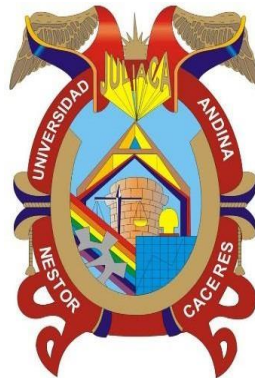




UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING



**GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA
HOMECENTER PERUANOS SOCIEDAD ANÓNIMA
EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE

PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

JULIACA – PERÚ
2024



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

**GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA
HOMECENTER PERUANOS SOCIEDAD ANÓNIMA
EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUÉ

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE



Dr. DAVID JUAN GUTIERREZ MAYTA

PRIMER MIEMBRO



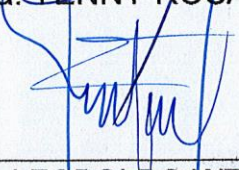
Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

SEGUNDO MIEMBRO



Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

ASESOR DE TESIS



Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311 – UNESCO)



SEGUNDO MIEMBRO DEL JURADO:

ASESOR DE TESIS:

DR. LEOPOLDO W. CONDORI CARI

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Organización y dirección de empresas (5311-UNESCO)

**RESOLUCIÓN N.º 1240-2024-D-FCA/UANCV-J**

Juliaca, 31 de octubre de 2024

Vistos: El expediente N° 2024-CU-15007 para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, por la modalidad de Sustentación de Tesis, el Dictamen de aprobación, emitido por el Jurado Evaluador del borrador de tesis y el jefe de la Oficina de Investigación, tesis intitulado: **GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOMECENTER PERUANOS SOCIEDAD ANÓNIMA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022**; presentado por el(la) Bachiller: **JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE**.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la fijación de fecha y hora para la sustentación de tesis de manera presencial.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Ratificar a los **JURADOS** para la Sustentación de Tesis para optar el Título Profesional de: **Licenciado(a) en Administración y Marketing**, del(la) bachiller: **JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE**; **habiéndose designado por sorteo a los siguientes docentes:**

- * PRESIDENTE : Dr. DAVID JUAN GUTIERREZ MAYTA
- * 1er. MIEMBRO : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA
- * 2do. MIEMBRO : Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA
- * ASESOR DE TESIS : Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

SEGUNDO.- Fijar fecha de la Sustentación de Tesis para el día **miércoles 06 de noviembre de 2024**, a horas **08:00 a.m. (presencial)** en el **Salón de Grados y Títulos** de la Facultad de Ciencias Administrativas Ciudad Universitaria - Juliaca.

TERCERO.- Realizado la sustentación, el jurado levantará el acta en el libro respectivo, donde indicará el resultado obtenido por el Bachiller sustentante.

La Dirección de la Escuela Profesional de **Administración y Marketing**, la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, y los jurados, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

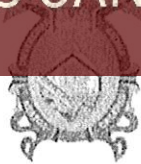
Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Callata Quispe
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Inv. (1)
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)
- Archivo FCA (1)



RESOLUCIÓN N.º 1152-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 20 de noviembre de 2023

VISTOS: El Expediente N° **CU-05609**, presentado por el(la) egresado(a): **JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE**, derivado por la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual solicita emisión de Resolución de revisión del Borrador de Tesis, habiéndose emitido la resolución de aprobación y autorización para la ejecución del proyecto de investigación, intitulado: **GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOMECENTER PERUANOS SOCIEDAD ANÓNIMA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022**.

CONSIDERANDO:

Que el(la) egresado(a) ha solicitado la revisión del Borrador de Tesis: **GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOMECENTER PERUANOS SOCIEDAD ANÓNIMA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022** con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración en Marketing.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Disponer la Revisión del Borrador de Tesis, presentado por: JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE, por el jurado que por sorteo está conformado por los siguientes docentes ordinarios:

- * PRESIDENTE : Dr. DAVID JUAN GUTIERREZ MAYTA
- * 1er. MIEMBRO : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA
- * 2do. MIEMBRO : Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA
- * ASESOR DE TESIS : Dr. LEOPOLDO CONDORI CARI

SEGUNDO.- El Jurado dentro del plazo de quince (15) días calendarios elevará su dictamen correspondiente a la Dirección de la Unidad de Investigación, indicando las observaciones efectuadas si hubiere, caso contrario se dará por aprobado de conformidad a la Ley N° 27444 y modificatoria Ley N° 29060 y se procederá a fijar la fecha y hora para la sustentación.

TERCERO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de Escuela Profesional de Administración en Marketing, Dirección de la Unidad de Investigación y el Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Callata Quispe
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Investigación FCA.
- Jurados (3)
- Asesor (1)
- Interesado (1)
- Archivo (1)



RESOLUCIÓN N.º 1358-2022-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 07 de octubre de 2022

VISTOS: El oficio N° 040-2022-UI-FCA-UANCV-J del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, y copia del acta de Registro de Proyectos de Investigación de fecha 30 de setiembre de 2022, presentado por: **JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing.

CONSIDERANDO:

Que, el(la) Bachiller(a): **JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE**, ha presentado el Proyecto de Investigación Titulado: **GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOMECENTER PERUANOS S.A. EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI – Lineamientos para Asegurar la Calidad de Trabajos de Investigación con Fines de Obtener Grados Académicos y Títulos Profesionales.

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas en coordinación con el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha visto por conveniente **aprobar sin observaciones**, el Proyecto de Investigación presentado por el (la) Bachiller(a): **JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE** Titulado: **GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOMECENTER PERUANOS S.A. EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing, correspondiente a la línea de investigación: **ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS – 5311 (UNESCO)**.

Estando en la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, de acuerdo a la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI, y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria N° 30220, ley de Creación de la UANCV N° 23738, y modificatoria N° 24661, y el Estatuto Universitario promulgado por Resolución N° 0018-2020-UANCV-AU-R, al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas:

SE RESUELVE:

PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, presentado por el(la) Bachiller(a): **JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE**, Titulado: **GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOMECENTER PERUANOS S.A. EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing, conteniendo los siguientes datos:

.....



UNIVERSIDAD ANDINA "NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N.º 1358-2022-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 07 de octubre de 2022

OBJETIVO GENERAL:	
Determinar la influencia de la gestión de almacén en la satisfacción del cliente en la empresa homecenter peruanos S.A. Moquegua 2022	
OBJETIVO ESPECÍFICO:	
.- Analizar la influencia de la recepción en la satisfacción del cliente en la empresa homecenter peruanos S.A. Moquegua 2022. 2.- Analizar la influencia del almacenamiento de la mercadería en la satisfacción del cliente en la empresa homecenter peruanos S.A. Moquegua 2022. 3.- Analizar la influencia de la expedición de mercadería en la satisfacción del cliente en la empresa homecenter peruanos S.A. Moquegua 2022.	
SEDE DE EJECUCIÓN:	JULIACA
CRONOGRAMA:	FECHA INICIO: ENERO 2022 FECHA FIN: AGOSTO 2022
PRESUPUESTO:	S/6000.00
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS – 5311 (UNESCO)

SEGUNDO: El Proyecto de Investigación deberá ejecutarse de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas.

TERCERO: RECONOCER como ASESOR del Proyecto de Investigación al docente Ordinario de la Facultad de Ciencias Administrativas: **Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI.**

CUARTO: DISPONER que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, el Director de la Escuela Profesional de Administración y Marketing, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA "NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
[Signature]
Dr. Denigno Colbata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:

- Unidad de Investigación (1)
- Dirección EP.
- Asesor
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
- BCQ/vnop.



RESOLUCIÓN N.º 0825-2022-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 27 de junio del 2022

VISTOS: El Oficio N° 13-2022-UI-FCA-UANCV-J, del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual remite el expediente N° CU-27037, presentado por: **JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE**, en el cual solicita nominación del jurado revisor y dictaminador del Proyecto de Tesis Intitulado: **GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOMECENTER PERUANOS S.A. EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022**

CONSIDERANDO:

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha informado a este Decanato, solicitando la conformación del jurado revisor y dictaminador del Proyecto de Tesis Intitulado: **GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOMECENTER PERUANOS S.A. EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022**, con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Marketing.

Que, es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, el Estatuto Universitario y el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas para la nominación de Jurados.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y estando al informe de la Presidencia de la Comisión de Grados y Títulos la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

PRIMERO: Nominar el jurado para que evalúe y dictamine el Proyecto de Tesis presentado por: **JOSE ALFREDO DUEÑAS CHIQUE**; Jurado que por sorteo está conformado por los siguientes docentes:

- * PRESIDENTE : Dr. DAVID JUAN GUTIÉRREZ MAYTA
- * 1er MIEMBRO : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA
- * 2do MIEMBRO : Dra. YENNY ROSARIO, ACERO APAZA
- * ASESOR DE TESIS : Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI

SEGUNDO: El Jurado dentro del plazo de quince (15) días calendarios elevará el dictamen correspondiente, indicando las observaciones efectuadas al mencionado Proyecto, si hubiere, caso contrario se dará por aprobado de conformidad a la Ley N° 27444 y modificatoria Ley N° 29060.

TERCERO: La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de la Escuela Profesional de Administración y Marketing, Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y los Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:
- Unid. Investigación FCA.
- Jurados (03)
- Asesor (1)
- Interesado (01)
- Archivo FCA 2022(01)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Collata Quispe
Dr. Benigno Collata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOME CENTER PERUANOS SOCIEDAD ANÓNIMA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

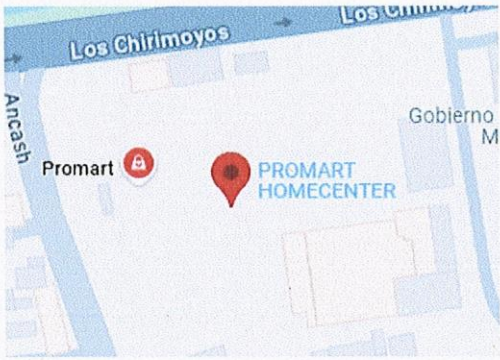
1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	8%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to 2U Tufts University- TUF Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1%



Metadatos Complementarios

Título de la tesis	
GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA HOMECENTER PERUANOS SOCIEDAD ANÓNIMA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA AÑO 2022	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	Jose Alfredo Dueñas Chique
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70130242
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0000-3304-397X
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Dr. Leopoldo Wenceslao Condori Cari
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02389341
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-2372-6720
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Dr. David Juan Gutiérrez Mayta
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02409816
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Mg. Percy Gonzalo Puma Puma
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02374215
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Dra. Yenny Rosario Acero Apaza
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01324434



Datos de investigación	
Línea de investigación	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS 5311 UNESCO
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin Financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>Edificio: Homecenter Peruanos País: Perú Departamento: Moquegua Provincia: Mariscal Nieto Distrito: Moquegua Longitud: 15.482788 Latitud: 70.15264 Url Maps</p> <p>PROMART HOMECENTER - Google Maps</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Noviembre 2022 – diciembre 2022
<p>URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/PeruCRIS/vocabularios/ocde-ford.html – Librería</p>	<p>Administración y Negocios https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00 Administración pública https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.00 Teoría Organizacional https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.00</p>



UNIVERSIDAD ANDINA
 NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

[Firma]

Dr. Sc. S. Leimaco Aguilar Pinta
 DIRECTOR
 UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo Jose Alfredo Durán Chique, identificado con DNI
Nro. 7080242 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

Administración y marketing

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico
denominada:

Gestión de Almacén y su influencia en la satisfacción del
cliente en la empresa Homecenter Peruano sociedad anónima
en la ciudad de Moquegua año 2022

Asesorado por: Dr. Leopoldo Wenceslao Condoni Curi

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca, 31 de diciembre del 2024

Firma del Asesor
(obligatoria)

Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis amados padres Ana y Luis quienes siempre serán lo más importante en mi vida.

También a mis jefes Francisco y Nilo por darme todas las facilidades y el impulso para culminar este trabajo.

A nuestro señor por la vida que me ha dado para cumplir mis sueños.



AGRADECIMIENTO

Ofrezco mi extraordinario agradecimiento a mi consejero examinador por su entusiasta compromiso con la formación y por la auténtica ayuda que me han prestado en esta excursión..



