



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).
Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa
Fix Auto MRT, 2019

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

AUTORAS:

Jessica Mirella Torres Tafur
Karla Fiorela Paredes Ramírez

ASESORA:

Lic. Adm. Mtra. Karla Patricia Martell Alfaro

CO-ASESORA:

Lic. Adm. Mtra. Lady Diana Arévalo Alva

Tarapoto – Perú

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa

Fix Auto MRT, 2019

AUTORAS:

Jessica Mirella Torres Tafur

Karla Fiorela Paredes Ramírez

Sustentada y aprobada el 22 de octubre del 2021, por los siguientes jurados:



.....
Dr. Aníbal Pinchi Vásquez

Presidente



.....
Lic. Adm. M. Sc. Alfonso Reátegui Cahuaza

Secretario



.....
Lic. Adm. Mtro. Luis Alberto Ríos López

Vocal



.....
Lic. Adm. Mtra. Karla Patricia Martell Alfaro

Asesora

Declaratoria de autenticidad

Jessica Mirella Torres Tafur, con DNI N° 70036831 y **Karla Fiorela Paredes Ramírez**, con DNI N° 73383564, bachilleres de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, autores de la tesis titulada: **Gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.**

Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

Tarapoto, 22 de octubre del 2021.



Bach. Jessica Mirella Torres Tafur

DNI N° 70036831



Bach. Karla Fiorela Paredes Ramírez

DNI N° 73383564

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Torres Tarur Jessica Mirella		
Código de alumno :	70036831	Teléfono:	939084160
Correo electrónico :	jemitola@gmail	DNI:	70036831

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Administración

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de investigación	<input type="checkbox"/>
Trabajo de suficiencia profesional	<input type="checkbox"/>		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Gestión de Almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa FIX AUTO MRT, 2019
Año de publicación:	2021

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	<input checked="" type="checkbox"/>	Embargo	<input type="checkbox"/>
Acceso restringido **	<input type="checkbox"/>		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".



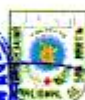
Firma del Autor



8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

25/11/2021



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología
e Innovación de Acceso Abierto - UNSM.

Ing. M.Sc. Alfredo Ramos Perea
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**** Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Paredes Ramírez Karla Fiorela		
Código de alumno :	73383564	Teléfono:	930947678
Correo electrónico :	kparedes.ramirez@gmail.com		DNI: 73383564

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Economicas
Escuela Profesional de:	Administración

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(X)	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	()		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Gestión de Almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa FIX AUTO MRT, 2019
Año de publicación:	2021

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(X)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".


.....
Firma del Autor



8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

25/11/2021



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología
e Innovación de Acceso Abierto - UNSM.


Ing. M.Sc. Alfredo Ramos Perea
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Dedicatoria

A nuestros padres.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que nos han transmitido siempre, por el valor mostrado para salir adelante, por motivarnos y darnos la mano cuando sentíamos que el camino se terminaba, a ustedes por siempre nuestro corazón y agradecimiento.

A nuestros amigos.

Quienes fueron parte importante en nuestra vida, porque siempre estuvieron ahí para brindarnos su ayuda, ahora nos toca regresar un poquito de todo lo que nos han otorgado, con mucho cariño a ustedes.

A nuestros maestros.

Que, en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarnos para ser personal y profesionalmente éticos y preparados ante los retos que nos pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas páginas de nuestra tesis.

Los Autores.

Agradecimiento

A DIOS por habernos guiado durante nuestra formación profesional y por darnos una vida llena de aprendizajes.

A nuestras familias, por el apoyo que siempre nos brindaron para llevar adelante el deseo de superación profesional, y sobre todo haber permitido la realización de nuestro trabajo de investigación.

Índice general

Dedicatoria	vi
Índice general	viii
Índice tablas.....	ix
Resumen	x
Abstract	xi
Introducción	1
CAPÍTULO I REVISIÓN BIBIOGRÁFICA.....	8
1.1. Antecedentes de la investigación	8
1.2. Base teórica.....	12
1.3. Definición de Términos Básicos	22
CAPÍTULO II MATERIAL Y MÉTODOS.....	23
2.1. Sistema de Hipótesis	23
2.2. Sistema de Variables.....	23
2.3. Tipo y nivel de investigación.....	25
2.4. Diseño de la investigación	25
2.5. Población y Muestra.....	26
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
2.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	27
2.8. Método de investigación	27
CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	29
3.1. Resultados	29
3.2. Discusión de resultados.....	32
CONCLUSIONES	34
RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36
ANEXOS.....	41
Anexo A: Matriz de Consistencia.....	42
Anexo B. Instrumento de la variable Independiente	43
Anexo C. Instrumento de la variable dependiente.....	45

Índice tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente	24
Tabla 3. Prueba de correlación de las variables gestión de almacenes y la atención oportuna.....	29
Tabla 3. Prueba de correlación de la dimensión recepción de mercaderías y la atención oportuna.....	30
Tabla 4. Prueba de correlación de la dimensión de distribución de almacén y la atención oportuna.....	30
Tabla 5. Prueba de correlación de la dimensión control de almacén y la atención oportuna.....	31

Resumen

La investigación titulada “Gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019” tuvo como objetivo general es de Determinar la relación entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019. El tipo de estudio fue aplicada; el diseño de la investigación es no experimental: asimismo la investigación contó con una muestra de estudio de 37 colaboradores de la empresa, las cuales se utilizaron como recolección de datos a encuestas para ambas variables, que fueron aplicados a lo que estipula la muestra. Donde se llegó así la siguiente conclusión, con respecto al objetivo general, se llegó a determinar tras la aplicación de la prueba de Pearson, se evidenció la relación entre ambas variables, ya que el valor “p” (Valor de significancia = 0.00) obtenido es menor a 0.05. Así mismo, debido a que el valor “r” es de 0.817, indica una correlación significativa, por lo que se acepta la hipótesis de investigación: “Existe una relación significativa entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019”

Palabras clave: Gestión de almacén, atención oportuna, distribución de mercaderías.

Abstract

The research entitled "Warehouse management and timely customer service in the Fix Auto MRT company, 2019" had as general objective to determine the relationship between warehouse management and timely customer service in the Fix Auto MRT company, 2019. It was an applied study; the research design is non-experimental: likewise, the research had a study sample of 37 employees of the company, which were used as data collection surveys for both variables, which were applied to what the sample stipulates. The following conclusion was reached regarding the general objective, after the application of Pearson's test, the relationship between both variables was evidenced, since the "p" value (Significance value = 0.00) obtained is less than 0.05. Likewise, since the "r" value is 0.817, it indicates a significant correlation, so the research hypothesis is accepted: "There is a significant relationship between warehouse management and timely attention to customers in the company Fix Auto MRT, 2019".05.

Key words: Warehouse management, timely attention, merchandise distribution.



Introducción

Actualmente la gestión de almacén de inventarios o existencias, de una organización es importante para el éxito en el mercado, por ello, es necesario diferenciar entre la gestión de almacén y los inventarios, se debe donde la gestión de almacenes está vinculada con los aspectos de recepción, distribución como también el control o gestión de la calidad de las existencias, mientras que la gestión de inventarios, es solo el primer paso de la gestión de almacén, debido a que la gestión de almacenes se conecta con otras áreas de la empresa mientras que la gestión de inventarios no se integra con demás áreas. Para una mejor conceptualización, se podría decir que la gestión de almacenes permite el control de los inventarios debido a los detalles e información con la que cuenta, porque el inventario depende de la utilización de la gestión de almacenes para lograr encontrar los espacios para acomodarlo hasta poder utilizarlo o venderlo, y la gestión de inventarios es solo únicamente brinda la cantidad de productos disponibles (Vidal, 2019, párr.1-5).

Se ha encontrado que en México que la incorrecta gestión de los almacenes en las empresas, es uno de los pilares que motivan a las empresas a fracasar, porque provoca que se tomen decisiones erróneas, donde se ha evidenciado que la mala gestión ocasiona pérdidas significativas a las organizaciones, debido a que el 70% de empresas que no corrigen su gestión de los almacenes no puede permanecer en el mercado más de cinco años, debido a que no tienen un adecuado control y no saben cómo realizan el monitoreo de sus almacenes. Por ello muchas empresas están empezando a invertir en el control del flujo de entradas y salidas, clasificación de productos, orden y organización, esto permitirá que sepan cuanto tienen y cuánto vale, lo que conllevará a satisfacer tanto la demanda de clientes como también una atención rápida y eficaz, ya que se evitan contratiempos que perjudican a los clientes llevándose una buena impresión de la efectividad de las empresas (Coto, 2017, párr.1-3).

En Brasil, se ha podido identificar que las empresas siempre buscan mejorar y especializarse continuamente sobre la gestión de almacén, ya que se ha convertido en un factor contribuyente para el éxito de la organización y parte de la estrategia frente a los competidores. En este sentido, cuanto más espacio y optimización de la operación del inventario, mejor flujo de material desde la línea de almacén hasta la entrega de materiales

a los clientes, desplegando resultados rentables y productivos. Sin embargo, en las empresas brasileras se evidenció poca capacitación de capital humano, principalmente en la gestión de almacén, además de nula disponibilidad de flujo de información, todo ello genera que las empresas presenten reducción del rendimiento y poca calidad en el servicio como en la atención de los clientes, los cuales muchos de ellos se quejan por la poca capacidad que tienen muchas empresas para cumplir con la entrega de la mercancía de forma rápida y eficiente (Reis et al, 2017, p.329).

