

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS
ECONÓMICAS



TESIS

INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO EN LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL LABORATORIOS BAGÓ
DEL PERÚ S.A., LIMA, 2018

Presentado por:

Bach. Adm. Avelino Atachagua, Edith Silvia

Bach. Adm .Méndez Delgado, Alessandra Fiorella

Para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Asesor:

Edinson Fernández Vega

LIMA – PERÚ

2018

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 13-oct-2023 3:17 p. m. -05
 Identificador: 2194939486
 Número de palabras: 20693
 Entregado: 1

Índice de similitud	Similitud según fuente
25%	Internet Sources: 24% Publicaciones: N/A Trabajos del estudiante: 16%

INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL LABORATORIOS BAGÓ DEL PERÚ S.A., LIMA, 2018 Por Avelino Atachagua Edith Y Mendez Delgado Alessandra

5% match (Internet desde 25-nov.-2022) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/6765/TESIS%20FINAL_VILCA%20CALLE%20LESLEY.pdf?isAllowed=v&sequence=1
3% match (Internet desde 15-ene.-2023) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3262/TESIS%20CASTILLO%20CALLE%20MARIA%20Y%20CORDOVA%20DE%20PIEROLA%20RUBEN.pdf.txt?sequence=5
2% match (Internet desde 20-may.-2021) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3533/TESIS_%20SAMAME%20LOPEZ%20FRANZ.pdf?isAllowed=v&sequence=2
2% match (Internet desde 25-nov.-2022) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/6742/tesis_TALLEDO%20Y%20SAENZ.pdf?isAllowed=v&sequence=1
2% match (Internet desde 12-nov.-2020) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4077/TESIS%20-%20BELLIDO%20CHIPANA%20SILVIA.pdf?isAllowed=v&sequence=2
2% match (trabajos de los estudiantes desde 03-ene.-2020) Submitted to Universidad Católica Los Angeles de Chimbote on 2020-01-03
1% match (Internet desde 19-nov.-2022) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/5918/TESIS_GUTIERREZ%20ARAMBURU.pdf?isAllowed=v&sequence=1
1% match () Chavez Reyna ,Jhon Marlon, "Influencia de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores del banco de crédito del Perú, oficina principal, Lima, 2018", Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2018
1% match (Internet desde 19-nov.-2022) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/6116/TRTESIS_FAJARDO_GALLARDO_VERGARA.pdf?isAllowed=v&sequence=1
1% match (Internet desde 24-may.-2019) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2430/MOTIVACION%20Y%20DESEMPEÑO%20EN%20EL%20DESEMPEÑO%20LABORAL%20DE%20LOS%20TRABAJADORES%20DE%20MIS%20BANCOS%20Y%20DE%20SERVICIOS%20FINANCIEROS.pdf?isAllowed=v&sequence=1
1% match () Arias Gonzales, Gianpierre, "La motivación laboral y el desempeño laboral de los trabajadores del centro de salud san atancio de pedregal, Lima, 2018", Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2019
1% match (Internet desde 09-abr.-2021) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3172/TESIS_%20CHAVEZ%20REYNA%20JHON%20MARLON.pdf?isAllowed=v&sequence=2
1% match (Internet desde 03-oct.-2022) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/6530/TESIS%20FINAL%20SANCHEZ%20ABURTO%20TEODORO%20FESTALINO.pdf?isAllowed=v&sequence=1
1% match () Sandoval Anaza, Grevelino Michelle, "La gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la agencia agraria Islay del gobierno regional de Arequipa, Arequipa 2018.", Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2018
1% match (Internet desde 20-may.-2021) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4633/TESIS_CONTRERAS_BRYAN.pdf?isAllowed=v&sequence=1
1% match (trabajos de los estudiantes desde 18-dic.-2019) Submitted to Universidad Católica Los Angeles de Chimbote on 2019-12-18
< 1% match () Aguije Calderón, Angela Sofia, Rojas Barrientos, Rosalía, "Influencia del marketing digital en el nivel de ventas en las micro y pequeñas empresas del rubro de muebles del parque industrial de Villa el Salvador, Lima 2018", "Universidad Inca Garcilaso de la Vega", 2018
< 1% match (Internet desde 31-may.-2023) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/6215/TRTESIS_MENDEZ%20CARHUAS%20SANDRA.pdf?isAllowed=v&sequence=2
< 1% match (Internet desde 06-dic.-2020) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3591/TESIS_DE%20LA%20CRUZ%20VIGLIANZONI%20ALMA%20KATERINE.pdf?isAllowed=v&sequence=2
< 1% match () Samamé López, Franz Fritz, "La seguridad en el almacén y su influencia en la prevención de accidentes en los trabajadores de la empresa lubcom SA", Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2018
< 1% match (Internet desde 15-ene.-2023) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3590/TESIS_%20SANCHEZ%20ESPINOZA%20YANETH.pdf.txt?sequence=7
< 1% match (Internet desde 17-jul.-2021) http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3668/TESIS_%20SANDEVAL%20PAZ%20GREYLING%20M.pdf
< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 10-ene.-2020) Submitted to Universidad Católica Los Angeles de Chimbote on 2020-01-10
< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 17-sept.-2019) Submitted to Universidad Ricardo Palma on 2019-09-17
< 1% match () Herrera Vásquez, Martín Florentino, "Propuesta de un plan de mantenimiento preventivo en la flota de transportes de constructora ferretera San Antonio S.R.L.", Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, 2020
< 1% match (Internet desde 24-sept.-2021) https://core.ac.uk/download/pdf/230584953.pdf