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xv

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.....	17
1.2. Formulación del problema	19
1.2.1. Problema general:.....	19
1.2.2. Problema específico:	19
1.3. Justificación del problema	19
1.3.1. Justificación Teórica	19
1.3.2. Justificación Practica	20
1.3.3. Justificación Metodológica	20

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general.....	22
2.2. Objetivos específicos.....	22

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL



3.1. Antecedentes de la investigación	23
3.1.1. Antecedentes internacionales.....	23
3.1.2. Antecedentes nacionales.....	24
3.1.3. Antecedentes locales.....	26
3.2. Bases teóricas	27
3.2.1. Gestión de Almacén.....	27
3.2.2. Recepción de Mercadería.....	28
3.2.3. Almacenamiento	29
3.2.4. Expedición de Mercadería	29
3.2.5. Satisfacción del Cliente.....	30
3.2.6. Percepción	31
3.2.7. Expectativa.....	31
3.3. Marco conceptual	32

CAPÍTULO IV

HIPOTESIS

4.1. Hipótesis general	36
4.2. Variables	36
4.3. Operacionalización de variables.....	37

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de investigación:	38
5.2. Método de investigación:.....	38
5.3. Tipo de investigación:	38
5.4. Nivel de investigación:.....	39
5.5. Diseño de investigación:.....	39



- 5.6. Población y muestra 39
 - 5.6.1. Población: 40
 - 5.6.2. Muestra: 40
- 5.7. Técnicas e instrumentos..... 41
 - 5.7.1. Técnica..... 41
 - 5.7.2. Instrumentos: 41
- 5.8. Confiabilidad y validez del instrumento 41
 - 5.8.1. Confiabilidad 41
 - 5.8.2. Validez del instrumento..... 42
- 5.9. Procedimiento de tratamiento de datos..... 42
- 5.10. Contrastación de hipótesis 42
 - 5.10.1. Planteamiento de hipótesis 42

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

- 6.1. Presentación de resultados 44
- 6.2. Discusión de resultados 48
- CONCLUSIONES 52**
- RECOMENDACIONES..... 53**
- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 54**
- ANEXOS 60**
- Anexo 1 Matriz de consistencia 61**
- Anexo 2 Matriz de datos 62**
- Anexo 3 Instrumentos de Investigación..... 70**
- Anexo 4 Validez del instrumento 73**
- Anexo 5 Evidencias 74**



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	37
Tabla 2 Alfa de Cronbach.....	42
Tabla 3 Chi cuadrado	43
Tabla 4 Prueba de normalidad	44
Tabla 5 Gestión de almacén.....	44
Tabla 6 Gestión de almacen.....	45
Tabla 7 Satisfacción del cliente.....	46



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Correlación de las variables	45
Figura 2	Gestión de almacén	46
Figura 3	Satisfacción del cliente	47



RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión de almacenes en la satisfacción del cliente en Homecenter Peruanos sociedad anónima en Moquegua, Perú, en el año 2022. La investigación se realizó con un enfoque cuantitativo, un diseño transversal no experimental y un estudio de nivel correlacional. La población estuvo conformada por 300 clientes del Centro Hogar Peruanos sociedad anónima de la ciudad de Moquegua. Los resultados del estudio las dimensiones: recepción, almacenamiento y expedición de la variable independiente según se observa el p-valor (0,055; 0,998 y 0,052 > 0,05) respectivamente, son mayores al alfa de significancia, por lo que se concluye que no tiene significancia estadística y por lo tanto no influyen dichas variables en la satisfacción del cliente en la empresa Homecenter peruanos de Moquegua; según es estadístico Chi² el p-valor 0,072 > 0,05 el cual no tiene significancia estadística.

Palabras clave: Almacén, Gestión de almacen, satisfacción del cliente



ABSTRACT

The goal of this study was to decide the impact of distribution center administration on consumer loyalty in Homecenter Peruanos sociedad anónima in Moquegua, Peru, in the year 2022. The exploration was directed with a quantitative methodology, a non-exploratory cross-sectional plan and a correlational report. The populace comprised of 300 clients of the Centro Hogar Peruanos sociedad anónima in the city of Moquegua. The results of the study the dimensions: reception, storage and dispatch of the independent variable as observed the p-value (0.055; 0.998 and 0.052 > 0.05) respectively, are greater than the alpha of significance, so it is concluded that there is no statistical significance and therefore these variables do not influence customer satisfaction in the company Homecenter peruanos de Moquegua; according to the Chi2 statistic the p-value 0.072 > 0.05 which has no statistical significance.

Key words: Warehouse, sales management, customer satisfaction.



INTRODUCCIÓN

Se desarrolla el trabajo en capítulos diferentes en donde se va tocando la estructura de la investigación paso por paso, este estudio está basado en seis capítulos diferentes que se detallan seguidamente.

Capítulo I: el cual se encuentra compuesto en primera estancia por el planteamiento de la problemática, en donde se desarrolla y se comenta el contexto, en el que se da. Seguidamente El objetivo de este estudio fue concluir el efecto de la difusión sobre la fidelidad del comprador en Homecenter Peruanos sociedad anónima en Moquegua, Perú, en el año 2022. La investigación fue conducida con un sistema cuantitativo, un plan no exploratorio y un informe correlacional. La población estuvo conformada por le darán propósito a la investigación. Luego de esto se aborda la justificación de la investigación, la cual tendrá detalle en justificación teórica, en donde se abarca conceptos de la utilidad de la investigación; la justificación practica y por último se realiza la justificación del método o de la metodología.

Capitulo II: se desarrollan los objetivos que direccionaran la investigación, en estos encontramos el objetivo principal o de índole general y los objetivos secundarios o específicos.

Capitulo III: el desarrollo de este apartado se basa en el marco teórico, en donde como primer punto es abordado el desarrollo del estado del arte o antecedentes, los cuales se encuentran divididos en segmentos como, antecedentes internacionales, nacionales y locales. Posteriormente de la realización de los antecedentes, se procede a desarrollar los conceptos teóricos de las variables y sus definiciones.



Capítulo IV: está estructurado en base al desarrollo de la hipótesis principal, asimismo, en este apartado también se plantean hipótesis específicas, que serán comprobadas con la aplicación de la investigación. Por otro lado, en este mismo capítulo se desarrollan las variables y se grafica la operacionalización de las mismas.

Capítulo V: este apartado se basa en la metodología usada en la investigación, se tocan temas el enfoque, método, tipo, nivel, diseño, todo con referencia al tipo de investigación que se empleara. Asimismo, se define y desarrolla la población que se estudiara y la muestra que se seleccionara para estudiar. Por otro lado, se argumentan las técnicas e instrumentos, la confiabilidad de las mismas y la validez de los instrumentos que se utilizarán.

Capítulo VI: Se muestra los resultados y discusión, donde se exponen las tablas según la cantidad y el tenor de las dimensiones de cada una de las variables.

En el apartado final después del desarrollo de los capítulos se evidencian los anexos, los instrumentos para la recopilación de datos y la matriz de consistencia.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La situación actual en la que se encuentra la empresa HOME CENTERS PERUANOS SOCIEDAD ANONIMA MOQUEGUA presenta un índice de SATISFACCION AL CLIENTE bastante bajo y esto genera que los clientes no vuelvan a adquirir productos o servicios en dicha empresa, analizando él porque este índice de insatisfacción al cliente no mejora, descubrimos que la principal causa es la GESTIÓN DE ALMACÉN, entonces llegamos a la conclusión de que toda la cadena iniciando desde la recepción, almacenamiento y la expedición de mercadería presentan fallas.

En el proceso de recepción hallamos que no se realiza una planificación ni estructuración para poder Recepcionar la mercadería ya que no se tiene zonas de recepción liberadas para poder ubicar la mercadería y que este pase a la segunda fase de manera ordenada y estructurada.

En el proceso de almacenamiento nos encontramos con el inconveniente que esta es colocada de manera aleatoria en cualquier



espacio que quepa generando así tiempos y movimientos innecesarios en sus procedimientos esto porque tampoco las zonas están estructuradas ni delimitadas causando así que la mercadería se pierda o se refundan, tampoco existe un ingreso de mercadería pasa que muchas veces se obvia esta parte fundamental que consiste en ingresar mercadería lógicamente al sistema para que todos los colaboradores sepan que tenemos mercadería en stock o picking que ya están listos para ser entregados al cliente o despachados a los mismos. Esto también genera inconvenientes en la siguiente fase.

En el proceso de expedición de mercadería sucede que como las dos primeras fases no se realizaron de manera correcta causa que los picking y despachos a domicilios muchas veces no se encuentren o no se tengan a la mano esto causa retraso en los despachos o cuando los clientes vienen a recoger su mercadería no se tenga a la mano causando así que el cliente espere su mercadería por bastante tiempo o que se le indique que no tenemos la mercadería a la mano causando que el cliente se vaya muy insatisfecho porque perdió tiempo y se va con las expectativas bajas.

Álavarez & Midolo (2017) mencionan que el tamaño y la estructura organizativa del almacén, el nivel deseado de desconcentración, los tipos y la magnitud de los bienes y fondos que se distribuirán, la relativa flexibilidad del personal y la facilidad para manipular y distribuir los bienes son solo algunos de los variables que afectan la forma en que se organiza o administra el almacén. No obstante, todo tipo de almacenes deben realizar las siguientes tareas para poder prestar un servicio eficaz:



- Almacenamiento de materiales.
- Integración y comunicación del departamento almacenaje con el área de control de inventarios interno y de contabilidad.
- Despacho de materiales.
- Mantenimiento de materiales y de almacén.
- Recepción de materia prima e insumos en el almacén.
- Registro de entrada y salidas de almacén.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general:

¿Cómo influye la gestión de almacén en la satisfacción del cliente en la empresa HOME CENTERS peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022?

1.2.2. Problema específico:

- ¿Cómo es la gestión de almacén en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022
- ¿Cómo es la satisfacción del cliente en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022?

1.3. Justificación del problema

1.3.1. Justificación Teórica

La justificación en el ámbito teórico, se da, a raíz de que es necesario para las organizaciones tener modelos, paradigmas y demás, que puedan hacer referencia a la administración de almacenes y la satisfacción de la clientela. Por este motivo la investigación desarrollada, aporta conocimientos de índole científico, para la elaboración de futuras investigaciones, que estén



en referencia de las variables estudiadas, gestión de almacenes y la satisfacción del cliente. Por otro lado, aportara información y análisis a la empresa HOMCENTERS PERUANOS S.A MOQUEGUA.

1.3.2. Justificación Practica

La investigación que se desarrolla será en contexto real, esto con el fin de crear estrategias y metodologías adecuadas, acordes a la solución de problemas que tengan referencia con los factores examinados, la administración del centro de distribución y la fidelidad de los consumidores. Estos datos permitirán a la administración de la organización HOMECENTERS PERUANOS S.A MOQUEGUA, tengan información y conocimiento al momento de tomar una decisión o poner en marcha alguna estrategia. Gunasekaran, et al. (2008) argumenta que, si existe buena gestión en el área de almacén, la cadena de suministro se verá beneficiada, ya que la comunicación y el intercambio de bienes y servicios, tanto en la logística de entrada como en la logística de salida, forman parte de ella.

1.3.3. Justificación Metodológica

La justificación de esta investigación metodológica se justifica; primero porque se utiliza las variables gestión de almacenes y satisfacción del cliente estas son variables cuantitativas.

Segundo, servirá como material de referencia o herramienta para futuros trabajos explicativos, así mismo la técnica empleada



en la presente investigación fue la encuesta y cuestionario, que es adecuada para la muestra, además tiene validez y confiabilidad.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la gestión de almacén en la satisfacción del cliente en la empresa home centers peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022

2.2. Objetivos específicos

- Encontrar la gestión de almacén en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022
- Encontrar la satisfacción del cliente de la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. Antecedentes internacionales

Flores (2021) tuvo El objetivo fundamental de este estudio era decidir y desglosar la conexión entre las operaciones planificadas coordinadas y la fidelidad de los consumidores. El procedimiento utilizado fue no experimental, cuantitativo, aplicado y correlacional. El autor dedujo que existe una relación fundamental entre las operaciones planificadas coordinadas y la fidelidad de los consumidores. Por consiguiente, una asociación y unión correctas entre las divisiones y las operaciones afectarán directamente a la visión de la calidad de la administración y, por tanto, a la fidelidad de los consumidores.

Hassan y Piramuthu (2021) se empleó un análisis bibliométrico para determinar el nivel de utilización de la identificación automatizada en la gestión de almacenes. Los resultados del estudio demostraron que los factores tecnológicos, organizacionales y ambientales son los que tienen mayor influencia en la automatización de los almacenes. Además, se afirmó que es



crucial definir claramente las capacidades de cada participante en la toma de decisiones.

Sun (2024) La volatilidad en el mercado mundial del espresso supone una prueba crítica para Starbucks. Esta revisión, en vista de un estudio completo de la escritura y el examen de la información, busca reconocer las principales dificultades y regiones para el desarrollo que enfrenta la organización. En concreto, analiza cómo Starbucks puede adaptarse a la fluctuación de los costes del espresso mediante técnicas eficaces de administración de existencias y el efecto de dichos sistemas en la productividad de su red de tiendas y el control de costes. Para ello, se proponen disposiciones vitales y creativas que permitirían a Starbucks fortalecer su competitividad en el mercado global.

Figuroa (2018) El objetivo El objetivo principal de esta exploración era proponer un proceso de factores coordinados el modelo ejecutivo para aumentar la lealtad del consumidor. La filosofía utilizada fue una metodología cuantitativa esclarecedora y científica. El estudio concluyó que la implementación de un nuevo modelo de gestión debería incluir la capacitación del personal para mejorar los procesos logísticos. Esto se debe hacer para que los clientes perciban una mejor calidad y eficiencia en los servicios.

