4	4	4	2	3	3
133	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4	4

134	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
135	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	
136	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	
137	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4	
138	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
139	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	
140	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	
141	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4	
142	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4	
143	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	
145	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	
146	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	
148	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	
149	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	
150	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5	
151	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5	
152	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3
153	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
154	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
155	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
156	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
157	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	4	3	5	3	3	
158	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	
159	3	5	4	3	3	3	2	4	5	3	2	4	3	3	3	4	
160	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	
161	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	
162	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
163	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	
164	3	2	1	2	3	1	2	2	2	3	1	1	1	4	2	2	
165	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	
166	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	
167	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	3	
168	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	1	1	1	
169	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	
170	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	
171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5	
172	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	4	3	1	4	4	
173	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	
174	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4	
175	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	5	3	4	1	3	3	
176	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	

177	3	4	4	4	5	2	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4
178	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
179	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
180	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
181	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
183	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4	5
184	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4
185	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
186	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	2
188	5	5	5	5	4	2	3	2	4	3	4	4	4	2	3	3
189	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4
190	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4
191	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
193	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4
194	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4
195	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
197	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4
198	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4
199	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4
201	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
202	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4
203	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4
204	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
205	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4
206	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5
207	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5
208	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	3
209	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
210	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
211	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
212	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
213	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	4	3	5	3	3
214	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4
215	3	5	4	3	3	3	2	4	5	3	2	4	3	3	3	4
216	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
217	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
218	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
219	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4

220	3	2	1	2	3	1	2	2	2	3	1	1	1	4	2	2	
221	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
222	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	
223	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	3	
224	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	1	1	1	
225	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	
226	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	
227	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5	
228	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	4	3	1	4	4	
229	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	
230	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4	
231	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	5	3	4	1	3	3	
232	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
233	3	4	4	4	5	2	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	
234	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	
235	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
236	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	
237	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	
238	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	
239	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4	5	
240	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	
241	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	
242	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	
243	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	2	
244	5	5	5	5	4	2	3	2	4	3	4	4	4	2	3	3	
245	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4	
246	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
247	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	
248	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	
249	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4	
250	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
251	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	
252	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	
253	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4	
254	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4	
255	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
256	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	
257	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	
258	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	
259	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	
260	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	
261	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	
262	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5	

263	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5
264	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	3
265	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
266	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
267	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
268	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
269	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	4	3	5	3	3
270	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4
271	3	5	4	3	3	3	2	4	5	3	2	4	3	3	3	4
272	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
273	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
274	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
275	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
276	3	2	1	2	3	1	2	2	2	3	1	1	1	4	2	2
277	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
278	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4
279	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	3
280	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	1	1	1
281	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
282	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
283	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5
284	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	4	3	1	4	4
285	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
286	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4
287	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	5	3	4	1	3	3
288	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
289	3	4	4	4	5	2	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4
290	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
291	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
292	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
293	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4
294	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
295	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4	5
296	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4
297	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
298	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4
299	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	2
300	5	5	5	5	4	2	3	2	4	3	4	4	4	2	3	3
301	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4
302	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4
303	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
304	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
305	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4

306	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
307	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	
308	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	
309	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4	
310	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4	
311	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
312	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	
313	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	
314	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	
315	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	
316	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	
317	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	
318	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5	
319	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5	
320	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3
321	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
322	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
323	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
324	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
325	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	4	3	5	3	3	
326	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4
327	3	5	4	3	3	3	2	4	5	3	2	4	3	3	3	4	
328	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
329	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	
330	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
331	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
332	3	2	1	2	3	1	2	2	2	3	1	1	1	4	2	2	
333	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
334	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	
335	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	3	
336	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1
337	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
338	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	
339	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5	
340	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	4	3	1	4	4	
341	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	
342	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	2	4	4
343	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	5	3	4	1	3	3	
344	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
345	3	4	4	4	5	2	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
346	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
347	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
348	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	

349	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4
350	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
351	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4	5
352	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4
353	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
354	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4
355	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	2
356	5	5	5	5	4	2	3	2	4	3	4	4	4	2	3	3
357	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4
358	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4
359	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
360	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
361	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	3	3	4	4	4
362	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4