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS TESIS INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL LABORATORIOS BAGÓ DEL PERÚ S.A., LIMA, 2018 Presentado por: Bach. Adm. Avelino Atachagua, Edith Silvia Bach, Adm. Mendez Delgado, Alessandra Fiorella Para optar el título profesional de Licenciada en Administración LIMA – PERÚ 2018. II DEDICATORIA. Con todo el cariño y amor para nuestros padres, porque han hecho todo en la vida para que logremos nuestros sueños, por motivarnos y estar ahí siempre que los necesitáramos siendo nuestra fortaleza. III AGRADECIMIENTO A Dios, por habernos brindado la fuerza de culminar de manera exitosa esta etapa de la vida, porque él representa la más grande fuente de inspiración para seguir adelante. A nuestros padres, a quienes a lo largo de toda la vida han apoyado motivando nuestra formación académica. iv PRESENTACIÓN Señores miembros del Jurado Dictaminador: En cumplimiento a las disposiciones incluidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, presento a vuestra consideración la tesis titulada: "INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL LABORATORIOS BAGÓ DEL PERÚ S.A., LIMA, 2018" con el propósito de obtener el título profesional de Licenciada en Administración. Esperamos que la presente tesis sea de su satisfacción y sea fuente de conocimiento para los estudiantes y futuros profesionales de la Carrera de Administración, Lima, septiembre del 2018 v ÍNDICE DEDICATORIA II AGRADECIMIENTO iv ÍNDICE DE FIGURAS x RESUMEN xi INTRODUCCIÓN xiv CAPÍTULO I ABSTRACT 1 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 1 1.1. Situación Problemática 1 1.2. Problema de Investigación 3 1.2.1. Problema General 4 1.2.2. Problemas Específicos 4 1.3. Justificación 4 1.3.1. Justificación teórica 4 1.3.2. Justificación práctica 4 1.4. Objetivos de la Investigación 5 1.4.1. Objetivo General 5 1.4.2. Objetivos específicos 5 1.4.3. Hipótesis 6 1.4.4. Hipótesis 6 2. MARCO TEÓRICO 6 2.1. Antecedentes de la Investigación 6 2.2. Bases Teóricas 13 2.3. Glosario de Términos 13 2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES 36 3.1. Hipótesis General 36 3.2. Hipótesis Específicas 36 3.3. Identificación de Variables 36 3.3.1. Variable independiente 36 3.3.2. Variable dependiente 36 3.4. Operacionalización de variables 38 3.5. Matriz de consistencia 38 4. METODOLOGÍA 39 4.1. Tipo de la Investigación 39 4.2. Diseño de la investigación 39 4.3. Unidad de análisis 40 4.4. Población de estudio 41 4.5. Tamaño de muestra 41 4.6. Selección de muestra 41 4.7. Técnicas de recolección de datos 42 4.8. Análisis e interpretación de la información 43 5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS 44 5.1. Análisis e Interpretación de Resultados 44 5.2. Prueba de hipótesis 66 6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS 83 7. CONCLUSIONES 87 8. BIBLIOGRAFÍA 89 ANEXOS 44 Tabla No 2 45 Tabla No 3 46 Tabla No 4 48 Tabla No 5 50 Tabla No 6 51 Tabla No 7 52 Tabla No 8 53 Tabla No 9 54 Tabla No 10 55 Tabla No 11 56 Tabla No 12 57 Tabla No 13 58 Tabla No 14 59 Tabla No 15 60 Tabla No 16 61 Tabla No 17 62 Tabla No 18 63 Tabla No 19 64 Tabla No 20 65 Tabla No 21 66 Tabla No 22 67 Tabla No 23 68 Tabla No 24 69 Tabla No 25 69 Tabla No 26 70 Tabla No 27 71 Tabla No 28 72 Tabla No 29 73 Tabla No 30 74 Tabla No 31 75 Tabla No 32 76 Tabla No 33 77 Tabla No 34 78 Tabla No 35 79 Tabla No 36 80 Tabla No 37 81 Tabla No 38 82 Tabla No 39 83 Tabla No 40 84 Tabla No 41 85 Tabla No 42 86 Tabla No 43 87 Tabla No 44 88 Tabla No 45 89 Tabla No 46 90 Tabla No 47 91 Tabla No 48 92 Tabla No 49 93 Tabla No 50 94 Tabla No 51 95 Tabla No 52 96 Tabla No 53 97 Tabla No 54 98 Tabla No 55 99 Tabla No 56 100 Tabla No 57 101 Tabla No 58 102 Tabla No 59 103 Tabla No 60 104 Tabla No 61 105 Tabla No 62 106 Tabla No 63 107 Tabla No 64 108 Tabla No 65 109 Tabla No 66 110 Tabla No 67 111 Tabla No 68 112 Tabla No 69 113 Tabla No 70 114 Tabla No 71 115 Tabla No 72 116 Tabla No 73 117 Tabla No 74 118 Tabla No 75 119 Tabla No 76 120 Tabla No 77 121 Tabla No 78 122 Tabla No 79 123 Tabla No 80 124 Tabla No 81 125 Tabla No 82 126 Tabla No 83 127 Tabla No 84 128 Tabla No 85 129 Tabla No 86 130 Tabla No 87 131 Tabla No 88 132 Tabla No 89 133 Tabla No 90 134 Tabla No 91 135 Tabla No 92 136 Tabla No 93 137 Tabla No 94 138 Tabla No 95 139 Tabla No 96 140 Tabla No 97 141 Tabla No 98 142 Tabla No 99 143 Tabla No 100 144 Tabla No 2 44 Tabla No 3 45 Tabla No 4 46 Tabla No 5 48 Tabla No 6 50 Tabla No 7 51 Tabla No 8 52 Tabla No 9 53 Tabla No 10 54 Tabla No 11 55 Tabla No 12 56 Tabla No 13 57 Tabla No 14 58 Tabla No 15 59 Tabla No 16 60 Tabla No 17 61 Tabla No 18 62 Tabla No 19 63 Tabla No 20 64 Tabla No 21 65 Tabla No 22 66 Tabla No 23 67 Tabla No 24 68 Tabla No 25 69 Tabla No 26 70 Tabla No 27 71 Tabla No 28 72 Tabla No 29 73 Tabla No 30 74 Tabla No 31 75 Tabla No 32 76 Tabla No 33 77 Tabla No 34 78 Tabla No 35 79 Tabla No 36 80 Tabla No 37 81 Tabla No 38 82 Tabla No 39 83 Tabla No 40 84 Tabla No 41 85 Tabla No 42 86 Tabla No 43 87 Tabla No 44 88 Tabla No 45 89 Tabla No 46 90 Tabla No 47 91 Tabla No 48 92 Tabla No 49 93 Tabla No 50 94 Tabla No 51 95 Tabla No 52 96 Tabla No 53 97 Tabla No 54 98 Tabla No 55 99 Tabla No 56 100 Tabla No 57 101 Tabla No 58 102 Tabla No 59 103 Tabla No 60 104 Tabla No 61 105 Tabla No 62 106 Tabla No 63 107 Tabla No 64 108 Tabla No 65 109 Tabla No 66 110 Tabla No 67 111 Tabla No 68 112 Tabla No 69 113 Tabla No 70 114 Tabla No 71 115 Tabla No 72 116 Tabla No 73 117 Tabla No 74 118 Tabla No 75 119 Tabla No 76 120 Tabla No 77 121 Tabla No 78 122 Tabla No 79 123 Tabla No 80 124 Tabla No 81 125 Tabla No 82 126 Tabla No 83 127 Tabla No 84 128 Tabla No 85 129 Tabla No 86 130 Tabla No 87 131 Tabla No 88 132 Tabla No 89 133 Tabla No 90 134 Tabla No 91 135 Tabla No 92 136 Tabla No 93 137 Tabla No 94 138 Tabla No 95 139 Tabla No 96 140 Tabla No 97 141 Tabla No 98 142 Tabla No 99 143 Tabla No 100 144

DEDICATORIA

Con todo el cariño y amor para nuestros padres, porque han hecho todo en la vida para que logremos nuestros sueños, por motivarnos y estar ahí siempre que los necesitábamos siendo nuestra fortaleza.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por habernos brindado la fuerza de culminar de manera exitosa esta etapa de la vida, porque él representa la más grande fuente de inspiración para seguir adelante.

A nuestros padres, a quienes a lo largo de toda la vida han apoyado motivando nuestra formación académica.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado Dictaminador:

En cumplimiento a las disposiciones incluidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la **Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega**, presento a vuestra consideración la tesis titulada: “INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL LABORATORIOS BAGÓ DEL PERÚ S.A., LIMA, 2018” con el propósito de obtener el **título profesional de Licenciada en Administración**.

Esperamos que la presente tesis sea de su satisfacción y sea fuente de conocimiento para los estudiantes y futuros profesionales de la Carrera de Administración.