3.1.2. Antecedentes nacionales

Ninatanta y Plasencia (2020) El objetivo general de esta investigación cuantitativa, descriptiva y no experimental fue identificar los procedimientos operativos de la cadena de suministro



y su relación con el inventario de la empresa. Los resultados mostraron que la gestión de las funciones de la cadena de suministro de los asistentes del supermercado funcionó según lo esperado. El estudio se centró principalmente en la recepción de la empresa y se observaron varios puntos problemáticos, como retrasos en el estado de la mercancía, mermas debido al agotamiento de la mercadería y otros problemas en la recepción, clasificación y contabilización del inventario.

Tello (2020) partió con la misión de examinar el clima interno y externo de la organización para seguir desarrollando factores coordinados los directivos y, por tanto, aumentar la fidelidad de los consumidores. Para realizar su examen, utilizó una estrategia cuantitativa no exploratoria con un plan transversal, lo que le permitió realizar investigaciones esclarecedoras y correlacionales. Posteriormente, presumió que los elementos que afectan a la lealtad del consumidor van desde la accesibilidad del artículo hasta la lealtad del consumidor hasta la solicitud y valoración de compras. Además, encontró que existe una relación directa entre estas dos variables.

Cobos y Veneros (2019) tuvieron como objetivo determinar las consecuencias de la administración de la región del centro de distribución sobre la fidelidad de los consumidores. El procedimiento utilizado fue una exploración transversal no experimental con un nivel descriptivo y un estudio correlacional. Los resultados del estudio indicaron que las variables estudiadas

estaban relacionadas entre sí, lo que significa que una buena gestión del almacén tendría un impacto positivo en la satisfacción del cliente al brindar una respuesta eficiente de las áreas.

3.1.3. Antecedentes locales

Huanca (2022) En su estudio titulado "Relación entre la gestión logística y la productividad en Negolatina, Puno, durante el período 2021", buscó examinar si la administración logística tenía alguna influencia en la productividad de la empresa latinoamericana. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo correlacional, no experimental y transversal. Se realizó una encuesta con 30 preguntas que fueron medidas mediante una escala para la recopilación de datos. Los resultados mostraron una relación débil entre ambas variables.

Ambur (2021) en su estudio titulado "Mejora de la satisfacción del cliente mediante la gestión de inventarios, La metodología utilizada fue una investigación transversal no exploratoria de la administración del lugar de circulación sobre la fiabilidad del comprador. El sistema utilizado fue una investigación transversal no exploratoria. Además, se logró mejorar la eficiencia de los inventarios mediante la implementación del costeo ABC y entregas sin errores.

La investigación realizada por Rivera y Prado (2021) El objetivo de este estudio era decidir qué operaciones pueden suponer los directivos para la fidelización de los consumidores de forma positiva o negativa. El enfoque estratégico utilizado fue



cuantitativo e ilustrativo con un plan de prueba aplicado. Las consecuencias del estudio presumían que a medida que mejoran las operaciones planificadas de los ejecutivos, aumenta la fidelidad de los consumidores logran mejores resultados en términos de satisfacción del cliente.

3.2. Bases teóricas

3.2.1. Gestión de Almacén

Ballou (2004) infiere que la gestión del área de almacén tiene como finalidad la recepción, el almacenaje, la distribución de todo tipo de materias primas e insumos; este también tiene la función de almacenar los productos que traen los que pertenecen a la logística de entrada, como proveedores, socios, etc. Asimismo, deberán de realizar actividades de almacén para los productos en proceso, y productos terminados. En el mismo contexto deberán de copilar toda la información con referencia a las actividades que realicen.

Por otro lado, para Díaz (2016) infiere que la gestión de almacén tiene como principal función la asociación y división de artículos, sustancias naturales y otros. Esto con el objetivo de hacer productividad en la circulación o prerequisites para la elaboración. El objetivo de la administración del centro de distribución es proteger las sustancias sin refinar, insumos, artículos en proceso o artículos terminados, para que puedan ser transformados con éxito y lleguen a potestad de los clientes. Por ello es de importancia tener el conocimiento y bases sobre la gestión del almacén, los inventarios y el stock.



a) Inventarios: son la información de los productos que se albergan en los almacenes. Estos informes permiten aumentar la eficiencia en la gestión, puesto que logran tener bajo control problemas referente a la escasez de stock y los excedentes. La agrupación en los inventarios se da para la diferenciación de los tipos de productos que existen, de esta forma facilitan su búsqueda y obtención en el área de almacén, esto permitirá que no se utilice tiempo excedente en la búsqueda. Los inventarios son medidos por sus características y su diversidad. Es de gran relevancia tener los productos inventariados en un catálogo, en el cual se describa las características, similitudes, cantidades, entre otras.

b) Stock: es controlar la cantidad que se debe tener en los almacenes, esto permite que la gestión pueda tener los productos exactos para las necesidades que tenga, ya sean demandas internas, en donde pueden estar involucradas las materias primas, los insumos y los productos en procesos, como las demandas externas de productos terminados. El tener una adecuada cantidad en almacén hace que las respuestas sean eficientes y que se disminuya el costo por compra. Asimismo, cuando la cantidad de stock es elevada, se presentarán los costos muertos y la deficiencia en la utilización del capital de trabajo.

3.2.2. Recepción de Mercadería

Chackelson (2013) La recepción parte desde la descarga del vehículo que transporta la mercadería, desde el punto de origen de los proveedores hasta el punto de llegada en nuestros lugares de



descarga. Asimismo, la recepción se encarga del control de la calidad de la materia prima o insumos, y el llenado de información en los registros de control de la organización. En el mismo contexto si el proceso de recepción no se desarrolla correctamente, afectaría los procesos posteriores, pudiendo ser los motivos por calidad, productos equivocados, cantidades inexactas, entre otras.

3.2.3. Almacenamiento

Son las actividades relacionadas con guardar, preservar, y manipular. Los productos, materias primas y materiales, por tiempos determinados, esto con el fin de que puedan estar a disposición para cualquier proceso que la empresa necesite. La correcta gestión del almacenamiento, mejorar el proceso logístico interno de la organización lo que a su vez hará más eficiente los procesos en la elaboración de los productos.

Al respecto, Bureau Veritas Formation, (2011) infiere que el almacenamiento es la acción de guardar diversos productos que necesite la empresa para la producción, transformación y distribución. Para que de esta manera el flujo de producción o funcionamiento de la empresa no sea alterado. Permitiendo la cercanía de los productos para disposición de la demanda tanto interna como externa.

3.2.4. Expedición de Mercadería

Según Espinoza (2017), el proceso comienza con la recepción del pedido del cliente, ya sea en el centro de producción



o del destino final. Finalmente, se realiza la entrega a los clientes externos.

Kotler y Armstrong (2003) Menciona que el canal de distribución, son organizaciones interdependientes, que tienen como finalidad hacer fluir el producto o servicio a disposición de los consumidores o clientes. Los intermediarios son de importancia puesto que ayudan a los fabricantes del producto, quienes no tienen relaciones a poder contactar con clientes.

3.2.5. Satisfacción del Cliente

Según Kotler y Keller (2012), la satisfacción o insatisfacción de un consumidor se basa en su percepción del valor obtenido al utilizar un producto o servicio, en comparación con las expectativas que tenía previamente. Si el resultado no cumple con las expectativas del cliente, este quedará insatisfecho, mientras que, si se cumplen, estará satisfecho y percibirá que su pago es justo. Si los resultados superan las expectativas, el cliente estará altamente satisfecho, lo que aumenta la probabilidad de que regrese a utilizar los servicios de la empresa.

Siguiendo el mismo orden de ideas, Grande, (2000) Señala que el consumidor llega a la satisfacción, si los resultados se orientan al cubrimiento de sus necesidades y sus expectativas esperadas. De otra forma si el resultado no cubre con los intereses que esperaba, se provoca la insatisfacción, la cual se encuentra acompañada de la frustración, ya que percibe que lo que atribuyo no es justo con lo que recibió.



3.2.6. Percepción

Robbins (2009) La percepción es el medio por el cual los individuos interpretan, la información, esto con el fin de darle sentido a su entorno, esta información es percibida de forma externa, y es captada por nuestros sentidos. Por otro lado, la percepción puede influir en el sentido objetivo de la realidad, lo que podría ser un peligro.

En otra definición de la percepción, Morris y Maisto (2001) señala que «el discernimiento consiste en traducir ejemplos significativos en medio de una masa desordenada de datos táctiles» (p. 123-124). Finalmente, la mente descifra la complicada progresión de datos procedentes de las facultades.

Manucci (2004) sugiere que los sentidos de cada persona son sus puntos de percepción, y que podemos tomar como ejemplo el sentido de la vista para explicar el entorno es más difícil predecir movimientos y acciones. Por lo tanto, es importante cuestionar la realidad y tener en cuenta la credibilidad de nuestros modelos mentales.

3.2.7. Expectativa

Entre los elementos más resaltantes de las expectativas que tienen los consumidores y clientes son, que el servicio o producto sea el adecuado, sea pronosticado y la zona de tolerancia. Las expectativas son las creencias que posee el individuo para interpretar la información. En el mismo sentido la satisfacción del consumidor o cliente dependerá de la emoción que produzca el



resultado. La percepción de calidad esta influenciada por el precio del bien o servicio, mientras más elevado sea el precio, el cliente tendrá una percepción más elevada de la calidad. Y por ende cumplir con sus expectativas tendrá mayor dificultad.

Zeithaml y Bitner (2002) señala que el método de comunicación basado en recomendaciones, a veces conocido como "boca en boca", es otro elemento. Esta fuente de información se traduce en declaraciones realizadas por empleados que no representan a la organización, que brindan a los clientes potenciales un sentido de la naturaleza del servicio y afectan sus expectativas sobre el mismo. Los servicios que son difíciles de evaluar antes de comprar se ven significativamente afectados por este tipo de comunicación. Internet, las redes sociales, la familia y los expertos en la materia son algunos ejemplos de los canales a través de los cuales se puede llevar a cabo esta comunicación. Asimismo, la experiencia pasada es un componente que tiene influencia en los deseos futuros de los consumidores y clientes. Estas experiencias pueden estar compuestas por servicios del mismo proveedor, la experiencia del servicio, o la percepción de ofertas de servicios similares.

3.3. Marco conceptual

Gestión de Almacén: Este conjunto de actividades abarca los procesos que la administración logística, la cual está constituida por la recepción de las meterías primas y materiales, el almacenamiento por tiempos determinados y los movimientos que se realizan dentro del área de almacenaje, todo ello con el fin de llevar al punto de consumo, las materias y materiales, pudiendo ser antes de su agrupación,



semielaborados o terminados. Asimismo, la gestión de almacenes debe de recopilar la información de todas las actividades que se realicen en el almacén. El objetivo principal de la gestión es crear eficiencia en el área de logística, la cual actúa de dos formas diferentes, la primera de abastecimiento y la segunda como distribución.

La función prioritaria de la gestión de almacenes se basa en abastecer continua y oportunamente de materiales, para que los procesos de producción y demás no tengan deficiencias, de esta forma se evita conflictos que puedan ocasionar deficiencias en la producción o la entrega de los productos.

Es de importancia que la gestión de almacenes se encuentre situada en los mapas de procesos de logística, ya que, de esta forma el control de las existencias, los procesos para los requerimientos de pedidos y la distribución, serán responsabilidad del departamento de almacén (Salazar, 2019).

Satisfacción del cliente: la satisfacción del cliente puede determinar la calidad del producto o servicio que la empresa se encuentra ofertando. La satisfacción radica en la cobertura de expectativas por parte del consumidor o cliente. La consecuencia de esto puede generar aumento para las ventas de la empresa o un decremento por insatisfacción y frustración. Si el resultado es positivo se comunicará la calidad y la experiencia obtenida.

Pasos para lograr una satisfacción al cliente

- Crear productos o servicios, que satisfagan alguna necesidad, de esta forma el enfoque de comercialización es más sencillo.



- Relación directa en la comunicación con los consumidores y clientes.
- Realizar investigaciones informativas mediante instrumentos de recolección de información, con el fin de determinar y conocer el nivel de satisfacción por parte del segmento que se tiene.
- Con la información recopilada, crear estrategias que logren darle mayor valor al producto, de esta manera se puede llegar a cubrir las expectativas.
- Tomar en cuenta las opiniones que los consumidores o clientes puedan testear, para incrementar el valor del producto antes de que esta sea desarrollada.
- Enfocarse en el desarrollo positivo de la experiencia del cliente, utilizando estrategias que puedan facilitar sus compras por la web, mejorar la atención con el cliente en los puntos físicos, mejorar el envío de productos, canales de soporte eficientes para la resolución de problemas o dudas que puedan suscitarse.
- Crear valor que el cliente pueda percibir
- Los colaboradores deben de estar correctamente capacitados, para brindar un trato profesional y personalizado a los clientes.
- Cuando se presenten los problemas, los colaboradores no deben de discutir con los clientes o consumidores, por el contrario, deben buscar soluciones y opciones para su término.
- No se debe engañar a los clientes, con acciones que no se pueden realizar o que van en contra de las políticas de la organización



- Facilitar la compra de los clientes, mediante la vía online, como en los puntos de venta, las esperas pueden frustrar a los clientes, haciendo que le recompra sea menos posible.
- No afirmar, ni acusar si un cliente está en error, primero se le debe brindar el beneficio de la duda, esto con el fin de no crear controversias. (Peiró, 2018)



CAPÍTULO IV

HIPOTESIS

4.1. Hipótesis general

La gestión de almacén influye positiva y directamente en la satisfacción del cliente en la empresa HOME CENTERS peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022.