Con respecto a la atención oportuna, en Ecuador más del 70% de la población se queja recurrentemente por la calidad del servicio al cliente que brindan las empresas, debido a la falta de capacitaciones y manuales de atención son los principales causantes de este problema que las organizaciones tienen que prevenir. Las situaciones que enfrenta el cliente siempre presentan falencias en la atención, como la falta de cultura y motivación al trabajador sobre la importancia de tener clientes satisfechos. De acuerdo con una encuesta las personas se quejan de las empresas por la poca información (14.3%), falta de profesionalismo (15.8%), poca resolución de problemas (23.6%) y finalmente la demora en la entrega del producto o servicio (17.9%), este último es el causante de la falta de calidad y eficiencia de la organización y por lo cual el cliente tiene una mala percepción (Zapata, 2018, párr.3-6).

En el Perú, la gestión de almacenes se considera como un aspecto importante para que las organizaciones puedan lograr y cumplir de forma eficiente con los clientes, mediante el ahorro de tiempo para ellos y la memorización de costos para la empresa. Se ha identificado, que casi el 30% de las empresas especialmente las grandes corporaciones tienen una eficiente gestión de su almacén debido, al uso de la automatización de la información y procesos el cual reduce el tiempo de trabajo y las actividades a realizar para el personal y con lo cual la empresa se vuelve mucho más productiva. Se dice que para tener una correcta gestión de almacenes es necesario que gran parte de las empresas use la informatización, la cual evita errores en el despacho de productos y su respectivo control de los almacenes, brindando una correcta atención a los clientes de una organización (Majem, 2018, párr.1-3).

En referencia a la atención oportuna al cliente, en el Perú el 67% de la población indica que no regresaría o no volvería a escoger a una empresa si tiene una mala experiencia en

la atención, mientras que el 60% siempre hace uso del libro de reclamaciones. Esto debido a que muchas empresas no capacitan a sus trabajadores para brindar una correcta experiencia al cliente, porque más se preocupan por minorizar costos o tener mayores ventas, pero no se dan cuenta que no atender al cliente brindando un servicio completo y oportuno, no volverá a regresar y ocasionando que la empresa pierda clientes y por lo tanto ventas, lo que ocasionaría una disminución económica (Ochoa, 2018, párr.2-4).

La realidad de la empresa Fix Auto MRT la cual es una empresa dedicada al servicio automotriz, mediante la venta de repuestos de carros (faros, filtros: aire acondicionado, aire, aceites, entre otros) y el servicio de mecánica automotriz (reparación, mantenimiento, pintura, afinamiento electrónico, entre otros). Se ha podido evidenciar mediante las visitas realizadas a la empresa que en el área de almacén, debido a que en la recepción no se verifica correctamente la totalidad de la mercadería, es decir, los trabajadores del área no revisan las condiciones de la mercadería que reciben de los diferentes proveedores, y si estos llegan conforme a los requerimientos previos, es por eso que en muchas ocasiones existen inconsistencias entre los productos físicos, además también existe una mala distribución del almacén, porque en muchas ocasiones existe una inadecuada ubicación de los productos, o que no se tenga un procedimiento de almacenamiento óptimo; lo que refleja el ineficiente control dentro del almacén debido a que hay productos, que no se encuentran debidamente registrados en el sistema, a ello se le adiciona que existen productos sin precios, por el mal conteo de la cantidad recibida. Lo anterior, posiblemente este ocasionando que no se pueda brindar una correcta atención a los clientes, debido a que, cuando se quiere buscar un producto con las características que requiere el cliente no coinciden con el pedido realizado y dicho error es detectado cuando el cliente solicita dicho producto, lo que ocasiona demoras en el momento de hacer la entrega al cliente o se requiere hacer el mantenimiento del vehículo, generando insatisfacción, incomodidad y pérdida de tiempo para el cliente. De seguir persistiendo dicha problemática es altamente probable que la entidad no pueda mantenerse en el mercado en el mediano plazo, pues esto acarrea que cada vez cuenten con menos clientes, ocasionando que tenga más pérdidas y menos rotación por ventas, y en último caso el cese de la empresa. Por ello, el propósito de la investigación se orienta a determinar si la gestión en el área de almacén guarda relación con la atención oportuna del personal a los clientes en la empresa Fix Auto MRT en el 2019.

Cuando hablamos sobre gestión de inventarios nos estamos refiriendo a un seguimiento profundo de los artículos o materiales que se almacenan, esto a través de ciertas actividades que logran proporcionar un amplio conocimiento en la administración adecuada del registro, compra y salida del inventario dentro de una empresa.

El seguimiento del inventario va desde los fabricantes hasta la logística para los almacenes y luego desde las instalaciones hasta el punto de la venta. El principal objetivo de la gestión de inventario es tener el producto específico organizado y en el momento oportuno. Es por esto que se debe tener una visibilidad del inventario, así se podrá saber cuándo se debe hacer los pedidos, cuánto se debe pedir y dónde almacenar las existencias.

La gestión de inventarios es de gran importancia para llevar un orden dentro del almacén y para que el desarrollo de la actividad sea el correcto. Así la empresa tendrá un control de los bienes con los cuales se pretende satisfacer la demanda del producto. El proceso de gestión es necesario monitorearlo periódicamente con la finalidad de aprovechar los recursos. Al no llevar adecuadamente la gestión, la empresa podría asumir pérdidas como consecuencia de una deficiente organización. Razón por la cual, dentro de la gestión de inventarios es necesario tener un sistema de control que ayude a revisar los recursos e implementar técnicas que permitan evaluar correctamente las mercancías.

Hoy en día gracias a la globalización, la tecnología y a los mismos consumidores, la gestión de inventarios está cambiando en gran medida, ya que ahora la gestión de inventarios se está realizando a través de softwares avanzados con los cuales se logra un seguimiento de inventario eficiente. Un gestor de inventarios puede simplificar el proceso de pedido, almacenamiento y uso del inventario al automatizar la producción de toda la línea, la gestión empresarial, la previsión de la demanda y la contabilidad. Los sistemas de gestión de inventarios más sofisticados pueden rastrear la ubicación del artículo, e incluso predecir el momento óptimo para reordenar los suministros, basándose en una variedad de datos, como por ejemplo las ventas pasadas. Existen sistemas de inventario para pequeñas empresas que se pueden ejecutar en una sola PC, así como paquetes de software más grandes que se ejecutan en computadoras en las instalaciones o en la nube, y módulos de gestión de inventarios para sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP).

Formulación del problema

Problema general

¿Cuál es la relación de la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019?

Problemas específicos

¿Cómo es la relación entre la recepción de mercaderías y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019?

¿Cómo es la relación entre la distribución de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019?

¿Cómo es la relación entre el control de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019?

Objetivos

Objetivo general.

Determinar la relación entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.

Objetivos específicos.

Establecer la relación entre la recepción de mercaderías y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.

Identificar la relación entre la distribución de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.

Analizar la relación entre el control de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.

Justificación de la investigación

Conveniencia

Este estudio ha sido conveniente porque permitió la identificación de un suceso real dentro de la organización, como también comprobar si la gestión de almacén se relaciona con la falta de atención oportuna en la organización.

Relevancia social

Este trabajo se justifica a nivel social porque amplió el panorama sobre como la gestión de almacén se relaciona con la atención que reciben los clientes, de tal forma que la empresa pueda mejorar y brindar a sus clientes un servicio correcto y eficiente.

Valor teórico

Este estudio permitió brindar nueva información acerca de las variables gestión de almacén y atención oportuna, ya que cada una de ellas estuvo sustentada en teorías válidas y con antecedentes de estudio similares.

Implicaciones prácticas

Esta investigación permitió encontrar una situación o una realidad en específico en este de la gestión de almacén y su relación con la atención oportuna al cliente, el cual brindará un nuevo panorama actual sobre este contexto.

Utilidad metodológica

Se justifica de manera metodológica, porque brinda nuevos instrumentos para poder medir las variables en este caso son dos cuestionarios con escala ordinal los cuales brindarán una información precisa para lograr el objetivo del estudio.

Importancia del estudio

El almacén es una unidad de servicio clave en una empresa siendo parte de su estructura orgánica y funcional. Su principal función es el resguardo, custodia, control y abastecimiento de materiales y productos de la empresa. Por lo tanto, la gestión del almacén repercute en toda la organización tanto en la inversión de recursos materiales como

humanos ya que cuanto mejor sea más bajo sea su coste y mejor sus tiempos de ejecución y rendimiento general más rentable es.

Buena parte del éxito de una empresa depende en gran medida de la gestión que ésta realice en sus almacenes. Disponer de una estructura adecuada es fundamental para que los procedimientos se realicen de la mejor manera posible, ahorrando tiempo y costes para poder invertirlos en otra área de la empresa. Gestionar los almacenes se ha convertido, más si cabe, en una pieza fundamental de toda empresa en los últimos años, donde ha habido cambios importantes, evolucionando y modernizándose en muchos aspectos, sin otra intención que mejorar en todos sus campos y tratar de llegar al consumidor final con todas las garantías. El almacén es el principal abastecedor de toda empresa y su organización es clave para que funciones tan habituales como preservar, proteger, controlar y proveer los productos no se vean afectadas en ningún momento.

Al mismo tiempo está compuesto por tres capítulos:

CAPÍTULO I: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Se considera los trabajos previos, las teorías relacionadas y la definición de términos.

CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODOS

Se menciona el diseño de investigación; variables, operacionalización; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos y la estadística utilizada.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información, acompañado de la discusión de los resultados, conclusiones y las recomendaciones.