Lima, septiembre del 2018

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PRESENTACIÓN.....	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPÍTULO I.....	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Situación Problemática.....	1
1.2. Problema de Investigación	3
1.2.1. Problema General	3
1.2.2. Problemas Específicos	4
1.3. Justificación.....	4
1.3.1. Justificación teórica	4
1.3.2. Justificación práctica.....	4
1.4. Objetivos de la Investigación	5
1.4.1. Objetivo General.....	5
1.4.2. Objetivos específicos	5
CAPÍTULO II	6
2. MARCO TEÓRICO.....	6

2.1. Antecedentes de la Investigación	6
2.2. Bases Teóricas	13
2.3. Glosario de Términos	32
CAPÍTULO III	36
3. HIPÓTESIS Y VARIABLES	36
3.1. Hipótesis General	36
3.2. Hipótesis Específicas.....	36
3.3. Identificación de Variables.....	36
3.3.1. Variable independiente	36
3.3.2. Variable dependiente	36
3.4. Operacionalización de variables.....	37
3.5. Matriz de consistencia	38
CAPÍTULO IV.....	39
4. METODOLOGÍA	39
4.1. Tipo de la Investigación	39
4.2. Diseño de la investigación.....	39
4.3. Unidad de análisis	40
4.4. Población de estudio	41
4.5. Tamaño de muestra	41
4.6. Selección de muestra	41
4.7. Técnicas de recolección de datos.	42
4.8. Análisis e interpretación de la información.....	43
CAPÍTULO V	44
5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	44
5.1. Análisis e Interpretación de Resultados	44

5.2. Prueba de Hipótesis	66
DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	83
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	87
BIBLIOGRAFÍA	89
ANEXOS	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No 1.....	44
Tabla No 2.....	45
Tabla No 3.....	46
Tabla No 4.....	47
Tabla No 5.....	48
Tabla No 6.....	50
Tabla No 7.....	51
Tabla No 8.....	52
Tabla No 9.....	54
Tabla No 10.....	55
Tabla No 11.....	56
Tabla No 12.....	57
Tabla No 13.....	58
Tabla No 14.....	59
Tabla No 15.....	61
Tabla No 16.....	62
Tabla No 17.....	63
Tabla No 18.....	64
Tabla No 19.....	68
Tabla No 20.....	69
Tabla No 21.....	69
Tabla No 22.....	72
Tabla No 23.....	72
Tabla No 24.....	73
Tabla No 25.....	75
Tabla No 26.....	76
Tabla No 27.....	76
Tabla No 28.....	79
Tabla No 29.....	79
Tabla No 30.....	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1.....	44
Gráfico No 2.....	45
Gráfico No 3.....	47
Gráfico No 4.....	48
Gráfico No 5.....	49
Gráfico No 6.....	50
Gráfico No 7.....	51
Gráfico No 8.....	53
Gráfico No 9.....	54
Gráfico No 10.....	55
Gráfico No 11.....	56
Gráfico No 12.....	57
Gráfico No 13.....	58
Gráfico No 14.....	60
Gráfico No 15.....	61
Gráfico No 16.....	62
Gráfico No 17.....	63
Gráfico No 18.....	65
Gráfico No 19.....	67
Gráfico No 20.....	70
Gráfico No 21.....	74
Gráfico No 22.....	78
Gráfico No 23.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No 2	25
Figura No 3	29
Figura No 4	40

RESUMEN

La presente tesis titulada: “Influencia de la gestión de abastecimiento en la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó del Perú S.A., Lima, 2018” es de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, de nivel correlacional y diseño no experimental.

La población de la investigación estuvo constituida por 136 visitantes médicos de la empresa, la muestra fue obtenida de manera probabilística logrando un resultado de 100 personas.

Para recolectar los datos respecto al comportamiento de las variables, gestión de abastecimiento y satisfacción del cliente interno, se eligió como técnica de recolección de datos la encuesta y se empleó como instrumento de recolección de datos un cuestionario el cual estuvo constituido por 18 ítems con escala de valoración de Likert.

El análisis de resultados se efectuó mediante el uso de codificación y tabulación de la información, después de que la información fue tabulada y ordenada se continuó con un proceso de análisis y/o tratamiento por medio de técnicas de carácter estadístico.

La presentación de los resultados fue por medio de tablas y gráficos, posterior a ello para contrastar la hipótesis se utilizó la técnica estadística Chi cuadrado, exponiendo la hipótesis general por cual la gestión de abastecimiento se relaciona directa y positivamente con la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó del Perú

Finalmente se muestra conclusiones y recomendaciones como propuestas de la investigación.

Palabras claves: Gestión, abastecimiento, cliente interno, satisfacción, cuantitativo, correlacional, análisis, hipótesis.

ABSTRACT

The present thesis entitled: "Influence of supply management on internal customer satisfaction in Laboratorios Bagó del Perú S.A., Lima, 2018" is a quantitative approach, applied type, correlational level and non-experimental design.

The population of the research consisted of 136 medical visitors of the company, the sample was obtained probabilistically achieving a result of 100 people.

To collect the data regarding the behavior of the variables, supply management and internal customer satisfaction, the survey was chosen as a data collection technique and a questionnaire was used as a data collection instrument, which consisted of 18 items with a scale of Likert assessment.

The analysis of results was carried out through the use of coding and tabulation of the information, after which the information was tabulated and ordered, a process of analysis and / or treatment was continued by means of statistical techniques.

The presentation of the results was by means of tables and graphs, after which, to test the hypothesis, the Chi square statistical technique was used, explaining the general hypothesis by which supply management is directly and positively related to the satisfaction of the internal client in the Bagó Laboratories of Peru

Finally, conclusions and recommendations are presented as research proposals.

Keywords: Management, supply, internal customer, satisfaction, quantitative, correlational, analysis, hypothesis,

INTRODUCCIÓN

El Laboratorio Bagó del Perú es una organización empresarial privada de procedencia Argentina, se encuentra ubicado entre de las principales empresas farmacéuticas dentro del mercado peruano, comercializando productos de primera elección que cubren diversas especialidades médicas. Para un mayor crecimiento y lealtad hacia la empresa, el laboratorio tiene a los visitantes médicos cuyas funciones incluyen el ser impulsores de los medicamentos obteniendo una mayor posesión del mercado.

La presente investigación tiene como objetivo determinar la influencia de la gestión de abastecimiento en la satisfacción del cliente interno, considerando los siguientes capítulos:

En el **capítulo I**, se identificó el planteamiento del problema, la importancia de aplicar de manera correcta gestión de abastecimiento, el poseer la cantidad correcta de productos en el tiempo que se requiere, cuya influencia que se ejerce sobre la satisfacción del cliente interno (visitador médico), siendo fundamental su diagnóstico para la gestión empresarial del laboratorio. Es de suma importancia al mantener satisfechos a los trabajadores, ya que ello determina su desempeño laboral; caso contrario, si mantenernos a los visitantes bajo el estrés de no poseer suficientes medicamentos para abastecerse, por ende, laboraran de manera limitada e insatisfechos. Es por ello el motivo que consideramos que el poseer una correcta gestión de abastecimiento influirá directamente en su satisfacción de los visitantes médicos.