4.2. Variables

Variable independiente: Gestión de Almacén

Variable dependiente: Satisfacción del Cliente



4.3. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	dimensiones	indicador
Gestión de almacén Díaz (2016)	Recepción de mercadería	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación y preparación para la descarga. • Control y validación de productos. • División de picking.
	Almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de almacenamiento. • Probabilidad de encontrar stock. • Ubicación.
Satisfacción del cliente Kotler y Keller (2012)	Expedición de mercadería	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia de distribución de la materia. • Entregas justo a tiempo. • Cumplimiento de entregas.
	Expectativa	<ul style="list-style-type: none"> • Trato de personal. • Percepción de orden. • Cumplimiento de promesas.
	Percepción	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios adaptados a la necesidad. • Personal suficiente. • Celeridad en la atención.

Nota: Variables a ser analizadas por el investigador



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de investigación:

La investigación se basó en un enfoque cuantitativo, ya que se buscó verificar la hipótesis planteada y estimar la magnitud de influencia entre las variables. Para aplicar este enfoque, fue necesario definir tanto el lugar de la investigación como la perspectiva específica del estudio. (Hernandez & Mendoza, 2018).

5.2. Método de investigación:

El método utilizado fue el hipotético-deductivo, el cual tuvo como propósito analizar las variables y comprender las causas que las constituían, permitiendo abordar la hipótesis planteada. Este enfoque se fundamentó en ofrecer soluciones tanto teóricas como prácticas. Además, su desarrollo se basó en la cuantificación de los procedimientos y en las experiencias previas, facilitando así el proceso de contrastación de la hipótesis (Sanchez, 2019).

5.3. Tipo de investigación:

Espinoza y Toscano (2015, pág. 30). La investigación se orientó como un estudio de tipo básico, enfocado en la recopilación de



información para contribuir al enriquecimiento de conocimientos y estudios de base científica. No estuvo destinada específicamente a obtener resultados de aplicación inmediata en la práctica. En este contexto, el autor buscó ampliar su comprensión, con el propósito de fortalecer el conocimiento necesario para abordar y resolver problemas específicos el cual se aplicó la estadística descriptiva e inferencial.

5.4. Nivel de investigación:

Según Supo y Cavero (2014) Este estudio fue de tipo explicativo, orientado a describir las variables o fenómenos sometidos a análisis. Además, el propósito de emplear este nivel de investigación fue medir y especificar características relevantes de ciertos grupos de individuos o de un fenómeno en particular. En este mismo contexto, al ser también de nivel correlacional, el estudio examinó el grado de influencia de una variable sobre otra, buscando establecer la relación existente entre ambas.

5.5. Diseño de investigación:

La investigación se llevó a cabo mediante un diseño no experimental y de corte transversal, en el cual el investigador observó las variables sin intervenir o modificarlas, permitiendo que fueran analizadas en su entorno natural Supo y Cavero (2014).

5.6. Población y muestra

Según Villegas et al. (2010) El conjunto del fenómeno estudiado, en el cual las unidades individuales de la población compartieron características observables que generaron los datos de análisis, constituyó el universo. La población fue definida a partir de la selección de



la unidad de análisis, con el fin de establecer los parámetros demostrativos.

5.6.1. Población:

En esta investigación, la población representa 300 clientes de la empresa HOME CENTER PERUANOS SOCIEDAD ANONIMA DE LA CIUDAD DE MOQUEGUA.

5.6.2. Muestra:

Se aplicó en el cálculo estadístico de tratamiento de datos con la muestra censal, el cual es el total de la población 300 clientes de la empresa.



5.7. Técnicas e instrumentos

5.7.1. Técnica

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada en la investigación social debido a su capacidad para obtener datos directamente de los sujetos de estudio. Esta técnica permite recopilar información precisa sobre las percepciones, actitudes y opiniones de los encuestados. Además, permite agrupar datos para su análisis y evaluación de las variables estudiadas.

5.7.2. Instrumentos:

En esta investigación, se empleó el cuestionario como instrumento para la recopilación de datos.

Este instrumento resultó valioso para la recolección de información y datos, ya que estaba compuesto por un conjunto de preguntas orientadas a una o más variables, las cuales mantuvieron coherencia con el planteamiento del problema y las hipótesis. Su aplicación fue diversa en los distintos campos de investigación (Hernández & Mendoza, 2018).

5.8. Confiabilidad y validez del instrumento

5.8.1. Confiabilidad

Para evaluar la confiabilidad del instrumento, se utilizó una muestra de treinta clientes, con el propósito de recopilar datos que permitieran calcular la consistencia interna de los ítems propuestos. Se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach, y se esperaba obtener un valor superior a 0.75; de no alcanzarse este umbral, se

reformularían los indicadores, dimensiones o ítems correspondientes.

Tabla 2

Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,750	23

5.8.2. Validez del instrumento

La validación del instrumento se realizó con dos expertos, quienes contaban, como mínimo, con el grado de maestría o doctorado. Además, emitieron su veredicto y aprobación para asegurar la validez del contenido, confirmando que cada ítem pertenecía a las dimensiones y que cada dimensión guardaba relación con la(s) variable(s) en estudio.

Dr.Sc. Santotomas Licímaco Aguilar Pinto

5.9. Procedimiento de tratamiento de datos

Se utilizó estadística descriptiva para el cual se utilizará el SPSS v.26.

5.10. Contratación de hipótesis

5.10.1. Planteamiento de hipótesis

H0: La gestión de almacén no influye positiva y directamente en la satisfacción del cliente en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022

H1: La gestión de almacén influye positiva y directamente en la satisfacción del cliente en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022



Nivel de significancia

Alfa = 0,05

Estadístico de prueba

Se utilizó el estadístico, Chi cuadrado

Cálculo del estadístico

Tabla 3

Chi cuadrado

Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo

		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Paso	7,000	3	,072
	Bloque	7,000	3	,072
	Modelo	7,000	3	,072

Nota. Significancia de Chi cuadrado

Decisión

Se acepta la H0: La gestión de almacén no influye positiva y directamente

en la satisfacción del cliente en la empresa homecenters peruanos

Sociedad Anónima Moquegua 2022

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación de resultados

Tabla 4

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de almacén	,089	300	,000	,988	300	,014
Satisfacción del cliente	,092	300	,000	,979	300	,000

Nota. Según datos de trabajo de campo

Tabla 5

Gestión de almacén

Iteration 0: log likelihood = -207.51728
Iteration 1: log likelihood = -204.01901
Iteration 2: log likelihood = -204.01733
Iteration 3: log likelihood = -204.01733

Logistic regression	Number of obs	=	300
	LR chi2(3)	=	7.00
	Prob > chi2	=	0.0719
	Pseudo R2	=	0.0169

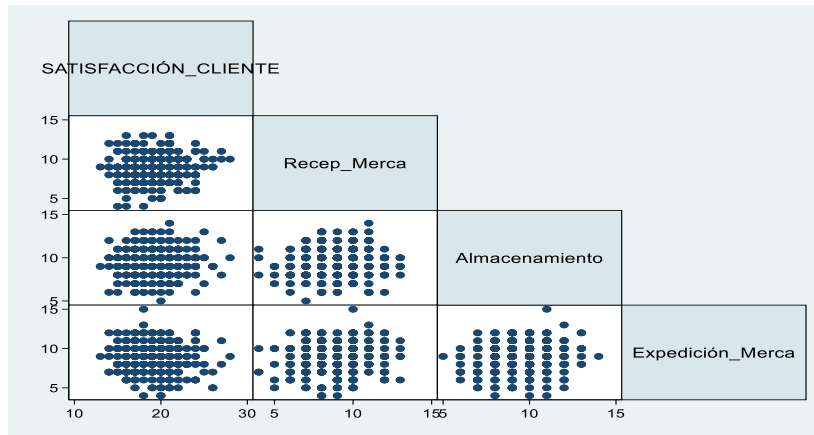
Log likelihood = -204.01733

Satisfacción_Dummy	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
Recep_Merca	.1299421	.0675978	1.92	0.055	-.0025472 .2624313
Almacenamiento	-.0002133	.0739525	-0.00	0.998	-.1451575 .1447308
Expedición_Merca	-.1221811	.0629252	-1.94	0.052	-.2455121 .00115
_cons	-.163143	.9888295	-0.16	0.869	-2.101213 1.774927

Nota. Datos de estudio de campo

Figura 1

Correlación de las variables



Nota. Según datos de estudio

Interpretación:

Las dimensiones de la variable independiente según se observa el p-valor (0,055; 0,998 y 0,052 > 0,05) respectivamente, son mayores al alfa de significancia, por lo que se concluye que no tiene significancia estadística y por lo tanto no influyen dichas variables en la satisfacción del cliente en la empresa Homecenter peruanos de Moquegua.

Objetivo específico 1

Tabla 6

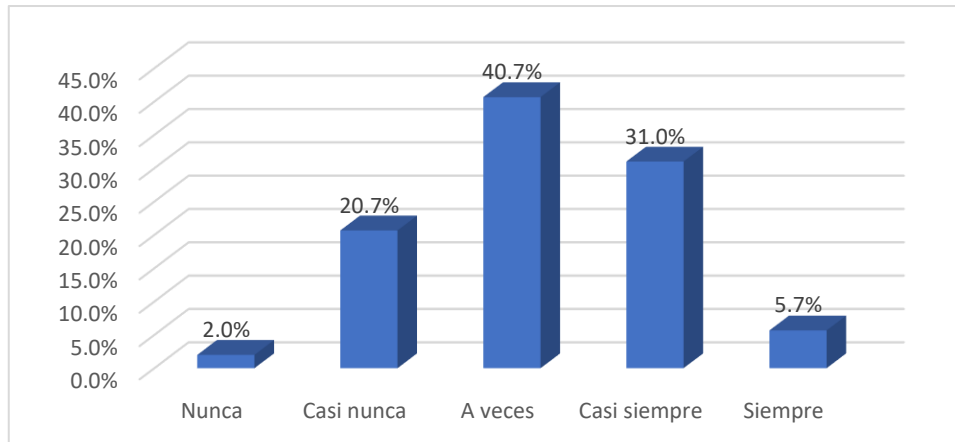
Gestión de almacén

Gestión de almacén (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	62	20,7	20,7	22,7
	A veces	122	40,7	40,7	63,3
	Casi siempre	93	31,0	31,0	94,3
	Siempre	17	5,7	5,7	100,0
Total		300	100,0	100,0	

Nota. Datos del trabajo de campo

Figura 2

Gestión de almacén



Nota. Datos según la tabla

Interpretación:

La Gestión de almacén, según responden los encuestados, mencionan que a veces ocurre la Gestión de almacén en la empresa Homecenter peruanos de Moquegua con un 40,7%.

Tabla 7

Satisfacción del cliente

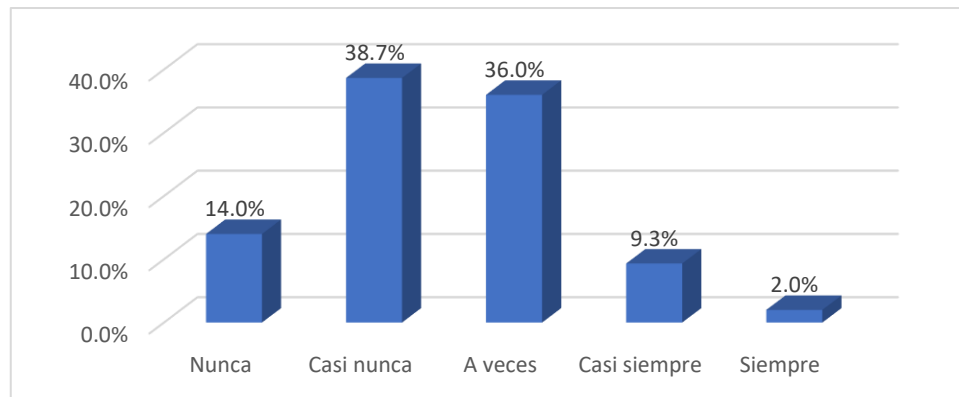
Satisfacción del cliente (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	42	14,0	14,0	14,0
	Casi nunca	116	38,7	38,7	52,7
	A veces	108	36,0	36,0	88,7
	Casi siempre	28	9,3	9,3	98,0
	Siempre	6	2,0	2,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

Nota. Según datos de trabajo de campo

Figura 3

Satisfacción del cliente



Nota. Proviene de los datos de la tabla

Interpretación:

En la empresa Homecenter peruanos de Moquegua la satisfacción del cliente es casi nunca bien percibido en un 38,7%.