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBIOGRÁFICA

1.1. Antecedentes de la investigación

Para abordar las investigaciones anteriores con respecto a las variables en estudio es necesario abarcar antecedentes en tres niveles como son:

A nivel internacional

Sales (2016) en su trabajo *“Gestión de almacén de las mercancías en abandono del Senae distrito esmeraldas”*. Esmeraldas – Ecuador. Este estudio tuvo como finalidad analizar la gestión de almacén realizada en la organización. Los métodos utilizados fueron el deductivo e inductivo con una metodología de tipo descriptiva con un diseño no experimental, se contó con una muestra conformada por 14 participantes a los cuales se les aplicó una ficha de observación y una guía de entrevista. Los principales resultados indicaron que el proceso en los ingresos y salidas de mercancías, se han identificado falta de equipos y herramientas importantes para el correcto desarrollo de actividades dentro del mismo, además muestra falencias en la trazabilidad de mercancías, por la falta de manuales de procesos ocasionando que exista pérdida de tiempo en los mismos. Finalmente se llegó a concluir que la gestión general del almacén es inadecuada, lo que ha ocasionado que dichos procedimientos que se realizan que ocasionan que no se pueda lograr una entrega oportuna de dichas mercancías a cargo de dicha organización.

Herrera (2018) en su investigación *“Propuesta de mejoramiento del proceso logístico de gestión de almacenes en la empresa Inemflex S.A.S.”*. Bogotá – Colombia. Este estudio tuvo como propósito elaborar una propuesta de mejora en el proceso de la gestión de almacenes para la reducción de localización de mercancía. El método utilizado fue el estadístico con una metodología de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de nivel descriptivo, se contó con una muestra documental de las actividades de la empresa, para ello se hizo uso de una guía observacional y el análisis documental. Los principales resultados indicaron que el 80% de las actividades que se realizan dentro del almacén son susceptibles a modificaciones, debido al poco compromiso de la gerencia para el proceso dentro del almacén, por la resistencia al cambio y poca comunicación dentro de la

organización. Por ello se llega a la conclusión que la empresa no cuenta con unos eficientes procesos en la gestión de almacenes, lo que ocasiona pérdidas de tiempo al momento de entregar la mercancía a los clientes.

López (2017) en su estudio *“La percepción de los clientes sobre el servicio brindado por la empresa Aluminio y vidrio Matagalpa (ALU.V.MAT) ubicada en la ciudad de Matagalpa en el II Semestre del año 2016”*. Managua – Nicaragua. Este trabajo tuvo como objetivo analizar la percepción de los clientes sobre la atención del servicio brindado. El método utilizado fue el analítico, con una metodología de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de nivel descriptivo, se contó con una muestra conformada por de 133 clientes a los cuales se les aplicó una encuesta. Los principales resultados demostraron que la atención fue oportuna y eficiente por parte de la organización, por la amabilidad de sus trabajadores y el trato personalizado que se da al cliente y los trabajadores cuenta con las herramientas necesarias para desarrollar sus tareas. Finalmente se concluye que el 84% de los clientes indicaron que existe una adecuada atención oportuna, debido a que están satisfechos por la calidad del mismo y el producto que ofrecen lo consiguen rápido y tiene rendimiento y durabilidad.

A nivel nacional

Tello (2019) en su trabajo titulado *“La gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019”*. Lima – Perú. Este estudio tuvo como finalidad hallar la relación entre la gestión de almacenes y la atención oportuna. Los métodos utilizados fueron el hipotético deductivo, además la metodología fue de tipo aplicada de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de nivel descriptivo – correlacional, se contó con una muestra de 183 participantes a los cuales se les aplicó una encuesta. Los principales resultados indicaron que la gestión de almacenes, con respecto a la gestión del stock es regular según el 39.3% de los resultados, mientras que el 47.5% indicó que la recepción de mercaderías es adecuada y de igual forma calificó el 42.6% a los flujos de entradas y salidas, por otro lado, el 50.8% calificó como regular la atención oportuna. Finalmente, mediante la prueba de correlación de Rho de Spearman, el cual arrojó una significancia de 0.000 y un coeficiente de 0.397, lo que confirma que existe una relación significativa entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes de la organización.

Alarcón (2019) en su investigación *“Gestión de almacenaje para reducir el tiempo de despacho en una distribuidora en Lima”*. Lima – Perú. Esta investigación tuvo como objetivo elaborar una gestión de almacenaje para la reducción de tiempo de despacho al cliente. El método utilizado fue el estadístico, con una metodología de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, el cual contó con una muestra compuesta por 14 participantes a los cuales se les aplicó una encuesta. Los principales resultados indicaron que el área de almacén tiene falencias, como el traslado de mercancía a estantes incorrectos y la inadecuada ubicación de productos, lo que genera grandes demoras de entrega a los clientes. Se llegó a concluir que mediante la ejecución de la propuesta mejora en un 50% la afectividad de la gestión de almacén, mientras que el tiempo para el servicio y atención al cliente se reduce de 14 minutos a 3 minutos, lo que indica una efectividad aumentada en un 80% con respecto a la eficiencia de la organización.

Ramos (2018) en su estudio *“Implementación de un sistema de gestión logística en la empresa importadora Ralamn S.A.C., para mejorar el servicio al cliente – Lambayeque 2016”*. Chiclayo – Perú. Esta investigación tuvo como propósito mejorar la atención mediante un sistema logístico dentro de almacén. El método utilizado fue el analítico-deductivo, la metodología fue de diseño no experimental de nivel descriptivo, se contó con una muestra de 147 clientes a los cuales se les aplicó una encuesta. Los principales resultados indicaron que existe un nivel regular de reclamos y devoluciones según el 36.49% de los datos hallados, mientras que la demora de entrega de productos se hace de 1 a 5 días según el 41% de los clientes, por otro lado, el servicio no es conforme para el 60.81% de clientes y la gestión de almacén no es correcta según el 37.84%. Finalmente se llegó a concluir que la gestión logística existente en la organización es inadecuada lo que origina que no haya una buena atención al cliente, por ello se vio necesario implementar un sistema de gestión en el almacén para mejorar los procesos.

Huacachi (2018) en su trabajo *“Aplicación de la gestión de almacenes para mejorar la productividad en el almacén de la empresa CESCORP, Barranco, 2018”*. Lima – Perú. Este estudio tuvo como objetivo mejorar la productividad del almacén mediante una correcta gestión de almacenes. Los métodos utilizados fueron el descriptivo e inferencial, con una metodología de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo de diseño pre experimental y nivel explicativo, para lo cual se usó como muestra la información de los almacenes para lo cual se aplicó la ficha de observación. Los principales resultados

indicaron que la gestión actual del almacén ha ocasionado que el flujo de atención de los servicios sea inadecuado y también ocasiona una baja productividad lo cual afecta al cliente y los ingresos de la organización. Finalmente, mediante la aplicación de una correcta gestión del almacén mejora en un 16.5% la efectividad de la atención que se le brinda a los clientes de la entidad, logrando procesos eficientes y evitando pérdidas de tiempo dentro del almacén.

A nivel regional y local

García y Sánchez (2019) en su estudio *“Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la empresa Almi Farma EIRL, Tarapoto, Año 2017”*. Tarapoto – Perú. Este trabajo tuvo como propósito identificar la incidencia de la gestión de almacén en las ventas. Se usó un método descriptivo, donde la metodología fue de enfoque mixto, con un diseño no experimental de nivel descriptivo – correlacional, se contó con una muestra compuesta por la información de procesos y cuatro participantes, para lo cual se aplicó una ficha de observación, análisis documental y una entrevista. Los principales resultados demostraron que la gestión de almacén se realiza de forma inadecuada y deficiente, tanto en la recepción, almacenamiento y despacho, porque se realizan de forma empírica, lo que ha ocasionado que no se tenga una correcta implementación de los documentos para el control y monitoreo de los flujos de ingresos y salidas de productos de la organización. Finalmente se llegó a concluir que la gestión de almacén incide de forma negativa en las ventas que ha generado la empresa.

Quiquinlla (2018) en su investigación *“Evaluación de la gestión de almacén y su incidencia en la rentabilidad de la empresa comercial Requejo, Tarapoto, año 2016”*. Tarapoto – Perú. Este trabajo tuvo como objetivo hallar la incidencia de la gestión de almacén en la rentabilidad. Los métodos usados fueron el descriptivo e inferencial con una metodología de diseño no experimental, descriptivo – correlacional y una muestra de seis trabajadores y la información documental de la empresa, para lo cual se aplicó una guía de entrevista, una ficha de observación y una guía documental. Los principales resultados demostraron que las acciones que se hacen en relación a la gestión de almacén, según el 76% de estas actividades no se cumplen, por lo que demuestra que la gestión del almacén es deficiente, además el personal no se encuentra capacitado para realizar sus funciones de forma correcta, debido a que se rigen con los lineamientos en la recepción de mercadería,

lo que produce problemas en la verificación, almacenamiento y despacho. Finalmente se concluye que la gestión de almacén incide de forma significativa y negativa en la rentabilidad de la organización, debido a que repercutido considerablemente en la disminución de su capacidad económica.

1.2. Base teórica

Gestión de almacén

Definiciones de la gestión de almacén

La gestión del almacén incluye todos los procedimientos de planificación y control para operar el almacén, el cual refleja el lugar de actividad integral de los suministros, ya que es un centro que conecta la producción, el suministro y la comercialización, para promover la eficiencia de la producción de una organización. La gestión de almacenes abarca el control y la optimización de procesos complejos de almacén y distribución y depende de las tareas a realizar y del mercado en el que opera el almacén. Los procesos de almacén que deben planificarse y controlarse incluyen: manejo de flujo entrante, asignación de producto a ubicación, almacenamiento de producto, asignación de ubicación de pedido a stock, lote de pedidos y liberación, pedido, embalaje, actividades logísticas de valor agregado y envío (Chang, 2016, p.176).

La gestión de almacén se considera como un procedimiento que se emplea para la reducción de los tiempos y costos de operación, es decir es un proceso logístico que abarca la recepción, almacenamiento y movimiento de todos los bienes dentro de almacén. Asimismo, hace referencia a la administración física de las mercaderías almacenadas, la cual abarca la ubicación de los bienes en un almacén, los flujos de mercadería dentro del almacén y las metodologías para el movimiento de productos (Leung, Chen, Yadav & Gallien, 2016, p.2).