En el **capítulo II**, encontramos el marco teórico de la investigación; se incluye los antecedentes relacionados con el problema de investigación; estudios realizados dentro del Perú como también del extranjero, de igual forma se incluye la información teórica de las variables a investigar y sus dimensiones con el fin de enriquecer nuestra investigación.

En el **capítulo III**, presentamos las hipótesis y variable; este capítulo muestra los supuestos que facilitarán en dar solución al problema del presente trabajo de investigación, de igual manera se establecerán indicadores que ayudarán en la medición de las dimensiones de cada variable mostrada.

En el **capítulo IV**, encontramos la metodología aplicada en la investigación, por la cual nos presenta el método que utilizaremos, siendo en este caso el descriptivo correlacional, que consiste en describir y analizar datos con el fin de buscar relación alguna entre las variables de investigación presentada; incluyendo a ello la investigación presente muestra a un diseño no experimental de corte transversal, puesto que los estudios muestran los datos recopilados en una determinada situación en un determinado periodo y contexto real, para su posterior estudio, sin realizar alguna adulteración de las variables.

En el **Capítulo V**: se encontrará la presentación de resultados, desarrollaremos el análisis e interpretación de los resultados adquiridos por medio de las encuestas realizadas, las cuales fueron demostrados estadísticamente confiables para determinar la influencia entre nuestras variables, al mismo tiempo nos permitirá demostrar las hipótesis planteadas.

Las conclusiones y recomendaciones se elaboran con el propósito de fortificar las actividades de la gestión de abastecimiento, con la finalidad de permitir al personal su buen desarrollo en sus actividades diarias.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

La satisfacción del cliente interno (visitador médico) está influenciado por una serie de factores que determinan su buen desempeño laboral, cuyo nivel afecta de modo directo a la satisfacción del cliente externo, con ello al aumento de las ventas, y a un mayor rendimiento de la empresa.

Laboratorios Bagó del Perú S.A., posee un área de Servicios Corporativos el cual cuenta con un programa de distribución de muestras dirigidas para los médicos, los requerimientos de los productos que desean los médicos, son transmitidos a través de los visitadores médicos, quienes gestionan estas solicitudes y coordinan su posterior entrega. Sin embargo, este servicio se ve dificultado al presentarse ineficiencias en el abastecimiento, causando insatisfacción de parte de los visitadores médicos quienes deben de entregar parte o, en algunos casos, nada de lo requerido por el médico.

La gestión de abastecimiento en el área de Servicios Corporativos en Laboratorios Bagó del Perú S.A. presenta diversos problemas tales, como: Dificultades en el período de distribución la cual perjudica el tiempo de entrega de la muestra, con ello, tener que reprogramar la fecha del envío a través de los visitadores médicos.

Ineficiente gestión de pedidos, teniendo por ello una demora de la llegada de los medicamentos en muestra, el sistema que posee no permite la rapidez para abastecer al área.

Presentar un bajo nivel stock de diversos medicamentos de la marca, el cual no permite que el área de servicios corporativos pueda atender las solicitudes de los visitantes médicos con normalidad, estando constantemente restringidos por dichos problemas.

La gestión de pedidos se efectúa sin tener en consideración el aumento de la demanda de los medicamentos o por un incorrecto cálculo de proyecciones de demanda, no permitiendo el poder cubrir los requerimientos de los visitantes médicos y dañando la imagen de la empresa.

Este panorama podría ser causado por un personal poco capacitado e inexperto que se encuentra realizando las labores del área de logística, el cual no logra estimar un nivel de stock para abastecer las demandas de los medicamentos.

La falta de agilización en la distribución del producto en los cuales se estima un tiempo de importación de uno o dos meses aproximados, desde su elaboración en países extranjeros, para dirigirse al almacén del laboratorio y finalmente, para su distribución al área correspondiente.

No formulan estrategias ante los casos de rotura de stock del área de logística y no se propone poseer un stock de seguridad que pueda abastecer al área de servicios de los medicamentos en casos de urgencia.

Todos estos aspectos derivan en un índice de retraso en el tiempo del servicio, por no poder atender de inmediato todos los requerimientos por falta del medicamento, obteniendo como consecuencia, un deficiente servicio y una insatisfacción de los visitantes médicos, disminuyendo la calidad del servicio hacia los médicos.

No abordar el problema podría profundizar mucho más, cuyas consecuencias más notorias se visualizarían en:

Aumento del número de reclamaciones de los visitantes médicos o directamente de los médicos, mediante constantes llamadas telefónicas a la empresa; al no poder cumplir con toda su solicitud.

Personal del área de servicios corporativos descontento, en estado de tensión y estrés, por el aumento de las reclamaciones; agregando, el no poder retribuir las muestras médicas por falta de stock. Asimismo de generar un conflicto entre el personal del área de logística y de servicios.

Pérdida continúa de la imagen institucional y de la fidelización de los médicos; el médico al no ser atendida su solicitud de medicamentos, comenzará a sentir desconfianza sobre los visitantes o desconfianza del mismo laboratorio; por el cual no recetará los medicamentos.

Todo lo indicado, tendría como consecuencia general, la disminución de medicamentos recetados del laboratorio, con ello un menor consumo, y finalmente, la reducción de la rentabilidad de la empresa.

Estos hechos podrían evitarse desarrollando estrategias integrales para lograr una mayor eficiencia de la gestión de abastecimiento y sobre todo para generar un servicio de calidad que redunde en la satisfacción del cliente interno.

1.2. Problema de Investigación

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la gestión de abastecimiento influye en la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó Perú S.A.?

1.2.2. Problemas Específicos

Para sistematizar el problema arriba descrito, nos planteamos las siguientes sub preguntas:

- a) ¿De qué manera el período de distribución influye en la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó Perú S.A.?
- b) ¿En qué medida la gestión de pedidos influye en la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó Perú S.A.?
- c) ¿De qué manera el nivel de stock influye en la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó Perú S.A.?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

La investigación nos servirá para contrastar y reafirmar la necesidad e importancia de una adecuada cadena de abastecimiento para mejorar en nivel de stock de productos solicitados por los visitadores médicos, mejorando la calidad de la atención, y sustentándose en las teorías que al respecto existen.

1.3.2. Justificación práctica

Las propuestas desarrolladas servirán para lograr la satisfacción de los visitadores médicos en el Laboratorios Bagó del Perú S.A.

Los beneficiarios directos, con los resultados de la investigación serán los médicos que recetan los medicamentos del laboratorio; por tanto, el Laboratorios Bagó del Perú S.A. así como los trabajadores y proveedores a la que sirven, pues habría una

mejora sustancial en la atención como consecuencia del cambio de la gestión de abastecimiento.