VARIABLE	SATISFACCION DEL CLIENTE															
	CALIDAD PERCIBIDA				VALOR PERCIBIDO DEL PRODUCTO				EXPECTATIVA			EXPERIENCIAS DEL SERVICIO				
DIMENSIONES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
SUJETOS																
1	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	1	1	1	1	1
2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	2	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	5	4	4
7	5	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	3	5	5	4	5
8	3	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	4	3	4	4
9	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4
10	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
11	5	4	2	3	1	2	5	3	2	2	3	2	2	2	3	2
12	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4
13	5	4	5	5	5	3	1	5	4	4	4	4	5	4	5	5
14	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
15	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
16	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	3	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	2	4	3
19	5	5	4	4	4	3	4	5	5	1	5	4	4	5	5	5
20	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
21	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
22	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	2
23	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3
24	4	3	5	5	5	5	1	3	5	4	4	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	3	4	5	5	1	1	1	5	4	5	5
26	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	4	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	4	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5

29	5	3	4	2	4	3	1	3	5	5	5	5	4	4	5	5
30	1	1	1	1	2	2	4	1	2	5	1	1	1	1	1	1
31	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
32	4	4	5	5	5	3	1	3	5	4	5	4	5	5	4	5
33	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4
35	5	5	5	5	2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	4	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	5	4	4	5	3	3	4	5	2	4	4	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	4	3	4	5	1	5	5	5	5	5	5
40	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
41	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	5
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
44	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
45	3	4	2	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	2	3	3
46	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
47	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5
48	2	1	4	4	5	4	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4
49	2	2	3	3	3	2	3	5	3	2	3	2	3	3	2	2
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
52	2	1	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3
55	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3
56	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
57	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	1	1	1	1	1
58	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	4	5	4	3	3	5	2	4	4	5	5	4	4
61	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
62	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	5	4	4
63	5	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	3	5	5	4	5
64	3	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	4	3	4	4
65	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4
66	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
67	5	4	2	3	1	2	5	3	2	2	3	2	2	2	3	2
68	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4
69	5	4	5	5	5	3	1	5	4	4	4	4	5	4	5	5
70	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
71	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
72	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	5	3	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	2	4	3
75	5	5	4	4	4	3	4	5	5	1	5	4	4	5	5	5
76	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
77	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
78	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	2
79	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3
80	4	3	5	5	5	5	1	3	5	4	4	5	5	5	5	5

81	5	5	5	5	5	3	4	5	5	1	1	1	5	4	5	5
82	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	4	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	4	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5
85	5	3	4	2	4	3	1	3	5	5	5	5	4	4	5	5
86	1	1	1	1	2	2	4	1	2	5	1	1	1	1	1	1
87	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
88	4	4	5	5	5	3	1	3	5	4	5	4	5	5	4	5
89	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4
91	5	5	5	5	2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	4	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	4	4	5	3	3	4	5	2	4	4	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	4	3	4	5	1	5	5	5	5	5	5
96	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
97	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	5
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
99	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
100	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
101	3	4	2	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	2	3	3
102	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
103	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5
104	2	1	4	4	5	4	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4
105	2	2	3	3	3	2	3	5	3	2	3	2	3	3	2	2
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
108	2	1	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
110	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3
111	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3
112	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
113	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	1	1	1	1	1
114	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
116	4	4	4	4	5	4	3	3	5	2	4	4	5	5	4	4
117	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
118	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	5	4	4
119	5	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	3	5	5	4	5
120	3	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	4	3	4	4
121	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4
122	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
123	5	4	2	3	1	2	5	3	2	2	3	2	2	2	3	2
124	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4
125	5	4	5	5	5	3	1	5	4	4	4	4	5	4	5	5
126	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
127	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
128	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	5	3	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	2	4	3
131	5	5	4	4	4	3	4	5	5	1	5	4	4	5	5	5
132	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4