6.2. Discusión de resultados

En el actual estudio referente al objetivo general para decidir el impacto de la sala de valores de la junta sobre la lealtad de los consumidores en el hogar de la organización se centra peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022, los resultados introducidos en el cuadro 4 muestra el nivel de conexión entre los dos factores como el valor de «p» ambos recomiendan que no hay relación enorme, es decir, no hay impacto entre la variable administración del centro de distribución y la lealtad de los consumidores. Por su parte Huanca (2022) en su estudio Los resultados obtenidos evidenciaron relación débil entre variables.

Encontrándose diferencias con lo hallado en la presente investigación, donde no existe no relación significativa entre ambas variables.

En la tabla 5 se observa que la Gestión de almacén, según las personas encuestadas, mencionan que a veces ocurre la Gestión de almacén en la empresa homecenter peruanos de Moquegua con un 40,7%. Por su parte Ambur (2021) en su investigación, encontró que la satisfacción al cliente responde de manera positiva a la correcta gestión de inventarios.

En la tabla 6 se ilustra que la satisfacción del cliente es casi nunca bien percibida en un 38,7% en la empresa homecenter peruanos de moquegua. Así mismo Rivera y Prado (2021) En su investigación encontró que mientras mejor se realice la gestión logística, mejores serán los resultados de satisfacción por los clientes.



En su estudio encontró que la logística integral impacta en la satisfacción del cliente en servicios logísticos, al reducir tiempos de espera y optimizar la disponibilidad de productos. Esto es relevante para Homecenter Peruanos, donde la satisfacción del cliente puede mejorar mediante la eficiencia en la gestión de almacenes, lo que permite respuestas rápidas a las necesidades del cliente. Al igual que en el contexto de Guayaquil, los clientes en Moquegua pueden beneficiarse de mejoras en la logística, ya que la eficiencia en almacén contribuye a un mejor servicio, alineándose con los objetivos de reducir tiempos de entrega y aumentar la disponibilidad de productos Flores (2021).

Por consiguiente, analizaron cómo la tecnología de identificación automática, como el RFID, optimiza la gestión de almacenes al mejorar la precisión y velocidad en el seguimiento de inventarios. Esto aporta una perspectiva valiosa para Homecenter Peruanos, ya que implementar auto-identificación puede minimizar errores y agilizar procesos. Además, los autores resaltan la importancia de factores tecnológicos y ambientales, que pueden aplicarse al almacén de Homecenter para asegurar una gestión eficiente y así influir positivamente en la satisfacción del cliente al ofrecerles un servicio más preciso y confiable. Hassan y Piramuthu (2021).

Por consiguiente, destacó la importancia de una gestión de inventario sólida en la industria de alimentos, específicamente en Starbucks, enfrentando desafíos como la fluctuación de precios. Para Homecenter, esta lección es aplicable en la medida en que las fluctuaciones de demanda o el cambio en disponibilidad de productos



pueden ser gestionados mediante una planificación de inventario que permita adaptarse rápidamente. Al igual que en Starbucks, una administración proactiva de inventarios en Homecenter garantiza que el cliente siempre encuentre los productos deseados, reforzando su satisfacción Sun, Y. (2024).

Cabe destacar que propuso un modelo de gestión de procesos logísticos en una empresa alimentaria para mejorar la satisfacción del cliente, destacando la importancia de procesos alineados y claros. En el contexto de Homecenter, aplicar una gestión de procesos bien estructurada en el almacén permite reducir errores y optimizar recursos, impactando directamente en la satisfacción del cliente. Además, los resultados de Figueroa sugieren que una logística eficiente en almacén contribuye a un servicio al cliente de calidad, un aspecto que Homecenter podría adoptar en su propio sistema de almacén para alcanzar resultados similares Figueroa, M. (2018).

Es importante señalar que examinaron la gestión de inventarios en supermercados, destacando que una administración adecuada de los procesos de abastecimiento reduce faltantes y mejora la experiencia del cliente. Para Homecenter, la gestión de inventarios que minimice errores y mantenga una reposición adecuada de productos es clave para asegurar la disponibilidad de productos y así aumentar la satisfacción del cliente. La aplicación de técnicas de inventario eficaces, como las sugeridas en su estudio, permite a Homecenter garantizar que los clientes encuentren siempre lo que necesitan, generando fidelidad y satisfacción Ninatanta y Plasencia (2020)



Por otra parte, en su estudio sobre objetivo general para concluir el efecto de la sala de estima de la junta sobre la dedicación de los clientes en el hogar de la asociación comunidades peruanas Sociedad Anónima Moquegua 2022, los resultados presentados en el cuadro 4 muestra el grado de asociación entre los dos elementos como el valor de «p» ambos sugieren que no hay relación enorme, es decir, no hay efecto entre la variable comunidad de apropiación los ejecutivos y la devoción de los compradores. Además, al reducir los tiempos de espera y garantizar el suministro constante de productos, se mejora la experiencia del cliente y se fortalece la fidelidad hacia la empresa Tello, J. (2020)

De la misma manera analizaron la gestión de almacén en una distribuidora y su influencia en la satisfacción del cliente, concluyendo que un control preciso y rápido de inventarios mejora la percepción del cliente. En Homecenter, este enfoque podría aplicarse mediante un sistema de control de almacén ágil y preciso, que garantice a los clientes la disponibilidad de productos y la rapidez en la entrega. Este tipo de control, como sugieren los autores, no solo optimiza los procesos internos, sino que fortalece la imagen de la empresa al cumplir consistentemente con las expectativas del cliente Cobos y Veneros (2019)



CONCLUSIONES

- PRIMERA** Del objetivo general de determinar la influencia de la gestión de almacén en la satisfacción del cliente en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022; Las dimensiones recepción, almacenamiento y expedición de la variable independiente según se observa el p-valor (0,055; 0,998 y 0,052 > 0,05) respectivamente, son mayores al alfa de significancia, por lo que se concluye que no tiene significancia estadística y por lo tanto no influyen dichas variables en la satisfacción del cliente en la empresa Homecenter peruanos de Moquegua; según es estadístico Chi el p-valor $0,072 > 0,05$ el cual no tiene significancia estadística.
- SEGUNDA** El objetivo específico 1, de encontrar la gestión de almacén en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022; se obtuvo que la Gestión de almacen, según responden los encuestados, mencionan que a veces ocurre la Gestión de almacen en la empresa Homecenter peruanos de Moquegua con un 40,7%.
- TERCERA** Del objetivo específico 2, de encontrar la satisfacción del cliente de la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022; según los datos de estudio de campo, la satisfacción del cliente es casi nunca bien percibido en un 38,7%.



RECOMENDACIONES

- PRIMERA** Se recomienda a las autoridades y trabajadores de Home Centers Peruanos SOCIEDAD ANONIMA Moquegua, que se centren en mejorar la gestión de almacén de la empresa para garantizar una mayor satisfacción de los clientes. Es importante implementar estrategias que permitan una mejor organización, conteo y conocimiento de la cantidad de productos disponibles en el almacén, así como la implementación de un sistema de seguimiento y monitoreo para garantizar una entrega oportuna de los productos a los clientes. Además, se sugiere establecer un sistema de retroalimentación para que los clientes puedan proporcionar comentarios sobre su experiencia con el servicio de almacén y cualquier posible problema que hayan enfrentado. Esto permitiría a la empresa conocer de primera mano las necesidades y expectativas de los clientes, lo que a su vez podría ser utilizado para mejorar el servicio y aumentar la satisfacción del cliente.
- SEGUNDA** Se sugiere al gerente de la empresa Homecenters peruanos, a mejorar su capacidad de gestión primeramente capacitándose en los cursos de Gestión de almacen o los cursos de marketing para luego aplicar en el campo de su función como gerente.
- TERCERA** La percepción de los clientes en cuanto a la satisfacción se debe mejorar brindando servicio y atención al cliente mejorando los servicios del área logística, personal que atiende de la empresa Homecenters, para ello deben tener capacitaciones en la calidad de atención al cliente.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, J., & Midolo, W. (2017). *Manual operativo del sistema de abastecimientos y control patrimonial*. Instituto del pacífico.
<https://biblioteca.igp.gob.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=12930>
- Ambur, A. (2021). *Gestión de inventarios para incrementar la satisfacción del cliente en la empresa Marvisur E.I.R.L., Arequipa 2021*. Tesis, Universidad Cesar Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65401/Ambur_MAYO-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ballou, R. (2004). *Logística administración de la cadena de suministro*. Pearson Educación.
https://laclasedotblog.files.wordpress.com/2018/05/logistica_administracion_de_la_cadena_de_suministro_5ta_edicion_-_ronald_h-_ballou.pdf
- Bureau Veritas Formation. (2011). *Logística integral segunda edición*. Fc editorial.
- Chackelson, C. (2013). *Metodología de diseño de almacenes*. Tecnun Universidad de Navarra.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=66628>
- Cobos, A., & Veneros, M. (2019). *La Gestión de Almacén y su influencia en la Satisfacción del Cliente de la distribuidora Herich Motocross – Chimbote 2019*. Tesis, Universidad Cesar Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40853/Cobos_CJA-Veneros_RMK.pdf?sequence=1&isAllowed=y



- Diaz, H. (2016). *Gestión de la cadena de suministro . Almacenamiento: Logística y abastecimiento*. Macro. http://www.sancristoballibros.com/libro/gestion-de-la-cadena-de-suministro_60096
- Espinoza, E., & Toscano, D. (2015). *Metología de investigación educativa y técnica*. UTMACH.
<http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0060.pdf>
- Espinoza, W. (2017). *Control de inventario y gestión logística de la empresa fabrica de polos bustamante Jaen*. Tesis, Universidad señor de Sipán .
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4324/Espinoza%20Oblitas%20-%20Becerra%20Delgado.pdf?sequence=1>
- Figueroa, M. (2018). *Propuesta de un modelo de gestión por procesos logísticos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Alimentos El Sabor Cía. Ltda*. Tesis, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil .
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10842/1/T-UCSG-POS-MAE-171.pdf>
- Flores, L. (2021). *Logística integral y satisfacción del cliente de los servicios logísticos en Guayaquil*. Tesis, Universidad Politecnica Salesiana Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20194/1/UPS-GT003194.pdf>
- Grande, I. (2000). *Marketing de los servicios* (Tercera ed.). Esic Editorial.
- Gunasekarana, A., Lai, K., & Cheng, E. (2008). Responsive supply chain:A competitive strategy in a networked economy. *Omega*, 36(4), 529-564.
<https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/22520.pdf>



- Hassan, M., & Piramuthu, S. (2021). Review of auto-ID technology use in warehouse management. *International Journal of RF Technologies*, 12(1), 35-51. <https://doi.org/10.3233/RFT-210292>
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *Metología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Huanca, Y. (2022). *Gestión logística y la productividad de la empresa Negolatina de la ciudad de Puno, Periodo 2021*. Tesis, Universidad nacional del antiplano. https://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/17681/Huanca_Quispe_Yerson_Fredy.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kotler, P. (2006). *Dirección de mercadotecnia* (Octava ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing 6ta edición*. Prentice Hall. <https://latam.casadellibro.com/libro-fundamentos-de-marketing-6-ed/9789702604006/910327>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (decimocuarta ed.). Pearson educación. <http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/direccion-de-marketing-philip-kotler-1.pdf>
- Manucci, M. (2004). Azar e incertidumbre en el desarrollo de la estrategia corporativa. *Intangible capital*, 0, 1-5. <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/1261/0002-Azar%20e%20incertidumbre%20en%20el%20desarrollo%20de%20la%20estrategia%20.pdf>
- Martínez, Y. (2016). *Reingeniería en el almacén de la empresa Truetzschler Mexico S.A de C.V*. Instituto Politécnico Nacional.



[https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/20296/TESIS%20REIN
GENIERIA%20EN%20EL%20ALMACEN%20DE%20LA%20EMPRESA
%20TRUETZSCHLER%20DE%20MEXICO%20SA%20DE%20CV.pdf?s
equence=1&isAllowed=y](https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/20296/TESIS%20REIN%20GENIERIA%20EN%20EL%20ALMACEN%20DE%20LA%20EMPRESA%20TRUETZSCHLER%20DE%20MEXICO%20SA%20DE%20CV.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Morris, C., & Maisto, A. (2001). *Introducción a la psicología* (13 ed.). Pearson Prentice Hall.