Así mismo, las propuestas ayudarán a la empresa Laboratorios Bagó Perú a mejorar y mantener un adecuado nivel de stock y gestión de pedidos, orientado a mejorar la calidad de servicio y satisfacción del cliente interno.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Conocer si la gestión de abastecimiento influye en la influyen en la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó Perú S.A.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Conocer si el período de distribución influye en la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó Perú S.A.
- b) Conocer si la gestión de pedidos influye en la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó Perú S.A.
- c) Conocer si el nivel de stock influye en la satisfacción del cliente interno en el Laboratorios Bagó Perú S.A.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Un primer trabajo corresponde a Tamez, I. (2009), quien investigo la: “Influencia de la logística de distribución dentro de la cadena de suministro en la calidad del servicio en la industria farmacéutica” en la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT), de México, en su trabajo Tamez nos habla de las empresas y su odisea en la actualidad enfrentándose a las nuevas herramientas de gestión con la revolución de la globalización y la tecnología de la información en un entorno cambiante. Se presenta como un reto obligando a las organizaciones a mejorar su nivel competitivo y volverse más eficientes para lograr más con el mínimo de recursos además de satisfacer a los clientes tanto internos como externos. El objetivo del presente estudio es establecer la influencia de la logística de distribución en la calidad del servicio en la Industria Farmacéutica. La metodología utilizada para el desarrollo del trabajo se utilizó la encuesta de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) de la Medición de la Calidad del Servicio, se aplicaron estas encuestas a los principales clientes de la empresa; siendo éstos clientes del sector de gobierno y descentralizados, ya que conforman aproximadamente el 70% de sus ventas.

Por todas estas razones es que el trabajo concluye que un manejo eficiente de la cadena de suministro es indispensable para las organizaciones. Y los clientes tienen una buena percepción y experiencia con los servicios de la organización; contando con ciertas ventajas competitivas que los puede hacer más fuertes que el resto de sus competidores. Se recomienda que la empresa tome estas ventajas para mejorar las

deficiencias que tiene y poder cumplir sus metas y propósitos en especial la sucursal analizada, la cual no ha podido alcanzar sus objetivos de ventas y rentabilidad.

Otro trabajo que aporta a nuestra investigación es de Torres Amaya, Edith (2009) con su investigación titulada “Implicaciones de la logística en el comercio electrónico sobre la satisfacción del cliente final interactivo” en la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín en Venezuela. El objetivo de su investigación es poner a la tecnología en una herramienta capaz de agilizar los procesos y transacciones comerciales y no simplemente un mero instrumento de manejo empírico.

Se llegó a la conclusión de que el buen uso de la tecnología y convertirnos en una organización virtual con personal capacitado es posible lograr beneficios como reducción de precios, reducción de compras, facilidad de negociación con los proveedores, optimización en el uso de recursos, e costo de las transacciones y toda la gestión de compras se reduce. Por lo que la aplicación de programas informáticos solo se traduce como la optimización de la gestión logística y de abastecimiento.

Torres recomienda que las organizaciones deben adaptarse y tener la convicción del éxito de las e-commerce o comercio electrónico, no tenerle miedo al cambio porque básicamente tiene la misma naturaleza. Se puede concluir que gracias al internet, se ha logrado el just in time virtual, lo que significa la optimización del área logística de una empresa.

Bohórquez (2015) en su investigación sobre “La cadena de suministro y su impacto en la experiencia del cliente” en la Universidad Militar Nueva Granada Especialización Mercadeo de Servicios. El objetivo de su investigación estaba

enfocado a identificar los puntos críticos que influyen en la cadena de suministro que impacta en la experiencia del cliente.

Ya que actualmente las empresas buscan la satisfacción del cliente y su experiencia con la organización desde el antes, durante y después de recibido el servicio. La buena experiencia que percibe el cliente impulsa a que este recomiende a su entorno lo que hacen que se impulse la venta de un bien o servicio. O de lo contrario si percibe una mala atención logre hacer mala publicidad y la empresa pierda posicionamiento en el mercado. Las teorías de Darwin sobre la evolución aplican claramente las tendencias del mercado actual, en el que la empresa que no se adapte a los cambios tecnológicos, a los cambios de mentalidad de compra del mercado quedará por fuera de la competencia. Las conclusiones nos dice que hoy en día la fuerza del servicio del cliente no solo se enfoca en atender al cliente en el momento sino en hacer que en cada punto de contacto de los clientes con cada parte del proceso garantice una experiencia satisfactoria.

Tibán, P. (2014), hizo una investigación en la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Contabilidad y Auditoría Carrera de Contabilidad y Auditoría que llevo por título “Control de stock de mercaderías y la rentabilidad del área de comercialización en la cooperativa de ahorro y crédito educadores de Tungurahua”. La presente investigación se orientó en analizar la importancia de mantener un adecuado control de stock de frente a la rentabilidad, estableciendo los errores para así proponer la estructuración de un sistema de gestión de stock, basado en el abastecimiento de los productos, saber cuánto y cuándo comprar, mantener un correcto almacenaje y así minimizar pérdidas de mercaderías. Finalmente se llega a la conclusión de que el

problema existente ayudara en el manejo de stock para mejorar la rentabilidad de Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Montes, F.(2017), presento un trabajo que tiene como título: “Análisis de la Satisfacción del Cliente y las Buenas Prácticas de Gestión Logística de Almacén en Transporte Logístico MARY S.C.R.L., que tiene como objetivo es analizar el nivel de Satisfacción del Cliente y las Buenas Prácticas de Gestión Logística de Almacén en la empresa de Transporte Logístico. La metodología de investigación aplicada fue el cuantitativo, como tipo de investigación se utilizó el descriptivo, con un diseño no experimental, la población del estudio estuvo constituida por una muestra de 33 clientes. Se obtuvo el resultado de que el cumplimiento de una buena Gestión de Almacén resultó en un 47.01% de cumplimiento y un incumplimiento de 52.99.

Vargas, M. (2011) en su investigación Asistencia al Cliente: Nueva Creación en Logística de Valores- PROSEGUR, afirma:

La empresa Prosegur ha estado encaminada al crecimiento de los niveles de seguridad en sus procedimientos y servicios, lo cual fue este el objetivo al iniciar sus operaciones en el país. A pesar de haber conseguido ciertos niveles de conocimientos y cumplido con los estándares de seguridad avanzada, el problema actual que posee Prosegur, es el constante aumento de los competidores y la mayor exigencia del Estado.

La empresa está orientada en formar un valor diferencial a través de la calidad de servicio, identificando las necesidades y exigencias de los clientes, logrando superar con sus expectativas. A partir de ello, Prosegur tiene como objetivo el implantar un área de Asistencia al Cliente, con el fin de abarcar las funciones y responsabilidades

en el logro de la satisfacción al cliente, como también el enlace de las áreas a través del mismo.

El trabajo de investigación describe las operaciones realizadas desde la organización y dirección del área de Asistencia al Cliente, alcanzando un mayor nivel y ampliando las propuestas, dirigidas a conseguir los objetivos planteados.

Paredes, L (2015) su trabajo de tesis tiene como objetivo comprobar si la cadena de suministro influye positivamente en la calidad de los servicios que ofrece Cementos Pacasmayo S.A.A. Teniendo un entorno tan competitivo, las empresas consideran de suma importancia la implementación de una eficiente cadena de suministros la cual facilite el brindar un servicio de calidad a los clientes.

La metodología utilizada para la investigación es de tipo descriptiva transversal, además con la aplicación de métodos inductivo, analítico, estadístico y mediante la técnica de recopilación de datos. Se realizaron encuestas a los propios empleados y de la empresa.

Por medio de los resultados de la investigación se determinó que el 55 % de los trabajadores se sienten muy insatisfechos e insatisfechos, con la gestión de la cadenas de suministro de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A., lo cual puede causar un servicio de baja calidad por ende no lograr la satisfacción las necesidades de los consumidores.