133	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
134	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	2
135	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3
136	4	3	5	5	5	5	1	3	5	4	4	5	5	5	5	5
137	5	5	5	5	5	3	4	5	5	1	1	1	5	4	5	5
138	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	4	5	5	5	5
139	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5
140	5	5	5	5	4	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5
141	5	3	4	2	4	3	1	3	5	5	5	5	4	4	5	5
142	1	1	1	1	2	2	4	1	2	5	1	1	1	1	1	1
143	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
144	4	4	5	5	5	3	1	3	5	4	5	4	5	5	4	5
145	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4
147	5	5	5	5	2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5
148	5	5	4	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
149	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
150	5	5	4	4	5	3	3	4	5	2	4	4	5	5	5	5
151	5	5	5	5	5	4	3	4	5	1	5	5	5	5	5	5
152	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
153	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	5
154	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
155	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
156	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
157	3	4	2	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	2	3	3
158	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
159	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5
160	2	1	4	4	5	4	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4
161	2	2	3	3	3	2	3	5	3	2	3	2	3	3	2	2
162	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
163	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
164	2	1	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
166	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3
167	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3
168	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
169	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	1	1	1	1	1
170	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
172	4	4	4	4	5	4	3	3	5	2	4	4	5	5	4	4
173	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
174	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	5	4	4
175	5	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	3	5	5	4	5
176	3	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	4	3	4	4
177	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4
178	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
179	5	4	2	3	1	2	5	3	2	2	3	2	2	2	3	2
180	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4
181	5	4	5	5	5	3	1	5	4	4	4	4	5	4	5	5
182	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
183	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
184	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4

185	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
186	5	3	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	2	4	3
187	5	5	4	4	4	3	4	5	5	1	5	4	4	5	5	5
188	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
189	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
190	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	2
191	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3
192	4	3	5	5	5	5	1	3	5	4	4	5	5	5	5	5
193	5	5	5	5	5	3	4	5	5	1	1	1	5	4	5	5
194	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	4	5	5	5	5
195	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5
196	5	5	5	5	4	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5
197	5	3	4	2	4	3	1	3	5	5	5	5	4	4	5	5
198	1	1	1	1	2	2	4	1	2	5	1	1	1	1	1	1
199	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
200	4	4	5	5	5	3	1	3	5	4	5	4	5	5	4	5
201	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
202	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4
203	5	5	5	5	2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5
204	5	5	4	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
205	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
206	5	5	4	4	5	3	3	4	5	2	4	4	5	5	5	5
207	5	5	5	5	5	4	3	4	5	1	5	5	5	5	5	5
208	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
209	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	5
210	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
211	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
212	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
213	3	4	2	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	2	3	3
214	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
215	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5
216	2	1	4	4	5	4	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4
217	2	2	3	3	3	2	3	5	3	2	3	2	3	3	2	2
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
219	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
220	2	1	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2
221	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
222	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3
223	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3
224	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
225	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	1	1	1	1	1
226	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
227	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
228	4	4	4	4	5	4	3	3	5	2	4	4	5	5	4	4
229	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
230	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	5	4	4
231	5	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	3	5	5	4	5
232	3	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	4	3	4	4
233	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4
234	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
235	5	4	2	3	1	2	5	3	2	2	3	2	2	2	3	2
236	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4

237	5	4	5	5	5	3	1	5	4	4	4	4	5	4	5	5
238	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
239	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
240	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
241	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
242	5	3	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	2	4	3
243	5	5	4	4	4	3	4	5	5	1	5	4	4	5	5	5
244	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
245	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
246	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	2
247	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3
248	4	3	5	5	5	5	1	3	5	4	4	5	5	5	5	5
249	5	5	5	5	5	3	4	5	5	1	1	1	5	4	5	5
250	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	4	5	5	5	5
251	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5
252	5	5	5	5	4	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5
253	5	3	4	2	4	3	1	3	5	5	5	5	4	4	5	5
254	1	1	1	1	2	2	4	1	2	5	1	1	1	1	1	1
255	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
256	4	4	5	5	5	3	1	3	5	4	5	4	5	5	4	5
257	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
258	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4
259	5	5	5	5	2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5
260	5	5	4	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
261	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
262	5	5	4	4	5	3	3	4	5	2	4	4	5	5	5	5
263	5	5	5	5	5	4	3	4	5	1	5	5	5	5	5	5
264	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
265	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	5
266	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
267	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
268	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
269	3	4	2	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	2	3	3
270	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
271	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5
272	2	1	4	4	5	4	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4
273	2	2	3	3	3	2	3	5	3	2	3	2	3	3	2	2
274	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
275	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
276	2	1	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2
277	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
278	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3
279	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3
280	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
281	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	1	1	1	1	1
282	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
283	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
284	4	4	4	4	5	4	3	3	5	2	4	4	5	5	4	4
285	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
286	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	5	4	4
287	5	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	3	5	5	4	5
288	3	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	4	3	4	4