La gestión de almacén es esencial en la operación de cualquier negocio. Por lo tanto, mantener las existencias se utiliza como una estrategia importante por parte de las empresas para satisfacer las necesidades de los clientes sin correr el riesgo de una escasez frecuente mientras se mantiene un alto nivel de servicio. La gestión de almacén se define como un marco empleado en las empresas para controlar su interés en el

almacén. Incluye el registro y la observación del nivel de existencias, la estimación de solicitudes futuras y la determinación de cuándo y cómo organizar. La gestión de almacén es un método que las empresas utilizan para organizar, almacenar y reemplazar el inventario, para mantener un suministro adecuado de bienes al mismo tiempo, minimizando los costos (Atnafu & Balda, 2018, p.3).

Teorías sobre gestión de almacén

Dentro de las principales teorías que abarca la gestión de almacenes se incluye las mencionadas por Atnafu & Balda (2018), quien considera que la teoría de restricciones y la teoría Lean para plantear enfoques principales sobre el manejo de los almacenes de empresas que están estrictamente relacionadas con actividades comerciales (p.4).

La teoría de la restricción es un razonamiento de gestión que busca expandir la capacidad de desempeño de comercialización evaluada en base a evidencia reconocible de aquellos procedimientos que fuerzan el sistema empresarial. Hay varios desafíos experimentados en la aplicación de la teoría de restricciones. Por ejemplo, hay un tiempo de entrega prolongado, un número significativo de solicitudes insatisfechas, un estado irregular de bienes sin sentido o la ausencia de mercaderías apropiadas y solicitud de materiales incorrectos (Atnafu & Balda, 2018, p.4).

Teoría Lean tiene existencias reguladoras y minimiza el desperdicio en el procedimiento de comercialización. La escasez de inventario influye decisivamente en el nivel de producto de una empresa comercial y es la mejor herramienta de gestión de almacén. La teoría expone cómo la adaptabilidad de los empresarios en sus elecciones solicitantes disminuye los suministros de existencias destinados a eliminar los costos asociados con el almacén de inventario. La retroalimentación presentada contra la teoría sugiere que los materiales deberían estar disponibles para el intercambio (Atnafu & Balda, 2018, p.5).

Importancia de la gestión de almacén

La gestión de almacenes se encarga de la planificación de existencias, planificación de asignación de ubicación de almacenamiento, planificación de transporte y

planificación de capacidad. Asimismo, el objetivo de la gestión de almacenes es coordinar de manera eficiente y efectiva todos los procesos y actividades del almacén. A nivel de decisión táctica, los almacenes elaboran planes para hacer un uso eficiente de los recursos y satisfacer la demanda del mercado. Sin embargo, debido al entorno altamente dinámico, para muchos almacenes, la planificación táctica del horizonte es de solo días o semanas en lugar de meses (Chang, 2016, p.177).

Dimensiones de la gestión de almacén

La gestión de almacén se encuentra conformado por una serie de elementos que se efectúan para brindar un adecuado tratamiento de las mercaderías. A continuación, se detallará las dimensiones de la variable gestión de almacén, las cuales son recepción, distribución y control de mercaderías (Muchaendepi, Mbohwa, Hamandishe & Kanyepe, 2019, p.455).

Recepción de mercaderías

Se define como un procedimiento en el cual los bienes son adquiridos a través de un determinado proveedor llegan a ubicarse en el almacén para ser controlados, clasificados y luego ubicarlos dentro de este. De manera general, se considera como el proceso por medio del cual un determinado producto o conjunto de bienes procedentes de una fuente de suministros que pueden ser proveedores o fabricas llegan al almacén con la finalidad de su ubicación y estar a disposición de ser ofertado a un consumidor o cliente de acuerdo a los requerimientos de envío (Muchaendepi et al., 2019, p.456).

Ingreso de productos, se define como un procedimiento que permite la llegada de mercadería al centro de almacén. Asimismo, hace referencia a un movimiento de mercancías empleadas para conocer las mercaderías recibidas de los proveedores externos, además el ingreso de las mercaderías incrementa el stock del almacén. De manera general, el ingreso de productos al almacén significa el incremento de stock para un futuro proceso de intercambio entre la empresa y los clientes de acuerdo a las especificaciones requeridas (Muchaendepi et al., 2019, p.456).

Especificaciones, las cuales son el detalle o descripción de las características de un determinado bien o producto, dentro de las principales especificaciones se encuentra la calidad, la marca, el tipo, modelo, estado, la procedencia, entre otros. Las especificaciones de las mercaderías generalmente cumplen con satisfacer las necesidades de los clientes luego de su intercambio (Muchaendepi et al., 2019, p.457).

Cobertura de stock, es uno de los elementos empleados en la gestión de almacén, que permite conocer sobre el estado del abastecimiento y las prácticas de adquisición de mercadería de la entidad, además hace referencia a la cantidad de días de consumo que la mercadería podría cubrir. La cobertura del stock es importante pues evita que se presenten roturas de stock que generen grandes pérdidas en las ventas (Singh et al., 2018, p.151).

Distribución de almacén

La distribución es un conjunto de actividades que se realizarán a fin de distribuir adecuadamente los productos o las mercaderías adquiridas desde el área de recepción hasta el área de almacén, en donde se clasificará los bienes de acuerdo a la zona asignada para cada uno. Asimismo, dentro de las actividades principales se encuentra el registro de la entrada de mercadería, las instrucciones de ubicación final (nivel, estantería y pasillos) y la clasificación ordenada de los bienes (Singh et al., 2018, p.151).

Registro, es una de las principales actividades realizadas por las entidades comerciales, la cual generalmente se realiza por la entrada o salida de mercaderías del almacén, además representa el principal registro contable para toda entidad. La recepción de mercadería usualmente se efectúa por medio del apoyo de documentos correspondientes para el ingreso y salida de los mismos, lo cual permitirá tener un control y conocimiento exacto del stock que se encuentra en almacén (Min et al., 2019, p.3).

Clasificación, la cual indica la distribución de las mercaderías dentro del almacén en función a sus características, funciones, usos y de acuerdo a la naturaleza de la entidad. De manera general la clasificación de los productos

puede ser de acuerdo al nivel de rotación del bien en un determinado tiempo y pueden emplearse técnicas para la clasificación de acuerdo a su importancia, la cual permite priorizar los recursos del almacén para aquellos bienes que tengan un mayor impacto en la entidad (Min et al., 2019, p.3).

Ubicación de productos, es un conjunto de procedimientos que abarcan mucha organización y especialización para un eficiente ordenamiento de los materiales, en donde las características de la mercadería puede ser un factor que influya en la ubicación que tomará dentro del almacén. La ubicación de los productos hace referencia a la colocación de los artículos en su lugar que le corresponde y dentro de la gestión de almacén tiene una función logística cuyo propósito es garantizar el suministro oportuno y continuo de los materiales requeridos y asegurar que no se rompa la cadena de comercialización (Min et al., 2019, p.3).

Control de almacén

El control que es un elemento importante de la empresa, ya que del control depende la toma de decisiones y debe hacerse de una manera muy organizada y planificada. Asimismo, se considera como un conjunto de actividades o procedimientos que permiten regular y asegurar el cumplimiento de los objetivos o planes de una entidad y puede emplearse para la evaluación de la eficacia de las funciones de una determinada área (Reis, Stender & Maruyama, 2017, p.330).

Localización de productos, que es un procedimiento que requiere mucha organización y especialización. La eficiencia de gestión de almacén depende muchas veces de la localización de los productos, que se considera como la ubicación de las mercaderías en una determinada área, espacio o zona. La localización también se considera como el establecimiento de un determinado lugar en el cual se encontrará los productos (Reis et al.,2017, p.330).

Comprobación de producto en stock, es la verificación del inventario físico disponible, también se considera como la identificación de los bienes que se ha adquirido, recibido y comprado de los diferentes tipos de stock en el almacén. La comprobación del stock en un sistema se efectúa de manera automática y su

finalidad es evitar que el stock teórico de los distintos stock físico resulte negativo (Reis et al.,2017, p.330).

Verificación de existencias, también es probable verificar el stock disponible desde un punto de vista de la planificación de necesidades, ya que gracias a la verificación es posible que se compruebe la cantidad de un bien y evitar que se emplee para otros fines. La verificación del stock implica el conteo real de los artículos en almacén, su importancia radica en que respalda el valor de las existencias que se muestra en el balance general por medio de la verificación física, además verifica con exactitud los registros de stock y para controlar posibles pérdidas o deterioros (Reis et al.,2017, p.330).

Atención oportuna

Definiciones de atención oportuna

La atención oportuna se considera el elemento determinante más significativo del éxito a largo plazo de la empresa, ya que siempre ha sido el factor influyente para las empresas exitosas porque la percepción del cliente hacia los servicios de la empresa posee un significado vital. Con el tiempo, la naturaleza de los servicios prestados se volvió más compleja en comparación con la mera interacción cara a cara o cliente-empresa; por lo tanto, se introdujeron más modelos de calidad de servicio y ahora la era digital está llevando al mundo a un estado que va desde equipos físicos hasta realidad virtual y aumentada, desde la interacción de persona a persona a la computadora, interacción entre humanos y de computadora a computadora que obviamente ha desencadenado los aspectos de la atención oportuna a la variación (Muhammad & Ahmed, 2019, p.387).

La atención oportuna en el servicio que se le brinda al cliente debe ser eficiente, ya que un trabajo eficiente significa lograr la máxima productividad con el mínimo esfuerzo desperdiciado. Cuando se trata de maximizar la productividad del servicio al cliente, las interacciones optimizadas con el cliente y los procedimientos administrativos o productivos son aspectos importantes, ya que si se tienen dichas herramientas adecuadas, es más probable que sean eficientes y, a su vez, el servicio al

cliente seguramente mejorará, junto con los resultados de su empresa (Sánchez y Sánchez, 2016, p.110).