Montoya, R., Olivares, M. y Musalem, A. (2014), en su trabajo de investigación titulado: “Estudio del comportamiento de los clientes frente a un quiebre de stock y su impacto económico en un supermercado”. Su objetivo principal es medir el impacto económico de la conducta de los clientes, en corto plazo, ante la falta de stock.

El establecer niveles apropiados de servicio solicita nivelar los costos de inventario y abastecimiento con el beneficio de conseguir una cantidad mayor del producto para los consumidores. Generalmente, los costos de inventario son cuantitativos, caso contrario, los concernientes a los quiebres de stock tienen menor visibilidad y presentan mayor dificultad en su cálculo.

Para la investigación se tiene una base de datos de 2637 clientes en un mes aproximado, poseen cámaras encargadas de capturar la información cada 30 minutos sobre la disponibilidad de distintos productos. Con dicha información, se elaboran el modelo mixed logit, que unen las diversas preferencias de los clientes, de tal manera que se estima los efectos ocasionados por el quiebre de stock.

Como resultado se obtuvo que el quiebre de stock de un producto no solo reducen las ventas de ésta, si no que a su vez, de los productos complementarios; produciendo ello una mayor perjuicio para el local, calculándose más de US\$ 313.480 de pérdida. Una gran parte de los clientes van perdiendo la lealtad a la empresa ante la falta de stock de los productos.

Mejía, L. y Ugaz, C. (2016), en su tesis titulada: “La gestión de procesos de pedidos en el sistema SAP y su influencia en la atención al cliente de la empresa LA VIGA S.A. en el último trimestre del año 2016 en lima”, menciona que la mayoría de empresas tienen como objetivo principal la satisfacción del cliente, siendo uno de los factores principales la rápida atención de ellos, para ello lograr la eficiencia en los procesos de atención, ingresando los pedidos de cada uno al sistema SAP en el tiempo correcto. Ello consiste en el análisis del flujo de proceso de elaboración de pedidos del sistema SAP y su programación, para comprobar la agilidad de la atención. El trabajo

de investigación presenta como objetivo la búsqueda de los problemas principales en la gestión de los procesos de pedidos para brindar una solución.

El principal problema de la empresa La Viga SA es la deficiencia en el manejo de los procesos de los pedidos que son ingresados al sistema SAP, lo cual causa un retraso en la atención al cliente, por ende, una insatisfacción de ellos. El método de investigación aplicado en la tesis fue el método cualitativo, ya que dicho fue seleccionado como el más óptimo en brindar resultados, permitiendo alcanzar la eficiencia de los procesos internos de la empresa La Viga SA. Además, se aplicó la técnica de cuestionarios para la recolección de datos.

Por medio de ello, se logró comprobar la importancia que posee del sistema Black office en el proceso de gestión de pedidos mediante el sistema SAP y su influencia en tiempo de la atención del pedido del cliente. (p. iv)

Alania, E. (2010), en su tesis “Relaciones cliente-proveedor en la gestión de abastecimiento: estudio de caso en la minería peruana”, resalta la importancia de la gestión de abastecimiento en las empresas, teniendo como parte fundamental la relación de “ganar-ganar” que poseen con el proveedor, perteneciendo estos últimos en su grupo de interés. Como objetivo principal de la relación cliente-proveedor es el generar excedentes para dichos ser repartidos creando así una continuidad.

El trabajo de investigación describe la relación cliente-proveedor en el sector de la minería tomando como investigación en general toda América Latina, realizando el estudio a tres empresas del sector minero, junto con cinco proveedores de cada una de ellas, utilizando una metodología cualitativa. Se plantea el problema en conocer si las empresas emplean los mecanismos de colaboración con los proveedores, y si ello

causa algún efecto en la gestión de abastecimiento, mejorando el posicionamiento de la empresa frente a la competencia. Se encontró un desbalance de poder de las empresas mineras hacia los proveedores quedando sometido el beneficio e intereses de estos últimos.

Mediante la descripción de la relación cliente-proveedor en el sector minero, se puede obtener un mejor conocimiento y una exitosa aplicación. El crecimiento y fortalecimiento de esta relación, se desarrolla con el objetivo de generar valor o excedentes. En adicional, es de suma importancia para garantizar la eficiencia en el abastecimiento de los productos para las operaciones mineras.

Se obtuvo como resultado que la formalidad de los acuerdos y la relación de confianza son variables que no poseen una misma proporción. Las relaciones formales y relacionales son indicios de buenas relaciones entre el proveedor y el cliente, en el cual los acuerdos escritos y no escritos son aceptados. (pp. 2-3)

2.2.Bases Teóricas

El mejor desempeño del área de logística centrándonos en el abastecimiento debe orientarse a mantener con un correcto stock de cada producto; y mediante ello, la realización, progreso, satisfacción y bienestar de cada cliente interno y externo. El abastecimiento debe tener como objetivos estas dos cuestiones fundamentales

Sin lugar a dudas se tiene conocimiento que lo más importante de una empresa, sin considerar la calidad del producto, y que concierne hasta el crecimiento, bienestar y rendimiento de una organización, dependen totalmente de los trabajadores y su nivel de satisfacción.

En nuestro país, en el transcurso de los últimos años se viene insistiendo, como consecuencia de las experiencias internacionales de países y empresas exitosas, sobre la importancia de satisfacer las necesidades de los clientes internos para acceder al tan deseado éxito de la empresa.

La satisfacción del cliente interno, quienes en este caso son los representantes médicos, son los que tienen contacto directo con los profesionales de salud, de ellos depende que los médicos obtengan las muestras médicas, y así queden satisfechos con nuestros productos, de tal forma que recomienden el uso de los productos de Laboratorios Bagó a los consumidores finales. Es por ello que se debe de enfocar en mantener un correcto control de stock para que los representantes puedan atender las solicitudes de los médicos, lograr el bienestar de los de ambos.

Con el propósito de fundamentar nuestro estudio, mostramos a continuación las principales ideas desarrolladas en materia de satisfacción del cliente interno y la gestión de abastecimiento.

Gestión de abastecimiento

Para que toda organización y/o empresa funcione adecuadamente buscara del exterior insumos y materiales con los cuales realizara procesos de transformación. Viendo la importancia de la obtención de estos materiales por el elevado costo es que aumentó la relevancia en la actualidad de la gestión de aprovisionamiento. Para entender bien estos conceptos tenemos a López (2014) menciona que el abastecimiento es parte de la función logística encargada de proporcionar a la organización de los materiales y productos para su funcionamiento.

Igualmente, Forteza (2008) coincide con este concepto afirmando que el abastecimiento o aprovisionamiento es la función logística por la cual se abastece a una empresa u organización de todo el material necesario para su funcionamiento. Este concepto es sinónimo de provisión o suministro.

Así mismo para el Instituto Nacional de Administración Pública (1993) el abastecimiento cumple con el rol de apoyo al ejercicio interno de la organización. Orientado a proporcionar materiales y servicios para la operación óptima de la organización.