289	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4
290	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
291	5	4	2	3	1	2	5	3	2	2	3	2	2	2	3	2
292	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4
293	5	4	5	5	5	3	1	5	4	4	4	4	5	4	5	5
294	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
295	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
296	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
297	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
298	5	3	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	2	4	3
299	5	5	4	4	4	3	4	5	5	1	5	4	4	5	5	5
300	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
301	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
302	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	2
303	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3
304	4	3	5	5	5	5	1	3	5	4	4	5	5	5	5	5
305	5	5	5	5	5	3	4	5	5	1	1	1	5	4	5	5
306	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	4	5	5	5	5
307	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5
308	5	5	5	5	4	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5
309	5	3	4	2	4	3	1	3	5	5	5	5	4	4	5	5
310	1	1	1	1	2	2	4	1	2	5	1	1	1	1	1	1
311	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
312	4	4	5	5	5	3	1	3	5	4	5	4	5	5	4	5
313	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
314	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4
315	5	5	5	5	2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5
316	5	5	4	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
317	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
318	5	5	4	4	5	3	3	4	5	2	4	4	5	5	5	5
319	5	5	5	5	5	4	3	4	5	1	5	5	5	5	5	5
320	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
321	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	5
322	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
323	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
324	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
325	3	4	2	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	2	3	3
326	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
327	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5
328	2	1	4	4	5	4	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4
329	2	2	3	3	3	2	3	5	3	2	3	2	3	3	2	2
330	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
331	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
332	2	1	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2
333	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
334	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3
335	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3
336	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
337	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	1	1	1	1	1
338	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
339	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
340	4	4	4	4	5	4	3	3	5	2	4	4	5	5	4	4

341	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
342	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	5	4	4
343	5	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	3	5	5	4	5
344	3	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	4	3	4	4
345	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4
346	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
347	5	4	2	3	1	2	5	3	2	2	3	2	2	2	3	2
348	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4
349	5	4	5	5	5	3	1	5	4	4	4	4	5	4	5	5
350	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
351	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
352	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
353	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
354	5	3	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	2	4	3
355	5	5	4	4	4	3	4	5	5	1	5	4	4	5	5	5
356	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
357	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
358	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	2
359	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3
360	4	3	5	5	5	5	1	3	5	4	4	5	5	5	5	5
361	5	5	5	5	5	3	4	5	5	1	1	1	5	4	5	5
362	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	4	5	5	5	5

FOTOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

SOLICITO: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Señor:

MIGUEL ANGEL BARRIGA AREVALO

Gerente De La Empresa MBA DEX SAC

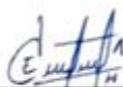
De mi especial consideración:

Le damos un cordial saludo y a la vez hacer de su conocimiento que nosotros Srta. JACKELINE EMILIA HUAMÁN VILCAPOMA, identificada con DNI N° DNI 70041802 y PÉREZ ANAYA EDWIN ANDRÉZ, identificado con DNI N° 75830174 en calidad de investigadores, nos dirigimos a su despacho con la finalidad de solicitarle el permiso correspondiente a fin de que pueda brindarnos las facilidades del caso ya que tenemos el interés de realizar la investigación en la Empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, cuyo título de la investigación es **Gestión de almacén y satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022**, el objeto de esta solicitud, es establecer la relación que existe entre la gestión de almacén y la satisfacción del cliente en la empresa MBA DEX distribuidores de Alicorp, Huancayo 2022. Asimismo, comprometemos que una vez terminamos el proceso de análisis de los datos se entregara un ejemplar a su despacho.

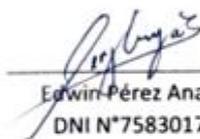
Es importante mencionar que esta actividad no conlleva ningún gasto por parte de su empresa y que se tomara resguardo necesario para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la empresa, de igual manera se entregará al personal un consentimiento informado donde se le invita a participar del proyecto y se le explique en qué consistirá la investigación.

Sin otro en particular y seguros de contar con su apoyo, hacemos propicia la ocasión para reiterarle las muestras de nuestra especial consideración y deseándole éxitos en la gestión que viene desarrollando en beneficio de la población estudiantil.

Huancayo, 22 de junio del 2022



Jackeline Huamán Vilcapoma
DNI N°70041802



Edwin Pérez Anaya
DNI N°75830174