Debido al importante papel desempeñado de la atención oportuna, las organizaciones necesitan soluciones innovadoras para mejorar el valor entregado a los clientes a fin de obtener y mantener una ventaja competitiva. La atención oportuna puede entenderse como una evaluación integral del cliente de un servicio en particular y el grado en que cumple con sus expectativas y proporciona satisfacción, muchas empresas modifican, desarrollan y crean estrategias efectivas para determinar los diferentes parámetros que influyen en la calidad del servicio, con el fin de aumentar el número de sus clientes en función de la situación competitiva del mercado al evaluar la satisfacción del cliente con respecto a las diversas dimensiones que influyen en la calidad del servicio (Pakurár, Haddad, Nagy, Popp & Oláh, 2019, p.2).

La atención oportuna dentro de la calidad del servicio es una herramienta para determinar cuán bien se ajustan las expectativas del cliente al nivel de servicio entregado y se sabe que, si las expectativas del cliente son más altas que el rendimiento percibido, podría afectar negativamente la satisfacción del cliente. En consonancia con esto, la atención oportuna del servicio puede verse como un vínculo que se crea entre la organización y sus clientes, aunque existen muchas definiciones diferentes de qué es la calidad del servicio, el consenso general en la literatura es que es la discrepancia entre las expectativas y las percepciones de los clientes (Uzunboylu, 2016, p.45).

Beneficios de la atención oportuna al cliente

De acuerdo con Pakurár et al. (2019, p.4), existen múltiples beneficios cuando se brinda al cliente una atención eficiente y oportuna, se pueden obtener los siguientes beneficios:

Reducción de costos de servicio al cliente, cuando los clientes no están contentos, a menudo devuelven productos y la empresa termina gastando mucho tiempo y dinero para compensar una experiencia decepcionante, por ello invertir más en la atención al cliente de la empresa puede reducir el costo del servicio al cliente de la empresa a largo plazo, por ello cuando los trabajadores tienen las herramientas adecuadas, pueden ayudar más

eficientemente, evitando que la empresa tenga problemas en la atención al cliente (Pakurár et al., 2019, p.4).

Retención de clientes, si los clientes están contentos, es más probable que sigan regresando a la organización, ya que los clientes que tenían las mejores experiencias tenían mayores posibilidades de seguir comprando y adquiriendo el servicio de la empresa, por ello es necesario equipar a los colaboradores de soporte con las herramientas adecuadas puede ayudar a garantizar que la empresa ofrezca el buen tipo de experiencia al cliente (Pakurár et al., 2019, p.4).

Impulso de las ventas, la eficiencia del trabajador también puede afectar las tasas de conversión y cuánto gastan los clientes, ya que las buenas experiencias de los clientes impulsan las ventas, debido a que los clientes que tienen las mejores experiencias gastan más en comparación con los que tuvieron la peor experiencia, por ello la experiencia de la atención oportuna del cliente impulsa las ventas (Pakurár et al., 2019, p.4).

Dimensiones de la atención oportuna

De acuerdo con lo mencionado por Sánchez y Sánchez (2016) para realizar la medición de la atención al cliente, se debe verificar la calidad de servicio y producto que brinda una empresa, por ello es necesario verificar las experiencias de los clientes como también las expectativas que tienen los mismos sobre el servicio y producto brindado por una organización comercial.

Experiencia del cliente

La perspectiva o percepción del cliente se refiere a la evaluación de la empresa por parte del cliente, es decir, es la calificación del cliente que le da a un servicio/producto de forma abstracta de acuerdo a la experiencia obtenida del mismo. El cliente verifica la calidad del servicio que otorgan y en qué grado se han cumplido, debido a que para percibirlo realizan un proceso perceptivo es una secuencia de pasos que comienza con el entorno y conduce a la percepción de un estímulo y acción en respuesta al estímulo. Por ello el cliente tiene que hacer uso de cinco medidas para evaluarla atención oportuna por una empresa comercial (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 113).

Fiabilidad, es la capacidad de realizar el servicio o entregar el producto prometido de manera confiable, precisa y oportuna, la fiabilidad significa que la organización cumple sus promesas sobre entrega, prestación de servicios, resolución de problemas y cobros, todas las empresas deben ser fiables a los clientes, mientras que las empresas que no brindan el servicio o producto básico que los cliente creen que están recibiendo puede ocasionar que el cliente no vuelva a regresar a comprar en la organización (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 113).

Seguridad, significa inspirar confianza y seguridad, por ello la seguridad se define como el conocimiento de la cortesía de los empleados y la capacidad de la organización y sus empleados para inspirar confianza y seguridad. Es probable que este indicador sea particularmente importante para los servicios que los clientes perciben, para identificar que se sienten seguros de la capacidad de la empresa de entregar el producto y servicio correcto en el tiempo establecido, esto permite generar confianza en los clientes para tener una buena reputación en el mercado (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 113).

Capacidad de respuesta, es la voluntad de ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido. Este indicador enfatiza la atención y rapidez en el tratamiento del producto, el mismo servicio, solicitudes, preguntas, quejas y problemas de los clientes. La capacidad de respuesta se comunica a los clientes por el tiempo que tienen que esperar para recibir la atención del servicio o la entrega de productos, pero también captura la noción de flexibilidad y capacidad para personalizar el servicio o producto según las necesidades del cliente (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 113).

Elementos tangibles, debido a que los servicios son intangibles, los clientes obtienen su percepción de la calidad del servicio comparando lo tangible asociado con estos servicios prestados. Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal, productos en venta, mostrarios, repisas, donde los clientes califican a la distribución física y las instalaciones que tiene la organización (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 113).

Habilidades de interacción, significa brindar una atención personalizada y oportuna de la organización hacia sus clientes. Es esencial brindar atención individual para mostrar al cliente que la empresa hace lo mejor para satisfacer sus necesidades, donde la empatía es un plus adicional de la confianza y seguridad de los clientes (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 113).

Expectativa del cliente

Las expectativas son necesidades de los clientes que creen que una empresa debería ofrecer, por ello, los requerimientos de los clientes son los que se deben cubrir para que una organización pueda cumplir con sus expectativas, es decir, es lo que el cliente espera obtener de la empresa a la que va por un servicio o producto. Pero se debe tener en cuenta que cada cliente es único, por ello cada uno de sus deseos es imposible de cumplir, pero se puede uniformizar para darle el mejor servicio posible y cumplir sus expectativas (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 112).

Expectativas ideales, las expectativas ideales se refieren al rendimiento deseado en un servicio o producto perfecto, también llamadas expectativas deseadas son los niveles de desempeño que los clientes desean que el servicio cumpla en la práctica. Si la organización no puede brindar el servicio al nivel deseado, los clientes pueden estar dispuestos a tolerar desviaciones en el desempeño hasta sus expectativas aceptables con una degradación relativamente pequeña en la satisfacción (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 112).

Expectativas adecuadas, también llamadas expectativas normativas de los servicios o productos, los cuales se basan en nombres de la organización, como esperar que una empresa conocida funcione mejor que otras, por ello, las expectativas adecuadas dependen de un análisis del valor de lo que se paga; las expectativas de rendimiento de un servicio dependen de su costo, es decir, es lo que el cliente piensa que va a obtener por el servicio o producto (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 112).

Expectativas esperadas, también llamada la expectativa prevista es el nivel de rendimiento que el cliente anticipa que se logrará mediante un encuentro de servicio antes de que se experimente este encuentro. Esto está determinado por

la experiencia previa con el servicio, ya que, si no han sido satisfactorios, es probable que la expectativa prevista para el próximo encuentro sea baja (Sánchez y Sánchez, 2016, p. 112).

1.3. Definición de Términos Básicos

Gestión de almacén, es la administración física de las mercaderías almacenadas, la cual abarca la ubicación de los bienes en un almacén, los flujos de mercadería dentro del almacén y las metodologías para el movimiento de productos (Leung et al., 2016).

Atención oportuna, se puede definir como una herramienta para determinar cuán bien se ajustan las expectativas del cliente al nivel de servicio entregado y se sabe que si las expectativas del cliente son más altas que el rendimiento percibido (Uzunboylu, 2016).

Recepción de mercadería, se define como un procedimiento en el cual los bienes son adquiridos a través de un determinado proveedor llegan a ubicarse en el almacén para ser controlados, clasificados y luego ubicarlos (Muchaendepi et al., 2019).

Distribución en almacén, es un conjunto de actividades que se realizarán a fin de distribuir adecuadamente los productos o las mercaderías adquiridas desde el área de recepción hasta el área de almacén (Singh et al., 2018).

Control de almacén, que es un elemento importante de la empresa, ya que del control depende la toma de decisiones y debe hacerse de una manera muy organizada y planificada (Reis et al., 2017).

Perspectiva del cliente, se refiere a la evaluación de la empresa por parte del cliente, es decir, es el nivel o la calificación por parte del cliente que le da al servicio de forma abstracta de acuerdo a la experiencia obtenida del mismo (Sánchez y Sánchez, 2016).

Expectativas del cliente, son necesidades de los clientes que creen que un proveedor debería ofrecer, por ello, los requerimientos de los clientes son los que se deben cubrir para que se pueda cumplir con sus expectativas (Sánchez y Sánchez, 2016).

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Sistema de Hipótesis

Hipótesis general.

Existe una relación significativa entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.

Hipótesis específicas.

- a) La relación entre la recepción de mercaderías y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa.
- b) La relación entre la distribución de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa.
- c) La relación entre el control de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa.