Ninatanta, M., & Plasencia, I. (2020). *Estudio de los procesos de la cadena de abastecimiento en la gestión de inventarios de un supermercado*. Tesis, Universidad César Vallejo.
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68225/B_Ni
natanta_DMG_Plasencia_RIL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68225/B_Ninatanta_DMG_Plasencia_RIL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Peiró, R. (10 de noviembre de 2018). *Satisfacción del cliente*. Enciclopedia:
<https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>

Rivera, G., & Prado, R. (2021). *Gestión logística para incrementar la satisfacción a los clientes en la empresa minera, Moquegua 2021*. Tesis.
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65404/Rive
ra_BGN-Prado_CRS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65404/Rivera_BGN-Prado_CRS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Robbins, S. (2009). *Comportamiento Organizacional* (decimotercera ed.). Person Prentice Hall.
[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/R
OBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf)

Salazar, B. (24 de Julio de 2019). *¿Qué es la gestión de almacenes?* Ingeniería industrial:
[https://www.ingenieriaindustrialonline.com/gestion-de-
almacenes/que-es-la-gestion-de-almacenes/](https://www.ingenieriaindustrialonline.com/gestion-de-almacenes/que-es-la-gestion-de-almacenes/)



- Sanchez, F. (2019). Fundamentos Epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122.
<https://doi.org/https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sun, Y. (2024). *Gestión de inventario de materias primas en Starbucks: enfrentando la fluctuación de precios globales del café. [tesis de maestría, Tecnocampus Mataró, Universitat Pompeu Fabra]*. Repositorio insitucional. <http://hdl.handle.net/20.500.12367/2821>
- Supo, F., & Cavero, H. (2014). *Fundamentos teóricos y procedimentales de la investigación científica en ciencias sociales*. Universidad nacional del antiplano de Puno. <https://www.felipesupo.com/wp-content/uploads/2020/02/Fundamentos-de-la-Investigaci%C3%B3n-Cient%C3%ADfica.pdf>
- Tello, J. (2020). *Sistema de gestión logística y la satisfacción del cliente en la empresa Tello Trading Corporation E.I.R.L-2020*. Tesis, Universidad Nacional Hermilio Valdizan. <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6241/II00196T35.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villegas, L., Marroquin, R., Castillo, V., & Sanchez, R. (2010). *Teoría y praxis de la investigación científica. Tesis maestría y doctorado*. Editorial San Marcos. http://www.editorialsanmarcos.com/index.php?id_product=214&controller=product



Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa* (segunda ed.). Mc Graw Hill / interamericana de mexico.



ANEXOS



Anexo 1 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>General: ¿Cómo influye la gestión de almacén en la satisfacción del cliente en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022?</p> <p>Específicos: ¿Cómo es la gestión de almacén en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022? ¿Cómo es la satisfacción del cliente en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022?</p>	<p>General: Determinar la influencia de la gestión de almacén en la satisfacción del cliente en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022</p> <p>Específicos: Encontrar la gestión de almacén en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022 Encontrar la satisfacción del cliente de la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022</p>	<p>General: La gestión de almacén influye positiva y directamente en la satisfacción del cliente en la empresa homecenters peruanos Sociedad Anónima Moquegua 2022</p>	Variable 1 GESTIÓN DE ALMACÉN	<p>1.1. Recepción de mercadería</p> <p>1.2. Almacenamiento de mercadería</p> <p>1.3. Expedición de mercadería</p>	<p>1.1.1. planeación y preparación de descarga</p> <p>1.1.2. control y validación de productos</p> <p>1.1.3. división de picking</p> <p>1.2.1. calidad de almacenamiento</p> <p>1.2.2. probabilidad de encontrar stock</p> <p>1.2.3. ubicación</p> <p>2.3.1. eficiencia de la distribución de materia</p> <p>2.3.2. entregas justo a tiempo</p> <p>2.3.3. cumplimiento de entregas</p>	<p>Tipo de método: deductivo</p> <p>Enfoque de estudio: cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: básica pura</p> <p>Diseño de investigación: no experimental de corte transversal</p>
			Variable 2 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	<p>2.1. Percepción</p> <p>2.2. expectativas</p>	<p>2.1.1. servicios adaptados a la necesidad</p> <p>2.1.2. personal suficiente</p> <p>2.1.3. celeridad en la atención</p> <p>2.2.1. trato de personal</p> <p>2.2.2. percepción de orden</p> <p>2.2.3. cumplimiento de promesas</p>	



Anexo 2
Matriz de datos

p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	s1	s2	s3	s4	s5	s6	Recep_Merca	Almacenamiento	Expedición_Merca	GESTIÓN_ALMACEN	SATISFACCIÓN_CLIENTE	Satisfacción_Dummy
2	4	5	4	3	2	2	3	5	3	3	3	4	3	2	11	9	10	30	18	0
2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	10	9	9	28	19	0
2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	8	9	11	28	19	0
3	2	3	4	3	2	4	4	4	3	3	2	5	3	2	8	9	12	29	18	0
2	2	3	4	3	4	3	5	4	2	3	2	5	3	4	7	11	12	30	19	0
2	2	3	4	3	3	4	4	4	2	3	2	5	2	3	7	10	12	29	17	0
2	2	4	5	4	4	5	4	3	2	3	2	5	2	3	8	13	12	33	17	0
2	2	4	4	3	3	5	3	3	3	4	3	3	2	3	8	10	11	29	18	0
3	1	3	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	7	10	11	28	21	1
3	1	2	2	3	3	5	3	2	4	4	4	3	2	3	6	8	10	24	20	1
4	3	2	2	4	4	4	3	2	5	4	4	4	1	4	9	10	9	28	22	1
3	4	2	1	5	4	3	3	2	4	4	3	4	1	3	9	10	8	27	19	0
3	5	2	2	5	5	2	4	2	4	5	3	4	1	4	10	12	8	30	21	1
3	4	3	2	4	5	1	5	3	4	5	3	5	1	4	10	11	9	30	22	1
2	3	4	2	3	5	1	3	4	4	5	4	4	2	4	9	10	8	27	23	1
2	3	4	3	3	4	1	2	3	3	5	2	5	2	3	9	10	6	25	20	1
1	4	4	4	4	3	4	2	3	3	5	2	4	3	3	9	11	9	29	20	1
3	3	3	4	4	2	3	2	1	2	5	2	3	4	2	9	10	6	25	18	0
2	3	2	4	3	2	4	2	1	2	5	3	2	3	2	7	9	7	23	17	0
3	3	1	4	3	1	4	2	4	2	5	2	2	3	2	7	8	10	25	16	0
2	2	3	3	3	2	3	2	2	5	2	3	3	2	2	7	8	7	22	17	0
2	2	4	5	3	1	3	4	2	3	4	3	4	3	3	8	9	9	26	20	1
3	2	3	5	3	1	3	5	3	3	3	3	5	4	3	8	9	11	28	21	1
3	2	2	3	2	2	4	5	3	3	3	1	4	4	2	7	7	12	26	17	0
3	2	2	4	1	3	5	4	3	3	3	1	3	3	2	7	8	12	27	15	0
3	2	3	3	1	3	3	4	3	5	4	1	4	2	2	8	7	10	25	18	0
2	1	4	4	1	4	2	3	3	5	3	4	5	2	2	7	9	8	24	21	1
2	1	4	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	2	2	7	9	8	24	16	0
2	3	5	3	3	3	2	4	3	2	2	5	4	3	2	10	9	9	28	18	0
2	3	5	3	3	3	2	5	4	1	2	5	3	3	3	10	9	11	30	17	0
2	3	5	3	4	4	2	4	4	3	2	5	4	3	4	10	11	10	31	21	1
2	2	5	3	5	5	2	5	5	3	3	4	4	3	2	9	13	12	34	19	0
3	3	4	3	4	4	2	5	5	4	3	4	4	2	2	10	11	12	33	19	0
4	4	4	3	3	4	2	5	4	3	3	5	5	2	3	12	10	11	33	21	1
5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	5	5	2	3	12	9	12	33	21	1



4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	2	4	5	2	3	11	8	10	29	20	1
5	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	2	11	9	9	29	18	0
4	2	3	1	3	2	2	3	2	4	4	3	1	1	2	9	6	7	22	15	0
3	2	3	1	3	2	3	2	2	4	5	3	2	1	2	8	6	7	21	17	0
3	2	3	3	3	2	4	3	1	5	5	4	1	1	2	8	8	8	24	18	0
3	4	3	3	3	2	5	4	1	5	5	5	2	4	1	10	8	10	28	22	1
2	3	3	4	4	2	3	4	3	5	5	4	1	4	3	8	10	10	28	22	1
2	4	3	3	5	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	9	10	11	30	20	1
2	5	2	3	5	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	9	10	8	27	21	1
2	5	3	3	4	1	1	3	3	2	3	3	4	5	3	10	8	7	25	20	1
4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	5	3	10	10	9	29	20	1
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	5	3	10	10	10	30	21	1
5	3	2	3	3	5	3	3	5	2	3	3	5	5	3	10	11	11	32	21	1
4	4	1	3	2	4	2	3	4	1	3	2	4	5	4	9	9	9	27	19	0
4	3	1	4	1	4	2	3	4	2	3	2	3	4	3	8	9	9	26	17	0
4	2	3	4	1	3	2	4	3	3	3	1	3	3	3	9	8	9	26	16	0
4	2	4	5	4	3	2	5	3	3	2	1	3	3	2	10	12	10	32	14	0
3	2	3	5	3	5	2	4	3	3	2	4	4	3	3	8	13	9	30	19	0
3	2	3	5	3	4	2	4	3	2	2	3	5	2	4	8	12	9	29	18	0
3	2	4	5	4	3	1	5	2	4	2	4	4	2	3	9	12	8	29	19	0
2	1	5	4	4	2	4	4	2	4	1	5	4	2	3	8	10	10	28	19	0
1	4	4	3	4	2	3	4	2	4	1	5	5	2	2	9	9	9	27	19	0
1	1	3	4	3	2	4	3	3	2	1	4	5	5	2	5	9	10	24	19	0
2	4	4	3	3	4	5	3	4	2	2	4	5	4	2	10	10	12	32	19	0
3	4	3	3	3	4	4	2	4	2	2	3	5	3	1	10	10	10	30	16	0
4	4	3	3	4	5	3	2	3	1	2	3	5	4	1	11	12	8	31	16	0
3	3	3	3	3	4	2	2	5	1	2	3	3	3	2	9	10	9	28	14	0
3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	4	3	4	3	3	9	9	10	28	18	0
4	3	3	3	3	3	4	4	4	1	3	4	5	3	4	10	9	12	31	20	1
5	3	2	3	4	2	3	5	4	2	3	4	4	3	3	10	9	12	31	19	0
5	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	4	5	3	3	11	13	10	34	21	1
4	3	4	5	4	5	2	4	3	4	3	4	4	3	3	11	14	9	34	21	1
3	3	4	5	3	4	2	3	3	5	4	5	3	3	3	10	12	8	30	23	1
3	2	4	3	3	3	2	3	2	4	5	5	5	3	4	9	9	7	25	26	1
2	4	3	4	2	3	1	2	2	5	5	5	3	4	4	9	9	5	23	26	1
2	5	3	3	3	3	2	2	1	4	5	5	5	3	4	10	9	5	24	26	1
2	4	3	4	4	2	3	3	1	5	5	5	3	3	4	9	10	7	26	25	1
2	3	3	3	5	2	3	4	1	4	4	5	5	3	3	8	10	8	26	24	1
2	3	3	4	4	2	2	3	3	3	4	4	5	5	3	8	10	8	26	24	1
2	3	3	4	4	2	2	5	4	4	3	3	5	4	3	8	10	11	29	22	1
3	3	3	3	4	2	2	4	5	3	2	3	3	3	2	9	9	11	29	16	0
3	3	3	4	3	2	2	4	5	4	4	3	3	4	2	9	9	11	29	20	1



3	3	4	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	5	2	10	8	9	27	20	1
3	2	5	3	3	2	2	3	4	3	2	3	5	5	1	10	8	9	27	19	0
2	2	5	2	3	2	1	3	4	5	2	3	3	3	1	9	7	8	24	17	0
1	3	5	2	3	2	1	3	4	5	1	2	3	2	2	9	7	8	24	15	0
1	4	4	5	3	1	4	3	5	3	2	2	3	2	2	9	9	12	30	14	0
1	3	3	5	3	1	5	3	4	3	3	2	5	2	3	7	9	12	28	18	0
3	3	2	5	3	4	4	3	4	3	3	4	4	1	2	8	12	11	31	17	0
3	3	1	1	2	5	3	2	4	3	4	3	3	1	3	7	8	9	24	17	0
2	4	2	1	2	5	3	2	3	2	4	4	3	1	2	8	8	8	24	16	0
2	5	2	1	3	4	2	2	3	2	4	5	3	1	2	9	8	7	24	17	0
2	4	2	3	4	3	2	2	3	2	3	5	2	1	3	8	10	7	25	16	0
2	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	1	4	1	3	8	10	7	25	14	0
2	4	3	4	2	2	2	2	3	1	3	4	4	1	3	9	8	7	24	16	0
2	5	4	3	2	5	2	2	3	3	4	3	4	1	3	11	10	7	28	18	0
2	4	4	3	2	5	2	3	2	4	5	3	4	3	3	10	10	7	27	22	1
2	3	4	4	3	4	1	1	2	5	5	1	4	2	3	9	11	4	24	20	1
2	3	3	3	4	3	4	4	1	5	5	1	4	3	2	8	10	9	27	20	1
4	2	2	3	3	2	4	5	2	5	3	3	4	3	4	8	8	11	27	22	1
3	2	2	3	3	2	3	4	3	5	3	4	5	3	4	7	8	10	25	24	1
3	3	2	3	3	3	5	3	4	4	3	5	4	3	5	8	9	12	29	24	1
3	2	1	4	2	4	4	3	3	3	3	5	5	3	4	6	10	10	26	23	1
4	3	1	5	2	4	2	2	3	4	2	4	4	3	4	8	11	7	26	21	1
5	2	1	4	2	5	2	1	2	4	2	3	4	2	5	8	11	5	24	20	1
4	2	1	4	2	4	2	1	2	4	2	3	5	2	5	7	10	5	22	21	1
3	4	1	5	2	3	2	1	1	4	3	4	4	2	1	8	10	4	22	18	0
2	2	1	4	1	2	2	2	1	4	3	3	5	4	1	5	7	5	17	20	1
2	2	2	3	4	1	2	3	3	4	4	4	5	5	1	6	8	8	22	23	1
3	2	3	3	4	2	3	4	4	3	4	5	5	4	3	8	9	11	28	24	1
3	3	4	4	5	1	4	3	3	3	5	5	5	4	3	10	10	10	30	25	1
3	4	4	3	3	1	4	4	2	3	4	4	5	5	4	11	7	10	28	25	1
3	4	3	3	3	1	4	3	2	3	3	1	5	4	4	10	7	9	26	20	1
2	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	1	4	5	4	8	7	8	23	20	1
1	3	2	2	3	3	4	2	2	3	4	2	4	4	5	6	8	8	22	22	1
2	3	2	1	3	4	4	1	2	2	3	4	3	4	5	7	8	7	22	21	1
3	3	2	1	3	3	2	2	2	4	4	3	4	5	8	8	7	7	22	22	1
4	3	2	2	2	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4	9	8	9	26	20	1
3	3	1	2	3	5	2	3	1	2	4	3	2	4	4	7	10	6	23	19	0
3	3	2	3	3	4	2	3	4	3	3	4	2	3	2	8	10	9	27	17	0
2	3	3	3	5	2	3	2	5	3	3	3	2	3	1	8	10	10	28	15	0
3	3	4	3	5	2	3	2	4	4	3	3	2	3	1	10	10	9	29	16	0
3	4	3	5	5	1	3	1	3	4	2	3	3	1	3	10	11	7	28	16	0
3	5	4	5	4	1	3	1	3	4	2	4	3	1	2	12	10	7	29	16	0