Partiendo de estos conceptos se puede evidenciar la importancia fundamental que la función de abastecimiento adquiere en el desempeño de una organización, muchas empresas no le dan la debida relevancia a esta función, Mendoza (2012) enfatiza la importancia de un adecuado abastecimiento, además de y las buenas relaciones que se debe llevar con los proveedores identificándolo con la institución y se sienta parte de ella, estas estrategias son la clave para que lograr la competitividad en un mercado cada vez más agresivo.

Esta es una de las razones por lo que la cadena de suministros se ha convertido en un arma competitiva indispensable para las empresas. Por el manejo de flujo de entrada de materiales que tiene influencia directa en las actividades de la empresa un ejemplo de ello podemos mencionar: si en una empresa fabricante de helado la leche tuviese algún contratiempo se malograra o demorara en llegar a la planta de procesamiento, todo el ciclo de elaboración paralizaría sus actividades generando millonarias pérdidas de dinero, tiempo improductivo sin mencionar que la empresa se

atrasaría en su entrega y quedaría muy mal con sus clientes perdiendo credibilidad. Por lo mencionado, si el producto no llega al cliente en las condiciones de calidad requeridas, con las especificaciones requeridas y en las cantidades correctas, se incurrirá en mayores costos por devoluciones, reproceso o desperdicios, afectando negativamente en la imagen de la empresa, en la satisfacción del cliente y en el precio final del artículo.

Función de abastecimiento

La gestión de aprovisionamiento incluye dos funciones:

- Compras: Las compras son una pieza clave para la gestión de abastecimiento la que asegura de obtener bienes y servicios de los proveedores.
- Gestión de stock: Gestión encargada de la toma de decisiones sobre el inventario o stock que se debe tener en el almacén, las cantidades que tenemos que pedir al proveedor y el momento de emitir cada uno de estos pedidos, etc.

Todas las empresas necesitan tener stock disponible a disposición de sus clientes.

Finalmente, Jhonson (2012) nos recalca que la gestión de abastecimiento suministra a la organización el material necesario para su labor. También se puede conceptualizar como la parte de la gestión que planifica, implementa y controla el flujo eficiente y efectivo de materiales y el almacenamiento del producto.

El ciclo de abastecimiento

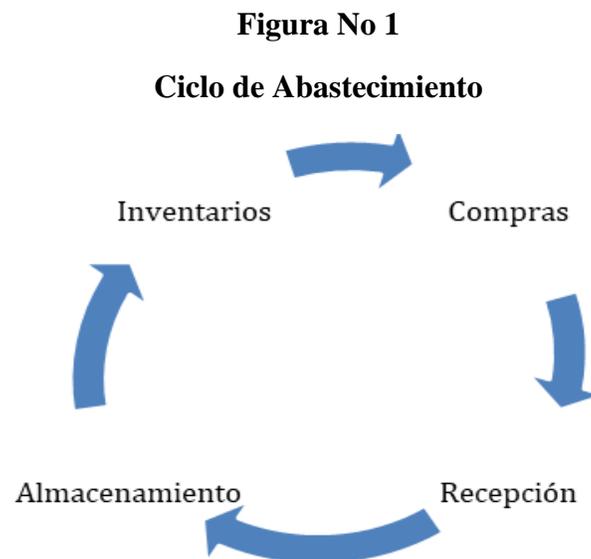
Sobre el ciclo de abastecimiento Urzelay (2013) afirma que el encargado del área de abastecimiento tiene como responsabilidad la coordinación de todas las

actividades vinculadas con la adquisición de materias primas, materiales e insumos necesarios para las actividades productivas.

Entre las que se pueden nombrar las siguientes:

- Compras
- Recepción
- Almacenamiento
- Gestión de inventarios

Todas estas actividades interactúan en forma dinámica, dando origen a lo que se denomina el ciclo de abastecimiento. (p. 92)



Fuente: Urzelai, Inza, *Manual Básico de logística Integral*. Editorial: Diaz Santos. p. 160. 2013. Mexico.

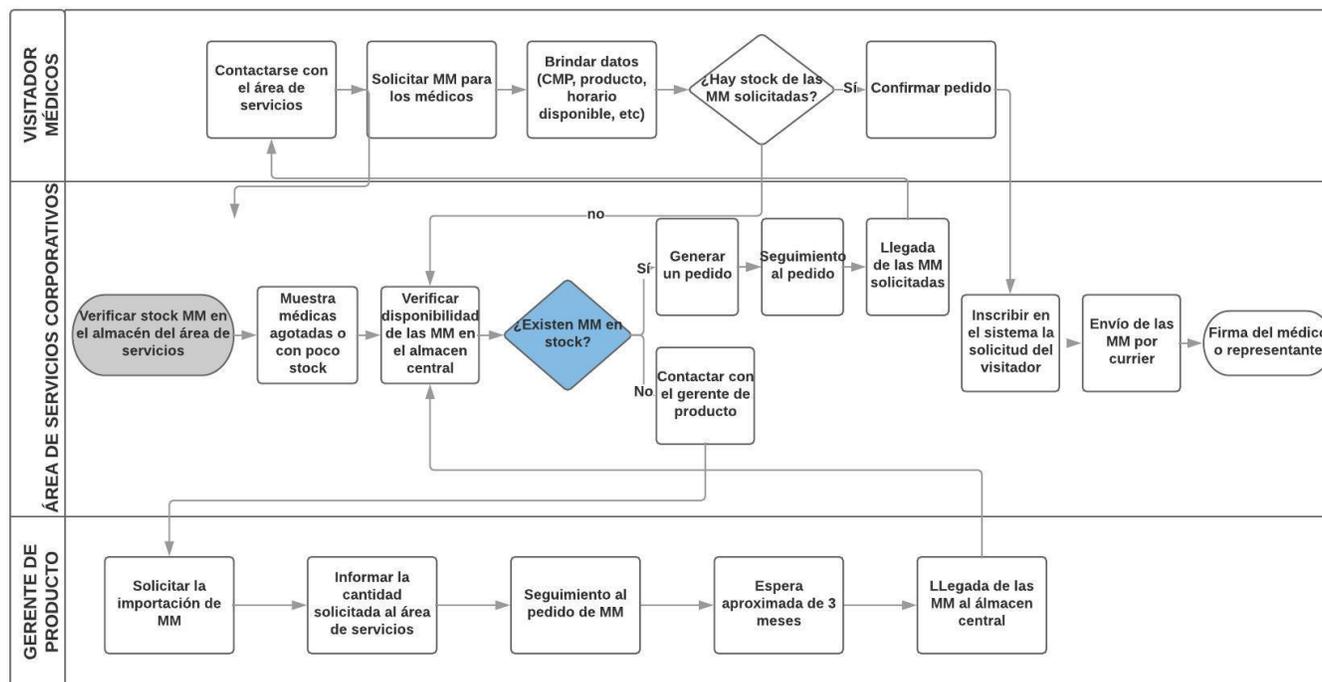
1. Gestión de pedidos.

La Gestión de pedidos y distribución es estimada como parte de la gestión de los clientes, gestionar los pedidos de forma eficiente asegura alcanzar el máximo valor a la cadena

de valor y en el servicio al cliente. Trabajar en el área logística o de operaciones no es necesario para saber que esta gestión comienza con la llegada del pedido y termina cuando éste es enviado, aceptado y por último, cobrado. Pero cómo planear, coordinar y controlar estas y todas las actividades necesarias en una sola organización para cumplir con la demanda de los clientes, si es fundamental para el desarrollo logístico y corporativo.