2.2. Sistema de Variables

Variable 1: Gestión de almacén

Es la administración física de las mercaderías almacenadas, la cual abarca la ubicación de los bienes en un almacén, los flujos de mercadería dentro del almacén y las metodologías para el movimiento de productos (Leung et al., 2016).

Escala de medición : Ordinal

Variable 2: Atención oportuna

Se puede definir como una herramienta para determinar cuán bien se ajustan las expectativas del cliente al nivel de servicio entregado y se sabe que si las expectativas del cliente son más altas que el rendimiento percibido (Uzunboylu, 2016).

Escala de medición : Ordinal

Tabla 1*Operacionalización de la variable independiente*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de almacén	Es la administración física de las mercaderías almacenadas, la cual abarca la ubicación de los bienes en un almacén, los flujos de mercadería dentro del almacén y las metodologías para el movimiento de productos (Leung et al., 2016).	La gestión de almacén se encuentra se encuentra definido mediante las dimensiones de la variable gestión de almacén, las cuales son recepción, distribución y control de almacén	Recepción de mercaderías Distribución de almacén Control de almacén	Ingreso de productos Especificaciones Cobertura de stock Registro Clasificación Ubicación de productos Localización de productos Comprobación de productos en stock Verificación de existencias	Ordinal
Atención oportuna	Se puede definir como una herramienta para determinar cuán bien se ajustan las expectativas del cliente al nivel de servicio entregado y se sabe que si las expectativas del cliente son más altas que el rendimiento percibido (Uzunboyly, 2016).	Para realizar la medición de la atención al cliente, se debe verificar la calidad de servicio y producto que brinda una empresa, por ello es necesario verificar las experiencias de los clientes como también las expectativas que tienen los mismos sobre el servicio.	Experiencia del cliente Expectativa del cliente	Fiabilidad Seguridad Capacidad de respuesta Elementos tangibles Habilidades de interacción Expectativas ideales Expectativas adecuadas Expectativas esperadas	Ordinal

Fuente: Bases teóricas

2.3. Tipo y nivel de investigación

Tipo de investigación.

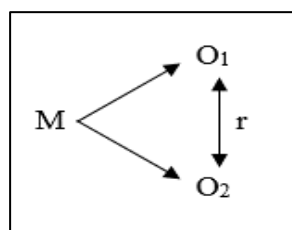
Esta investigación tuvo todas las cualidades para ser presentada como un estudio aplicada, porque de acuerdo con su finalidad se busca atender un problema que afecta a una determinada realidad en función de supuestos teóricos que permitan el análisis de la misma. Como lo mencionó Hernández y Mendoza (2018) quienes consideraron que una investigación aplicada busca resolver un problema centrándose en la búsqueda y consolidación de conocimiento para su respectiva solución.

Nivel de investigación.

Este estudio presentó un nivel de carácter descriptivo – correlacional, debido a que su alcance solo tuvo como objetivo verificar y describir la interacción de una variable dentro de un contexto y como se relaciona esta con otras variables. Como lo indicó Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero (2018), que un estudio relacional, solo tiene la función o el propósito de encontrar el nivel de vinculo o asociación entre una o varias variables.

2.4. Diseño de la investigación

Este trabajo contó con un diseño no experimental, porque no se hizo ninguna manipulación del contexto de estudio de las variables, ya que solo se procedió a analizarlos conforme a su comportamiento normal. Como lo manifestó Vara (2015), un trabajo no experimental es aquel que no pretende hacer ninguna variación intencional de una o varias variables para ver su efecto o conexión con otras. Además, tendrá un corte transversal, como lo indicó Sánchez y Reyes (2015), que es cuanto se recolecta la información en un solo periodo de tiempo.



Donde:

M = Trabajadores

O1 = Gestión de almacén

O2 = Atención oportuna

r = Relación

2.5. Población y Muestra

Población

Para este estudio la población estuvo conformada por todos los trabajadores de la empresa Fix auto MRT y los clientes corporativos. Como lo mencionó Carrasco (2018) la población es un conjunto de elementos totales que se quieren ser investigados, a través de la aplicación de técnicas.

Muestra

Como lo indicó Bernal (2016), la muestra es una fracción de la población de la cual se pretende investigar, pero este grupo selecto debe ser el más representativo. Por ello la muestra estará conformada de la siguiente manera:

Estará compuesta por:

- 10 vendedores
- 02 almaceneros
- 02 operativos
- 1 contador
- 22 clientes corporativos

Donde hacen un total 37 personas que serán encuestadas.

2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

En este estudio se elaboró dos encuestas, las cuales han permitido recolectar los datos sobre de las variables que se están estudiando. Teniendo en cuenta que son aquellos medios por las que el autor recurre para contrastar las hipótesis del estudio, mediante la elección y compilación de datos para su posterior análisis. Según Bernal (2016) la encuesta es una técnica que se utiliza para la recolección de datos son procedimientos, así como herramientas con las que cuenta el investigador para recoger informaciones y datos necesarios para probar las hipótesis planteadas.

Instrumento

El instrumento que se utilizó es un cuestionario, el cual va ayudar a encontrar datos precios de forma validad y efectiva, también se utilizó una escala ordinal (Likert) con niveles de hasta cinco respuestas, con lo cual se podrá definir acerca y definir el problema del estudio. Según Córdova (2018) establece que el cuestionario es considerado como un conjunto de ítems o interrogantes elaboradas en base a una o más variables, para poder obtener la información necesaria y lograr los objetivos trazados en el estudio, asimismo al emplear este tipo de instrumento se logró estandarizar la información obtenida.

2.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de datos de este estudio, se hizo uso del programa Microsoft Excel, este sirvió para ordenar la información que se obtuvo a través de la aplicación del cuestionario de preguntas, lo que brindaron los datos necesarios de las variables. Luego con la información identificada y ordenada, se procederá al uso de otro programa, que será el software SPSS, mediante un estadístico de correlación en donde se logró medir y verificar la relación entre las variables de estudio, que en este trabajo son la gestión de almacén y atención oportuna, de igual forma con se podrá dar respuestas a los objetivos específicos del trabajo, mediante la información numérica y baremada obtenida de los instrumentos utilizados.

2.8. Método de investigación

El presente trabajo tuvo que regirse a lineamientos científicos, donde en primer lugar se verificó una problemática o realidad existente, de tal forma poder comprobar y afirmar que la problemática existe, como también brindar información valiosa e importante a la problemática en estudio.

El método analítico que tiene como propósito encontrar datos significativos a través de una identificación cuidadosa y puntual de varias teorías tomadas en cuenta en el trabajo (Valderrama, 2015). Para esta investigación se tuvo que descomponer las variables en partes (dimensiones e indicadores) para que sean observables sus causa y naturaleza, este análisis es la observación y evaluación de un hecho en específico.

El método deductivo, se enfoca más en destacar los hallazgos producidos luego de una pertinente clasificación de resultados o hallazgos dentro de los resultados de la investigación (Valderrama, 2015). Para el estudio el método deductivo se usó como una estrategia de razonamiento para deducir conclusiones lógicas partiendo de un conjunto de premisas y principios investigados.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados

Con respecto a los resultados del objetivo general de determinar la relación entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019, se realizó la prueba de correlación de Pearson, para dar solución a este objetivo.

Tabla 2

Prueba de correlación de las variables gestión de almacenes y la atención oportuna

		Gestión de almacenes	Atención oportuna
Gestión de almacenes	Correlación de Pearson	1	,817**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	37	37
Atención oportuna	Correlación de Pearson	,817**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	37	37

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Se ha determinado que existe una relación significativa entre las variables, pues el valor sig. obtenido es de 0.000, así mismo, el coeficiente de correlación es de 0.817, esto demuestra la aceptación de la hipótesis donde se menciona que existe una relación significativa entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.

Con respecto a los resultados de los objetivos se procedió a realizar la misma estadística de la correlación de Pearson para determinar la relación, tal y como se muestra a continuación

Objetivo específico N.º 1: Establecer la relación entre la recepción de mercaderías y la atención oportuna de los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.

Tabla 3*Prueba de correlación de la dimensión recepción de mercaderías y la atención oportuna*

		Recepción de mercaderías	Atención oportuna
Recepción de mercaderías	Correlación de Pearson	1	,539**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	37	37
Atención oportuna	Correlación de Pearson	,539**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	37	37

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Se ha determinado que existe una relación significativa entre la dimensión recepción de mercaderías y la atención oportuna, pues el valor sig. obtenido es de 0.000, así mismo, el coeficiente de correlación es de 0.539, esto demuestra la aceptación de la hipótesis específica 1, donde se menciona la relación entre la recepción de la mercadería y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa.

Objetivo específico N.º 2: Identificar la relación entre la distribución de almacén y la atención oportuna a los clientes de la empresa Fix Auto MRT, 2019.

Tabla 4*Prueba de correlación de la dimensión de distribución de almacén y la atención oportuna*

		Distribución de almacén	Atención oportuna
Distribución de almacén	Correlación de Pearson	1	,653**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	37	37
Atención oportuna	Correlación de Pearson	,653**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	37	37

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Se ha determinado que existe una relación significativa entre la dimensión distribución de almacén y la atención oportuna, pues el valor sig. obtenido es de 0.000, así mismo, el coeficiente de correlación es de 0.653, esto demuestra la aceptación de la hipótesis específica 2, donde se menciona la relación entre la distribución de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa.

Objetivo específico N.º 3: Analizar la relación entre el control de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.

Tabla 5

Prueba de correlación de la dimensión control de almacén y la atención oportuna

		Control de almacén	Atención oportuna
Control de almacén	Correlación de Pearson	1	,811**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	37	37
Atención oportuna	Correlación de Pearson	,811**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	37	37

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Se ha determinado que existe una relación significativa entre la dimensión control de almacén y la atención oportuna, pues el valor sig. obtenido es de 0.000, así mismo, el coeficiente de correlación es de 0.811, esto demuestra la aceptación de la hipótesis específica 3, donde se menciona la relación entre el control de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa.