3	5	3	3	4	1	3	1	3	4	2	4	4	1	3	11	8	7	26	18	0
2	4	4	3	3	1	3	1	2	3	2	4	5	1	2	10	7	6	23	17	0
4	3	5	4	4	2	3	1	2	4	2	5	4	2	3	12	10	6	28	20	1
3	2	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	5	2	3	9	8	8	25	20	1
3	1	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	8	9	9	26	20	1
2	1	5	3	3	4	2	4	4	3	4	2	3	2	3	8	10	10	28	17	0
4	3	5	3	5	3	1	4	4	4	5	2	3	2	2	12	11	9	32	18	0
3	4	5	2	4	2	3	5	3	4	5	1	3	2	2	12	8	11	31	17	0
2	3	5	1	3	3	4	4	2	4	5	1	4	2	2	10	7	10	27	18	0
4	5	4	1	4	4	5	4	2	4	5	1	5	2	2	13	9	11	33	19	0
5	4	4	2	4	3	4	3	2	3	4	4	5	3	2	13	9	9	31	21	1
4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	5	3	2	10	10	9	29	21	1
4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	5	4	3	2	10	11	8	29	21	1
5	3	3	3	4	5	4	2	4	3	4	5	4	3	2	11	12	10	33	21	1
5	3	2	3	3	5	4	1	4	3	4	4	4	3	2	10	11	9	30	20	1
5	2	2	2	3	5	3	2	3	2	3	4	5	3	2	9	10	8	27	19	0
5	2	2	3	3	5	3	2	3	2	3	3	3	3	2	9	11	8	28	16	0
4	2	2	3	3	4	4	1	3	2	3	4	3	3	2	8	10	8	26	17	0
3	1	2	3	4	4	3	1	2	2	3	3	4	3	2	6	11	6	23	17	0
3	1	2	3	4	3	3	1	3	2	3	3	4	3	2	6	10	7	23	17	0
4	4	2	3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	2	10	10	11	31	17	0
3	3	3	3	4	2	2	4	5	1	2	3	4	3	2	9	9	11	29	15	0
3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	2	2	5	3	2	9	9	10	28	18	0
3	2	4	4	4	3	4	3	4	5	2	4	5	2	2	9	11	11	31	20	1
4	2	4	3	4	4	5	5	5	4	1	3	5	2	3	10	11	15	36	18	0
4	2	5	3	4	5	4	4	5	5	1	2	5	2	3	11	12	13	36	18	0
4	2	4	4	3	4	3	4	5	5	3	2	4	1	3	10	11	12	33	18	0
4	4	4	3	2	3	4	3	5	4	4	2	3	4	4	12	8	12	32	21	1
3	4	4	4	2	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5	11	9	12	32	24	1
2	5	3	4	2	2	4	3	4	4	5	4	5	4	5	10	8	11	29	27	1
3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	5	10	10	9	29	28	1
2	5	3	5	3	2	3	2	3	4	5	5	5	3	1	10	10	8	28	23	1
4	3	5	4	3	2	2	2	2	3	5	4	5	3	1	12	9	6	27	21	1
5	2	3	2	3	2	3	1	3	3	5	4	5	3	1	10	7	7	24	21	1
1	2	3	1	3	2	3	1	2	3	5	5	5	3	3	6	6	6	18	24	1
1	2	3	3	2	2	3	2	2	3	4	5	4	3	3	6	7	7	20	22	1
3	1	3	4	2	2	3	3	2	3	4	5	3	3	3	7	8	8	23	21	1
4	2	2	4	3	2	4	4	1	1	4	4	4	3	3	8	9	9	26	19	0
3	3	2	4	3	2	3	3	1	1	4	3	5	3	4	8	9	7	24	20	1
2	4	2	5	4	2	4	3	1	2	4	3	5	2	4	8	11	8	27	20	1
1	3	2	4	3	2	4	2	4	3	3	3	1	2	4	6	9	10	25	16	0
3	3	2	5	3	2	3	3	5	4	3	3	1	4	4	8	10	11	29	19	0



4	3	2	5	2	2	2	4	4	3	3	3	5	4	4	9	9	10	28	22	1
4	3	2	4	2	1	2	5	3	2	3	3	4	3	4	9	7	10	26	19	0
3	3	2	4	1	1	2	4	3	1	3	3	5	3	3	8	6	9	23	18	0
3	3	1	3	1	4	2	4	3	1	3	2	5	3	3	7	8	9	24	17	0
3	4	1	4	1	3	2	3	4	2	2	2	5	3	3	8	8	9	25	17	0
2	4	1	5	3	3	2	3	5	3	2	2	4	3	3	7	11	10	28	17	0
2	5	1	4	2	5	2	3	4	3	1	1	4	3	3	8	11	9	28	15	0
3	3	1	4	2	5	4	3	3	4	1	1	4	2	3	7	11	10	28	15	0
2	5	4	4	3	4	5	3	3	5	2	1	5	3	3	11	11	11	33	19	0
1	4	4	5	2	3	5	3	2	5	3	1	5	2	3	9	10	10	29	19	0
1	2	4	5	4	3	4	2	1	5	3	1	5	2	2	7	12	7	26	18	0
3	1	5	4	3	4	4	2	2	5	3	1	4	2	2	9	11	8	28	17	0
4	3	5	4	2	3	5	1	3	5	2	2	5	2	1	12	9	9	30	17	0
3	1	4	4	3	2	6	1	4	4	2	3	4	2	1	8	9	11	28	16	0
3	2	5	4	3	1	5	1	3	3	2	4	5	1	2	10	8	9	27	17	0
2	3	4	3	2	1	4	1	3	4	2	5	5	2	2	9	6	8	23	20	1
2	2	4	2	3	1	4	3	3	3	2	5	3	3	2	8	6	10	24	18	0
1	3	3	4	4	3	4	4	3	4	1	4	3	3	2	7	11	11	29	17	0
2	3	3	5	3	4	2	3	3	3	1	4	4	3	2	8	12	8	28	17	0
3	4	3	4	2	4	3	3	4	4	1	4	5	3	3	10	10	10	30	20	1
4	2	2	3	3	5	2	4	3	3	4	3	4	4	3	8	11	9	28	21	1
3	2	4	3	3	5	2	5	3	3	4	3	5	4	3	9	11	10	30	22	1
2	3	4	4	2	5	2	4	3	3	5	3	5	4	3	9	11	9	29	23	1
3	4	4	5	2	4	3	5	2	3	5	2	5	4	3	11	11	10	32	22	1
2	4	4	5	2	3	1	4	2	3	5	2	4	3	2	10	10	7	27	19	0
2	4	4	5	3	3	2	5	2	3	5	2	4	3	2	10	11	9	30	19	0
1	2	1	5	3	3	2	4	1	2	5	2	4	3	2	4	11	7	22	18	0
1	1	2	4	4	2	3	3	1	2	4	1	4	3	2	4	10	7	21	16	0
4	1	2	4	3	2	4	3	3	2	4	3	4	3	2	7	9	10	26	18	0
2	1	2	4	3	2	3	3	4	2	4	4	4	3	3	5	9	10	24	20	1
3	2	3	4	2	2	3	3	5	1	4	4	4	4	4	8	8	11	27	21	1
2	3	2	4	1	2	2	4	4	2	3	4	3	5	4	7	7	10	24	21	1
5	4	1	4	1	5	2	3	4	1	3	4	3	5	5	10	10	9	29	21	1
2	4	1	3	1	4	3	3	3	1	3	3	4	5	4	7	8	9	24	20	1
4	5	1	2	2	5	3	2	3	1	3	3	5	5	5	10	9	8	27	22	1
4	5	1	2	3	4	4	2	4	1	3	3	4	5	4	10	9	10	29	20	1
4	5	4	3	4	3	3	2	5	2	3	3	4	5	4	13	10	10	33	21	1
3	4	4	3	4	4	3	1	4	1	3	2	4	5	4	11	11	8	30	19	0
3	4	1	2	4	4	2	1	4	1	3	2	3	4	4	8	10	7	25	17	0
2	4	4	1	3	3	2	1	3	1	2	3	4	4	2	10	7	6	23	16	0
3	4	5	1	3	2	3	1	3	2	2	1	3	4	2	12	6	7	25	14	0
4	3	4	1	3	2	3	3	3	3	1	2	5	4	2	11	6	9	26	17	0



3	3	3	4	3	2	4	2	4	3	1	3	5	3	3	9	9	10	28	18	0
2	3	3	4	3	2	3	2	5	3	1	4	5	3	3	8	9	10	27	19	0
2	2	2	3	3	2	3	2	4	4	2	3	5	3	3	6	8	9	23	20	1
2	2	3	1	2	2	3	2	4	4	3	2	5	4	2	7	5	9	21	20	1
2	2	4	4	4	2	2	2	3	4	4	3	4	2	2	8	10	7	25	19	0
2	4	3	3	4	2	2	3	3	5	4	2	5	2	1	9	9	8	26	19	0
4	3	3	4	3	2	2	3	3	5	3	4	5	5	1	10	9	8	27	23	1
5	4	3	3	4	3	2	4	3	5	5	4	4	4	2	12	10	9	31	24	1
4	4	3	5	3	4	2	3	3	5	5	4	4	4	5	11	12	8	31	27	1
3	4	3	4	4	5	2	3	3	5	5	4	3	4	4	10	13	8	31	25	1
4	3	2	4	4	4	2	2	2	4	5	5	3	4	3	9	12	6	27	24	1
3	3	2	4	4	4	1	2	2	4	3	4	3	4	3	8	12	5	25	21	1
3	5	2	4	5	3	1	3	2	5	3	2	5	3	2	10	12	6	28	20	1
2	4	1	4	5	2	4	3	1	4	3	2	5	3	5	7	11	8	26	22	1
4	5	1	4	4	1	1	2	2	5	3	3	5	3	2	10	9	5	24	21	1
3	4	1	4	3	1	2	1	1	5	2	3	5	3	2	8	8	4	20	20	1
4	3	3	4	4	1	3	1	1	5	2	3	5	3	4	10	9	5	24	22	1
3	3	3	3	3	1	4	1	1	5	2	3	5	2	4	9	7	6	22	21	1
2	3	2	3	2	3	3	1	1	3	1	3	4	2	4	7	8	5	20	17	0
4	3	4	4	1	4	3	2	3	3	1	2	4	2	3	11	9	8	28	15	0
5	3	4	5	1	3	3	3	4	3	1	2	4	2	3	12	9	10	31	15	0
4	3	4	4	1	5	3	4	5	3	1	2	4	2	3	11	10	12	33	15	0
3	3	4	3	1	5	3	3	5	2	3	2	4	2	3	10	9	11	30	16	0
3	4	5	2	3	4	2	3	4	1	2	2	4	5	3	12	9	9	30	17	0
2	4	4	3	4	4	2	3	4	1	4	2	5	4	3	10	11	9	30	19	0
1	4	3	4	5	3	2	4	3	2	3	1	5	5	3	8	12	9	29	19	0
3	4	4	5	4	3	1	4	3	3	4	1	5	5	3	11	12	8	31	21	1
4	3	3	5	4	4	1	3	4	2	4	3	4	5	2	10	13	8	31	20	1
2	2	4	4	3	3	1	3	5	3	5	2	3	5	2	8	10	9	27	20	1
2	2	3	4	4	3	1	2	4	2	5	4	3	3	2	7	11	7	25	19	0
2	2	4	3	5	2	1	2	4	2	4	3	5	3	2	8	10	7	25	19	0
2	1	4	3	4	3	3	2	3	2	4	3	4	4	2	7	10	8	25	19	0
2	1	4	2	3	4	4	2	3	2	4	4	3	4	2	7	9	9	25	19	0
2	3	3	2	4	5	5	2	3	3	4	3	5	5	2	8	11	10	29	22	1
4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	4	3	5	4	5	11	10	12	33	24	1
2	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	5	4	1	7	12	10	29	20	1
2	4	2	5	4	4	3	4	3	3	3	3	5	3	1	8	13	10	31	18	0
2	5	2	2	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1	9	9	8	26	15	0
2	5	4	2	3	3	2	3	3	3	2	2	5	3	4	11	8	8	27	19	0
4	4	5	2	3	3	2	4	3	3	2	2	5	3	3	13	8	9	30	18	0
4	3	4	1	2	3	3	4	2	4	2	4	5	3	3	11	6	9	26	21	1
5	3	3	1	2	3	4	3	2	4	1	4	4	3	3	11	6	9	26	19	0