3.2. Discusión de resultados

En la elaboración del presente trabajo se ha tenido en consideración investigaciones previas que han servido para ampliar el conocimiento referente a las teorías abordadas y comprender el comportamiento de las variables y sus componentes los cuales serán útiles en este apartado para contrastar los resultados de la presente investigación y determinar la concordancia:

- Los resultados de la investigación mostraron la existencia de relación entre las variables gestión de almacenes y la atención oportuna, con valor de significancia de 0.817, donde se demuestra que existe una relación alta, este resultado concuerda con el estudio de Sales (2016), en el cual se muestra que los principales resultados indicaron que el proceso en los ingresos y salidas de mercancías, se han identificado falta de equipos y herramientas importantes para el correcto desarrollo de actividades dentro del mismo, además muestra falencias en la trazabilidad de mercancías, por la falta de manuales de procesos ocasionando que exista pérdida de tiempo en los mismos. Finalmente se llegó a concluir que la gestión general del almacén es inadecuada, lo que ha ocasionado que dichos procedimientos que se realizan que ocasionan que no se pueda lograr una entrega oportuna de dichas mercancías a cargo de dicha organización, otro estudio que rescata la relación entre ambas variables es el de Herrera (2018), quien nos menciona que los principales resultados indicaron que el 80% de las actividades que se realizan dentro del almacén son susceptibles a modificaciones, debido al poco compromiso de la gerencia para el proceso dentro del almacén, por la resistencia al cambio y poca comunicación dentro de la organización. Por ello se llega a la conclusión que la empresa no cuenta con unos eficientes procesos en la gestión de almacenes, lo que ocasiona pérdidas de tiempo al momento de entregar la mercancía a los clientes.
- Otros resultados de la investigación encontraron la relación entre la recepción de mercaderías y la atención oportuna a los clientes, arroja un valor de 0.539, esto nos indica que existe relación entre la dimensión I y la variable 2, estos resultados al ser comparados con Tello (2019), donde nos menciona que la gestión de almacenes, con respecto a la gestión del stock es regular según el

39.3% de los resultados, mientras que el 47.5% indicó que la recepción de mercaderías es adecuada y de igual forma calificó el 42.6% a los flujos de entradas y salidas, por otro lado, el 50.8% calificó como regular la atención oportuna. Finalmente, mediante la prueba de correlación de Rho de Spearman, el cual arrojó una significancia de 0.000 y un coeficiente de 0.397, lo que confirma que existe una relación significativa entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes de la organización.

- Mientras tanto en cuanto a los resultados para identificar la relación entre la distribución de almacén y la atención oportuna, vemos que el resultado es de 0.653, esto indica que existe una relación entre la dimensión II, de la variable 1 con la variable 2, y estos resultados al ser comparados con Alarcón (2019), donde se menciona los principales resultados indicaron que el área de almacén tiene falencias, como el traslado de mercancía a estantes incorrectos y la inadecuada ubicación de productos, lo que genera grandes demoras de entrega a los clientes. Se llegó a concluir que mediante la ejecución de la propuesta mejora en un 50% la afectividad de la gestión de almacén, mientras que el tiempo para el servicio y atención al cliente se reduce de 14 minutos a 3 minutos, lo que indica una efectividad aumentada en un 80% con respecto a la eficiencia de la organización.
- Por último, es importante resaltar que los resultados concernientes a analizar la relación entre el control de almacén y la atención oportuna se dio como valor 0.811, esto demuestra que existe relación entre la dimensión III de la variable 1 con la variable 2, estos resultados al ser comparados con Quiquínlla (2018), menciona que que las acciones que se hacen en relación a la gestión de almacén, según el 76% de estas actividades no se cumplen, por lo que demuestra que la gestión del almacén es deficiente, además el personal no se encuentra capacitado para realizar sus funciones de forma correcta, debido a que se rigen con los lineamientos en la recepción de mercadería, lo que produce problemas en la verificación, almacenamiento y despacho. Finalmente se concluye que la gestión de almacén incide de forma significativa y negativa en la rentabilidad de la organización, debido a que repercutido considerablemente en la disminución de su capacidad económica.

CONCLUSIONES

- Con respecto al objetivo general, se llegó a determinar tras la aplicación de la prueba de Pearson, se evidenció la relación entre ambas variables, ya que el valor “p” (Valor de significancia = 0.00) obtenido es menor a 0.05. Así mismo, debido a que el valor “r” es de 0.817, indica una correlación significativa, por lo que se acepta la hipótesis de investigación: “Existe una relación significativa entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019”
- De acuerdo a la relación entre la recepción de mercaderías y la atención oportuna, muestra la existencia de una correlación significativa debido a que el valor P (Sig. Bilateral) es $<$ a 0,05 es decir “0,000”; así mismo se observa que el coeficiente de correlación muestra un valor positivo de 0,539 lo cual evidencia que la correlación es media alta, es por ello que se acepta la hipótesis específica, la cual señala que “La relación entre la relación de la recepción de mercaderías y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa”.
- Así mismo al determinar la relación entre la distribución de almacén y la atención oportuna se muestra la existencia de una correlación significativa debido a que el valor P (Sig. Bilateral) es $<$ a 0,05 es decir “0,000”; así mismo se observa que el coeficiente de correlación muestra un valor positivo de 0,653 lo cual evidencia que la correlación es media alta, es por ello que se acepta la hipótesis específica, la cual señala que “La relación entre la distribución de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa”.
- Con respecto a la relación entre el control de almacén y la atención oportuna se muestra la existencia de una correlación significativa debido a que el valor P (Sig. Bilateral) es $<$ a 0,05 es decir “0,000”; así mismo se observa que el coeficiente de correlación muestra un valor positivo de 0,811 lo cual evidencia que la correlación es alta, es por ello que se acepta la hipótesis específica, la cual señala que “La relación entre el control de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa”.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa Fix Auto MRT, tiene que mejorar en la estandarización de las entregas a tiempo cada vez que se va midiendo el indicador se tiene que optimizar en el despacho y la rapidez de realizar el picking para su envío y con ayuda de otros mecanismos para optimizar en los tiempos los tiempos de entrega.
- Al área de Abastecimiento de la empresa Fix Auto MRT, elaborar un procedimiento de mejora continua efectuando un diagnóstico de todos los procesos administrativos en la gestión de almacenes, para facilitar la accesibilidad con lo cual los clientes perciban que los trámites no generen cuellos de botella, logrando así atender oportunamente.
- A la administración de la empresa Fix Auto MRT, contratando personal con la formación profesional competente para el área de Almacenamiento mejorando la necesaria profesionalidad en la comunicación en brindar una atención más eficaz al usuario.
- Implementar el área de almacén con un lector de código de barras y una impresora de sticker de códigos; ya que ahorraría tiempos de gestión y verificación al momento de saber cuáles y cuántos artículos se encuentran disponibles en el almacén. Además de no tener que realizar inventarios semanales, solo una vez al mes. Por otro lado, no se tendrían errores al momento de generar guías de remisión y facturas al cliente.
- La gestión de un almacén se basa en el proceso logístico, el cual, comenzará en la recepción del producto, seguido del almacenamiento y, por último, su movimiento dentro de ese mismo almacén, así, hasta que se destine a su consumo. Por tanto, su recepción y su mantenimiento será su principal responsabilidad hasta que llegue el momento de su venta. Los beneficios de esta “buena gestión” se verán reflejados en la reducción de las tareas administrativas, la agilidad en el resto de procesos logísticos, la optimización en la inversión del activo circulante, el aumento en la calidad del producto, la minimización de los costes y la consecución de la satisfacción del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, A. (2019). *Gestión de almacenaje para reducir el tiempo de despacho en una distribuidora en Lima*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8970/1/2019_Alarcon-Casa%20C3%B1a.pdf
- Atnafu, D., & Balda, A. (2018). The impact of inventory management practice on firms' competitiveness and organizational performance: Empirical evidence from micro and small enterprises in Ethiopia. *Cogent Business & Management*. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2018.1503219#:~:text=The%20results%20indicate%20that%20higher,positive%20impact%20on%20organizational%20performance.>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales* (Cuarta ed.). Bogotá: Pearson.
- Carrasco, S. (2018). *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación* (Ed. 2da. ed.). Lima: Editorial San Marcos.
- Chang, J. (2016). Research on and Implementation of the Logistics Warehouse Management. *Conference on Social Science and Technology Education*. Obtenido de <https://download.atlantis-press.com/article/25852661.pdf>
- Córdova, I. (2018). *Instrumentos de investigación* (Primera ed.). Lima: San Marcos.
- Coto, I. (15 de agosto de 2017). *Mala gestión de inventarios, causa de fracaso entre las pequeñas empresas*. Obtenido de Economía: <https://www.economiahoy.mx/emprendedores-eAm-mx/noticias/8553388/08/17/Mala-gestion-de-inventarios-causa-de-fracaso-entre-las-pequenas-empresas.html>
- García, D., & Sánchez, M. (2019). *Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la empresa Almi Farma EIRL, Tarapoto, Año 2017*. Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto. Obtenido de

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34980/Garc%c3%ada_PDC-Sanchez_FM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *La metodología de la investigación*. Ciudad de México: Mc Graw Hill Education.

Herrera, C. (2018). *Propuesta de mejoramiento del proceso logístico de gestión de almacenes en la empresa Inemflex S.A.S.* Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá. Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/8013/1/HerreraPeraltaCristianJair2018.pdf>

Huacachi, I. (2018). *Aplicación de la gestión de almacenes para mejorar la productividad en el almacén de la empresa CESCORP, Barranco, 2018.* Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35378/Huacachi_CH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Leung, N., Chen, A., Yadav, P., & Gallien, J. (2016). The Impact of Inventory Management on Stock-Outs of Essential Drugs in Sub-Saharan Africa [El impacto de la gestión del inventario en el desabastecimiento de medicamentos esenciales en África subsaharia]. *Plos One*, *11*(5), 1-18. Obtenido de <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0156026&type=printable>

López, F. (2017). *La percepción de los clientes sobre el servicio brindado por la empresa Aluminio y vidrio Matagalpa (ALU.V.MAT) ubicada en la ciudad de Matagalpa en el II Semestre del año 2016.* Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/4756/1/5898.pdf>

Majem, J. (03 de julio de 2018). *Logística: ¿Qué debemos tener en cuenta en la gestión de almacenes?* Obtenido de Perú Retail: <https://www.peru-retail.com/logistica-gestion-de-almacenes/>

Min, S., Zacharia, Z., & Smith, C. (2019). Defining Supply Chain Management: In the Past, Present, and Future. *Journal of Business Logistics*, *1*(1), 1–12. Obtenido de <https://sci-hub.tw/https://doi.org/10.1111/jbl.12201>

- Muchaendepi, W., Mbohwa, C., Hamandishe, T., & Kanyepe, J. (2019). Inventory Management and Performance of SMEs in the Manufacturing Sector of Harare [Gestión de inventario y rendimiento de las PYME en el sector manufacturero de Harare]. *Procedia Manufacturing*, 33(1), 454–461. Obtenido de <https://pdf.sciencedirectassets.com/306234/1-s2.0-S2351978919X00086/1-s2.0-S2351978919305335/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEBUaCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCIDWsYWN6OhbOhzgyrTHmct6NPlyrL%2FpEqmoJoKProF7oAiEAqCk6U39hEhX0YUUh8XKFErbDOZtV3DaXYRgvURggqjC>
- Muhammad, S., & Ahmed, W. (2019). A Conceptual Paper on SERVQUAL-Framework for Assessing Quality of Internet of Things (IoT) Services. *International Journal of Financial Research*. Obtenido de <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2001/2001.01840.pdf>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ochoa, V. (08 de agosto de 2018). *Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención*. Obtenido de Gestión : <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918-noticia/>
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector. *Sustainability*. Obtenido de <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/4/1113/pdf>
- Quiquinlla, H. (2018). *Evaluación de la gestión de almacén y su incidencia en la rentabilidad de la empresa comercial Requejo, Tarapoto, año 2016*. Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30750/quiquinlla_ph.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramos, L. (2018). *Implementación de un sistema de gestión logística en la empresa importadora Ralamn S.A.C., para mejorar el servicio al cliente – Lambayeque 2016*. Universidad San Martín de Porres, Pimentel. Obtenido de

http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4079/ramos_nlv.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Reis, A., Stender, G., & Maruyama, U. (2017). Internal logistics management: Brazilian warehouse best practices based on lean methodology [Gestión de logística interna: mejores prácticas de almacén brasileño basadas en metodología lean]. *Interational Journal Logistics Systems and Management*, 26(3), 329-345. Obtenido de <http://pppro.cefet-rj.br/wp-content/uploads/2017/05/IJLSM260304-REIS-et-al.pdf>
- Sales, H. (2016). *Gestión de almacén de las mercancías en abandono del Senae distrito esmeraldas*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Esmeraldas. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/801/1/SALES%20RICAURTE%20%20HALAN.pdf>
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2015). *Metodología y diseño en la investigación científica*. Perú: Visión Universitaria.
- Sánchez, M., & Sánchez, M. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad. *Revista de la Universidad Veracruzana*, 110-117. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
- Singh, H., Garg, R., & Sachdeva, A. (2018). Uncertain Supply Chain Management [Gestión de la cadena de suministro incierta]. *Uncertain Supply Chain Management*, 6(1), 149–180. Obtenido de http://www.growingscience.com/uscm/Vol6/uscm_2017_22.pdf
- Tello, R. (2019). *La gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42929/Tello_PR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Uzunboyly, N. (2016). Service Quality in International Conference Industry; A Case Study of WCES 2015. *Procedia Economics and Finance* . Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567116302398/pdf?md5=7f38691d8ac7605708c58efac12b60ec&pid=1-s2.0-S2212567116302398-main.pdf>

- Valderrama, S. (2015). *Pasos Para Elaborar Proyectos de Investigación Científica: Cuantitativa, Cualitativa y Mixta* (Ed. 2da ed.). Lima: Editorial San Marcos.
- Vara, A. (2015). *7 pasos para elaborar una tesis*. Lima: Editorial Macro.
- Vidal, S. (30 de agosto de 2019). *Gestión de almacenes & Gestión de inventarios*. Obtenido de Logística 360°: <https://www.logistica360.pe/gestion-de-almacenes-gestion-de-inventarios/>
- Zapata, B. (26 de abril de 2018). *Atención al cliente con falencias en Ecuador*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/atencion-cliente-falencias-ecuador>

ANEXOS

Anexo A:

Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Pregunta general ¿Cuál es la relación de la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019?</p> <p>Preguntas específicas</p> <p>¿Cómo es la relación entre la recepción de mercaderías y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019?</p> <p>¿Cómo es la relación entre la distribución en almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019?</p> <p>¿Cómo es la relación entre el control de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Establecer la relación entre la recepción de mercaderías con la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.</p> <p>Identificar la relación entre la distribución en almacén con la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.</p> <p>Analizar la relación entre el control de almacén con la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.</p>	<p>Hipótesis general Existe una relación significativa entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>La relación entre la recepción de la recepción de mercaderías y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa.</p> <p>La relación entre la distribución en almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa.</p> <p>La relación entre el control de almacén y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019 es significativa.</p>	<p>Variable X Gestión de almacén</p>	Recepción de mercaderías	Ingreso de productos	<p>Tipo: Básica</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: 10 trabajadores</p> <p>Muestra: 10 trabajadores</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
					Especificaciones	
					Cobertura de stock	
				Distribución de almacén	Registro	
					Clasificación	
					Ubicación de productos	
			Control de almacén	Localización de productos		
				Comprobación de productos en stock		
				Verificación de existencias		
			<p>Variable Y Atención oportuna</p>	Experiencia del cliente	Fiabilidad	
					Seguridad	
					Capacidad de respuesta	
Expectativa del cliente	Elementos tangibles					
	Habilidades de interacción					
	Expectativas ideales					
Expectativa del cliente	Expectativas adecuadas					
	Expectativas esperadas					

Fuente: Elaboración propia



Anexo B.

Instrumento de la variable Independiente

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Cuestionario sobre gestión de almacenes

Muy buenos días/tardes sr(a) trabajador(a), el presente instrumento tiene por finalidad recabar información acerca de la investigación titulada “Gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019”. Para ello se le solicita su mayor y sincera colaboración, marcando con una “X” a las respuestas que mejor se adecuen a las preguntas según los valores que se presentan a continuación:

Valores	1	2	3	4	5
Respuestas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

GESTIÓN DE ALMACÉN	1	2	3	4	5
Recepción de mercaderías					
Se realiza un adecuado registro en el ingreso de productos al almacén.					
Se elabora el registro de las características o el estado en que ingresa los productos al almacén.					
Se registra los productos con códigos o numeración de identificación.					
Se hace el registro de la cobertura de determinados productos.					
Se programan las actividades a realizar para la recepción de productos					
Distribución de almacén					
Se elabora una correcta clasificación de productos del almacén de acuerdo a su tipo, calidad y función.					
Se ordenan los productos localizados en los estantes del almacén					

Se hace una adecuada ubicación de los productos que se tienen en almacén.					
Se cuenta con accesibilidad del stock disponible que se tiene en almacén.					
Se tiene la programación de actividades para la distribución de productos.					
Control de almacén					
Considera que existe una localización rápida de los productos en el almacén.					
Se realiza la comprobación periódica de los productos en Stock.					
Se hace una periódica verificación del estado de los productos que se tienen en almacén.					
Se evidencia la separación de productos por condición					
Se conocen las actividades para el adecuado control de los productos.					

Anexo C.



Instrumento de la variable dependiente

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Cuestionario de la variable atención oportuna

Muy buenos días/tardes sr(a) trabajador(a), el presente instrumento tiene por finalidad recabar información acerca de la investigación titulada “Gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Fix Auto MRT, 2019”. Para ello se le solicita su mayor y sincera colaboración, marcando con una “X” a las respuestas que mejor se adecuen a las preguntas según los valores que se presentan a continuación:

Valores	1	2	3	4	5
Respuestas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

ATENCIÓN OPORTUNA	1	2	3	4	5
Experiencia del cliente					
Considera que el servicio que brinda la empresa es del agrado de los clientes.					
Usted considera que el personal que se encarga de ventas tiene la capacidad y el conocimiento necesario para brindarlo					
La empresa le brinda la confianza para adquirir productos para su vehículo o que realicen el mantenimiento respectivo					
Considera que se evidencia honestidad y confiabilidad cuando se entregan y distribuyen los productos por parte de la empresa					
El personal lo orienta cuando tiene alguna duda sobre el funcionamiento de su vehículo					
La empresa demuestra una actitud colaboradora para la prestación del servicio o para la entrega de un producto					
Percibe que el establecimiento cuenta con todos los equipos y productos para una correcta atención					

Considera que el servicio que brinda la empresa se realiza de forma rápida y sin contratiempos.					
Se brinda una atención personalizada al cliente.					
Considera que el personal de atención se relaciona correctamente con los clientes.					
Expectativa del cliente					
Cree que se logra la satisfacción de las necesidades del cliente con el servicio ofrecido por la empresa					
Los clientes consultan los productos o servicios que ofrece la empresa para ellos.					
Considera que el cliente aún espera mejores cosas por parte de la empresa					
Ha visualizado quejas de los clientes por demoras en el servicio brindado					