4	3	3	2	2	3	3	3	5	4	1	5	5	3	4	10	7	11	28	22	1
5	2	4	4	3	2	3	3	4	5	1	5	4	3	4	11	9	10	30	22	1
4	3	5	5	3	2	2	3	3	5	2	5	2	3	4	12	10	8	30	21	1
2	4	4	4	4	2	4	3	3	4	3	5	2	3	4	10	10	10	30	21	1
2	3	3	3	5	2	5	3	4	3	4	4	2	3	4	8	10	12	30	20	1
2	3	2	4	4	2	4	3	5	4	3	5	2	3	3	7	10	12	29	20	1
3	3	2	4	3	2	3	2	4	5	3	5	5	2	3	8	9	9	26	23	1
4	3	1	4	3	2	2	2	4	5	3	5	5	2	3	8	9	8	25	23	1
5	3	2	4	3	1	1	2	3	5	3	5	5	2	3	10	8	6	24	23	1
4	2	3	4	3	1	1	2	3	5	3	4	5	2	2	9	8	6	23	21	1
3	2	4	4	2	1	1	1	3	4	3	3	5	2	2	9	7	5	21	19	0
2	1	4	4	2	4	1	1	5	4	4	3	5	2	1	7	10	7	24	19	0
2	2	3	4	3	5	2	1	5	3	4	4	4	2	1	7	12	8	27	18	0
3	2	5	3	4	4	2	2	4	3	4	5	5	2	3	10	11	8	29	22	1
4	3	5	3	3	4	2	2	3	3	3	5	4	2	4	12	10	7	29	21	1
4	2	4	5	2	3	2	3	3	3	5	4	5	2	4	10	10	8	28	23	1
4	4	2	4	3	2	3	4	4	3	5	3	4	2	4	10	9	11	30	21	1
3	3	2	3	4	3	4	3	5	2	4	3	2	2	4	8	10	12	30	17	0
2	3	1	4	3	2	5	3	4	1	3	4	2	2	4	6	9	12	27	16	0
2	3	1	5	3	2	4	4	4	1	3	5	4	2	4	6	10	12	28	19	0
2	3	2	4	3	2	3	5	3	1	3	4	5	2	2	7	9	11	27	17	0
2	3	3	3	3	2	3	4	3	1	3	3	5	4	2	8	8	10	26	18	0
1	4	4	4	3	2	3	3	3	1	3	3	1	3	2	9	9	9	27	13	0
1	4	3	5	3	2	3	3	2	1	2	3	3	4	2	8	10	8	26	15	0
4	3	2	4	2	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	9	10	8	27	17	0
2	3	4	3	2	5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	9	10	8	27	17	0
5	3	5	3	2	5	2	3	1	3	3	4	1	3	2	13	10	6	29	16	0
2	2	4	3	1	4	2	2	1	3	4	5	1	3	3	8	8	5	21	19	0
3	3	3	3	1	4	2	2	4	4	5	5	3	3	3	9	8	8	25	23	1
2	3	2	4	1	3	2	1	4	4	5	2	4	3	2	7	8	7	22	20	1
4	2	2	4	3	3	2	3	5	4	4	1	5	3	2	8	10	10	28	19	0
3	3	1	4	4	3	2	1	5	4	5	1	5	2	2	7	11	8	26	19	0
2	3	2	4	5	3	4	2	4	4	4	2	5	2	2	7	12	10	29	19	0
2	2	3	4	4	2	3	2	2	4	4	3	5	2	2	7	10	7	24	20	1
2	2	2	4	4	2	2	2	2	5	4	5	3	2	2	6	10	6	22	24	1
2	2	3	4	4	1	2	2	2	3	5	5	4	3	2	7	9	6	22	22	1
1	2	4	2	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	2	7	8	9	24	20	1
1	2	3	1	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	6	8	8	22	18	0
4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	5	3	2	11	9	10	30	20	1
1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	7	10	10	27	20	1
3	3	4	4	2	5	4	3	3	3	3	3	4	4	2	10	11	10	31	19	0
4	4	3	3	3	5	3	3	5	3	4	3	5	3	2	11	11	11	33	20	1



3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	10	12	10	32	19	0
2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	3	5	9	11	11	31	24	1
2	3	3	5	4	3	2	3	4	4	3	3	5	2	1	8	12	9	29	18	0
2	3	2	5	4	3	2	5	4	5	4	2	5	2	4	7	12	11	30	22	1
4	2	2	5	4	2	2	4	5	4	3	2	5	2	1	8	11	11	30	17	0
3	2	1	4	3	2	2	4	4	3	4	1	3	3	4	6	9	10	25	18	0
1	2	1	3	3	2	2	4	4	2	4	1	3	4	1	4	8	10	22	15	0
3	2	1	4	5	2	2	3	4	2	4	1	3	3	3	6	11	9	26	16	0
3	2	1	3	4	2	2	2	3	2	4	1	3	3	2	6	9	7	22	15	0
2	2	1	4	3	2	1	2	3	3	3	1	4	3	2	5	9	6	20	16	0
2	2	1	4	3	1	1	4	3	4	3	4	4	3	2	5	8	8	21	20	1
2	2	3	4	3	1	2	5	3	5	3	2	4	3	3	7	8	10	25	20	1
2	2	4	4	3	5	2	4	3	5	3	3	4	3	2	8	12	9	29	20	1

Anexo 3

Instrumentos de Investigación

Cuestionario sobre la gestión de almacén

Estimado cliente La presente encuesta es parte de una investigación. Por favor sea honesto al responder, no es necesario proporcionar su nombre.

La información que brinde será confidencial y de carácter académico. Gracias.

Recuerde que para estas afirmaciones "no hay respuestas correctas o incorrectas responda sinceramente cada afirmación, y no olvide marcar solo una opción.

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

VARIABLE	DIMENSION	ITEMS	VALORACION				
			1	2	3	4	5
GESTION DE ALMACENES	1. recepción de mercadería	¿cree usted que en homecenters peruanos s.a se realiza una correcta planeación y preparación para para realizar una correcta descarga de mercadería?					
		¿considera que en homecenters peruanos s.a se realiza el correcto control y validación de productos?					
		¿afirma usted que en homecenters peruanos s.a se realiza la división y resguardo de picking?					
	2. almacenamiento	¿afirma usted que en homecenters peruanos s.a tienen una calidad de almacenamiento de productos?					
		¿considera que en homecenters peruanos s.a se puede encontrar el stock que se necesita, en almacén?					



		¿cree usted que en homecenters peruanos s.a se puede encontrar los productos que se necesitan en la ubicación que figura?					
	3. expedición de mercadería	¿considera usted que en homecenters peruanos s.a se tiene una eficiente distribución de mercadería?					
		¿cree usted que las entregas de pedido se realizan en el tiempo establecido					
		¿afirma usted que se realiza un absoluto cumplimiento de entrega de mercadería?					



Cuestionario sobre satisfacción del cliente

Estimado cliente La presente encuesta es parte de una investigación. Por favor sea honesto al responder, no es necesario proporcionar su nombre. La información que brinde será confidencial y de carácter académico. Gracias.

Recuerde que para estas afirmaciones "no hay respuestas correctas o incorrectas responda sinceramente cada afirmación, y no olvide marcar solo una opción.

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

VARIABLE	DIMENSION	ITEMS	VALORACION				
			1	2	3	4	5
SATISFACCION DEL CLIENTE	1. expectativas	¿el trato del personal de la empresa homecenters peruanos s.a es de su agrado?					
		¿percibe usted en la empresa homecenters peruanos s.a un orden en los productos que desea adquirir?					
		¿considera usted que la empresa homecenters peruanos s.a cumple lo que le prometen al momento de vender un producto?					
	2. percepción	¿considera que la empresa homecenters peruanos s.a le ofrecen servicio adaptados a su necesidad?					
		¿cree usted que en la empresa homecenters peruanos s.a cuentan con personal suficiente para poder brindarle el mejor servicio?					
		¿afirma usted que en la empresa homecenters peruanos s.a le dan una atención en tiempo prudencial?					



Anexo 4
Validez del instrumento

ANEXO 3
VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING
TÍTULO DE TESIS:
Creación de Almacén y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Home Center Perú S.A. Sociedad Anónima en la ciudad de Moquegua año 2022

- I. REFERENCIAS
- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: Dr. Sr. Santo Tomas Luciano Aguirre Pardo
 - PROFESIÓN:
 - CARGO ACTUAL: Director unidad de investigación
 - GRADO ACADÉMICO: Doctor

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	4	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	4	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4	5
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	4	5


Fuente:

III. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

IV. RESOLUCIÓN

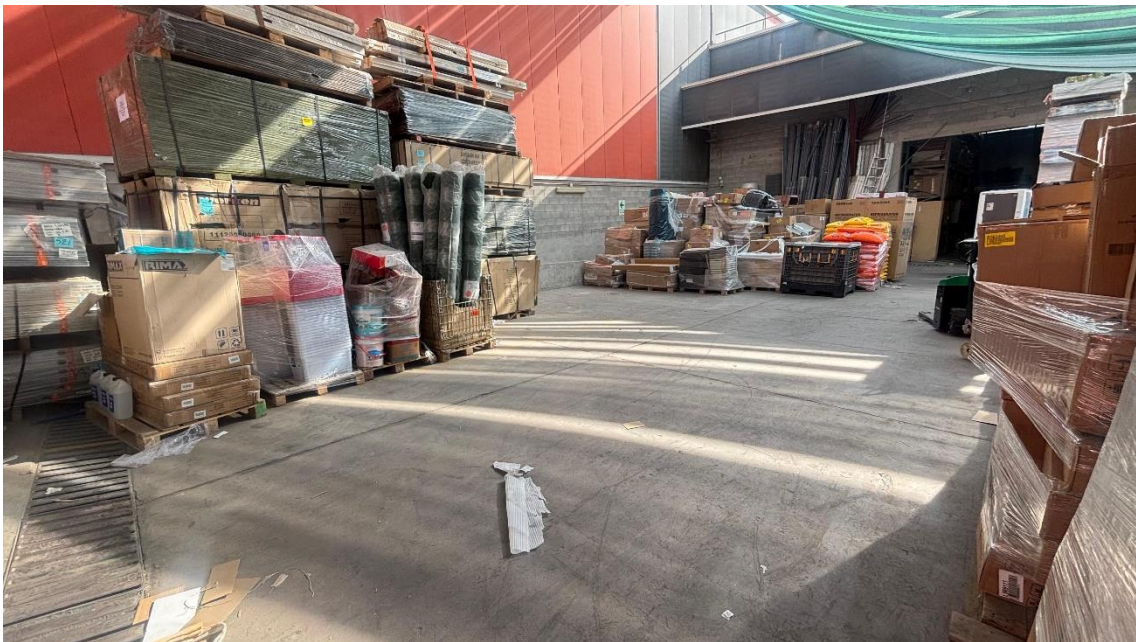
- a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75)
- b. Desaprobado (C < 75% = 0.75)

Lugar y fecha:


Firma del experto
DNI N° 82294871
N° celular: 99553033

Anexo 5 Evidencias







ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 31/12/2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Jose Alfredo Dueñas Chique

Dirección: ASC. vicente zuevlos ruíz M2 "1" / T "9" chen chen - moquegua

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 70130242

Teléfono: 940 - 655 - 558 email: Josealfredoduenaschique013@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Ciencias Administrativas

Escuela Profesional o Mención: Administración y Marketing

Título o Grado Académico a optar: Licenciado en Administración y Marketing

Asesor: Dr. Leopoldo Wenceslao Condori Curi

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: Gestión de Almacén y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Homecenter Peruanos Sociedad Anónima en la ciudad de moquegua año 2022

Palabras claves, (3 a 5 términos): influencia, Almacén, gestión, satisfacción, cliente

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: Organización y Dirección de empresas 5311- UNESCO

Firma de Autor



huella digital

31 diciembre 2024

Fecha