Anteriormente, la gestión de clientes abarcaba el tratamiento de los pedidos y de quejas, reclamaciones y devoluciones. La Gestión de Pedidos consiste en actividades que resultan de la cumplimentación de órdenes de pedido del cliente, a la vez que se asegura el máximo valor de la cadena de suministro y servicio al cliente. Según Alles (2016) el pedido se define como un compromiso en firme entre dos partes (proveedor y cliente) que reúne todas las condiciones mínimas necesarias para establecer una relación comercial entre ellas de manera que una de las partes (el proveedor) pone a disposición de la otra (cliente) los productos o servicios comprometidos, bajo las condiciones pactadas. La gestión de pedidos es un proceso crítico para toda la empresa ya que se presume un punto de contacto con el cliente. En consecuencia el éxito de este proceso depende de la adecuación del mismo a una amplia gama de criterios.

GESTIÓN DE PEDIDO



Fuente: Elaboración propia

2. Nivel de Stock

Se denomina stock o existencias de una empresa al conjunto de materiales y artículos que se almacenan, tanto aquellos que son necesarios para el proceso productivo como los destinados a la venta.

Existen dos conceptos parecidos que no se debe confundir stock y surtido, se define surtido a la diversidad de artículos de una misma clase que una empresa ofrece a sus clientes; distintos modelos, distintas tallas, distintos colores. Mientras que stock, en cambio, es la cantidad de materiales y mercancías depositadas, o las existencias de un determinado producto, tanto en los almacenes como en la superficie de ventas. A la hora de gestionar el stock.

Composición de stock: Se refiere a los artículos que almacena la empresa tanto para su fabricación como para la venta. Bajo esta misma rubrica se encuentran diversos productos:

Importancia de los stocks

Algunos factores influyen en la acumulación o escasez de los stocks estos son:

Escasez: Considerar el stock como un recurso para evitar la escasez. Esta acumulación sirve, pues, para protegernos ante la posibilidad de que las provisiones lleguen tarde o la demanda sea mayor de lo previsto.

Economía de escala: La fabricación de grandes cantidades de producto puede servir para abaratar los costes de producción y, finalmente, el precio de venta del producto.

Razones comerciales: Siempre que hay acumulación de stocks es una garantía de que podremos cubrir la demanda de un producto; dicho de otro modo, un motivo para almacenar es tener el artículo disponible cuando lo demande el cliente. Hay que tener cuidado con esto, pues un stock excesivo puede conllevar unos mayores costes de almacén, que repercutirán en el precio de venta y, en consecuencia, en la demanda.

Nivel de stock

Se llama nivel de stock a la cantidad de existencias de un artículo almacenada en un momento dado. Es importante garantizar la presencia de un stock suficiente para satisfacer la demanda externa o la demanda interna. Cuando no se puede hacer frente a la demanda de un artículo por falta de existencias en el almacén, se dice que se ha producido una **rotura de stock**.

El hecho de que haya un stock insuficiente puede traer consigo una serie de inconvenientes:

- Pérdida de ventas.
- Pérdida de imagen.
- Pérdida de la confianza de los clientes

Los costes por rotura de stock son difíciles de cuantificar, pues es difícil saber cuánto se deja de ingresar al no tener los artículos disponibles en el lineal durante el tiempo que dura aquélla y, por tanto, también lo es conocer los clientes que se pierden.

Así pues, hay que procurar mantener un nivel de stock óptimo; es decir, por una parte, tener suficiente para evitar las roturas de stock y, por otra, evitar que haya un exceso inútil del mismo.

Satisfacción del cliente

En la actualidad tener al cliente satisfecho es una necesidad precisa para ganarse un lugar en el mercado meta. Ahora se ha convertido en uno de los objetivos principales de las empresas para alcanzar el éxito.

Para El Centro Europeo de Empresas Innovadoras de la Comunidad de Valencia (2008) “es el resultado de comparar su percepción de los beneficios obtenidos con la compra de un producto o servicio, en relación con las expectativas de beneficios a recibir del mismo” (p.223).

Por otro lado Sanchez (2012) nos dice que “la empresa que mima al cliente se cuida a sí misma” (p.363). Sosteniéndolo más adelante manifiesta:

Se denomina cliente satisfecho a aquel que se muestra complacido y conforme con los productos que recibe, ya que colman sus gustos y necesidades y hasta superan sus expectativas. La satisfacción siempre se refiere a un momento determinado, porque las necesidades, gustos y preferencias de los clientes cambian en cada compra por lo que los proveedores debe ofrecer siempre nuevos y mejores productos al mercado.

Para Viñas (2005):

Para muchas de las organizaciones su principal objetivo siempre fue la satisfacción del capital más que el de los usuarios. “Satisfacción del cliente”, este concepto viene tomando fuerza el último ciclo. Aunque, ahora se está utilizando este concepto en el ámbito privado porque se piensa que es un mecanismo (o medio) clave para conseguir la maximización del beneficio, y como arma comercial. La satisfacción del cliente por sí sola no basta para garantizar el éxito de las organizaciones.

Cliente

Podemos definir al cliente como la persona que recibe el servicio, la base y razón de ser de toda empresa, lo importante en este tiempo para las empresas no es captar nuevos clientes sino mantener satisfechos a aquellas personas o empresas que son parte de nuestra cartera de clientes y mantenerlos satisfechos.

Alles (2016) define al cliente como persona que usa los servicios de una empresa o de un profesional.

Cliente externo: Alles (2016) lo define como: organizaciones o personas que utiliza o recibe los productos o servicios de la empresa, pero no forma parte de ella, también llamado cliente. Estos usuarios externos son esenciales para el éxito de cualquier

empresa pues proporciona el flujo de ingresos a través del uso de servicios o compras de los productos.

Cliente interno: Nuestra investigación está enfocada en la satisfacción del cliente interno con la gestión logística de abastecimiento la dinámica que existe entre los procesos, encontrar los puntos de quiebre que impiden la calidad de atención y posteriormente implementar una cultura de orientación al cliente interno que debe estar satisfecho para que brinde una excelente trato al cliente externo o los beneficiados finales de la organización para lo cual primero definiremos quienes son los clientes internos, es así como Sanchez (2012) refiere que “el cliente interno es el departamento o persona de la propia empresa que recibe parte del trabajo de otra sección, o de otro compañero. Los clientes internos, por lo tanto, forman parte de la organización empresarial” (p. 364).

Igualmente Alles (2016) denomina a los clientes internos como empleados o colaboradores, que se puede traducir como persona que coopera con otra dentro de la misma organización interactuando y desempeñándose en un rol específico, haciendo las veces de proveedor de servicios como también propiamente cliente interno.

Importancia del cliente interno

El cliente interno es tan importante como el externo, en el último siglo las empresas saben que para tener empleados más productivos y brindar mejores servicios es necesario mantenerlos satisfechos porque para brindar un buen trato es necesario recibirlo nadie da lo que no tiene. La calidad final del producto o servicio que receptiona el mercado meta, o los clientes externos, va a depender mucho del proceso que conllevo su elaboración y el transcurso desde la producción hasta la entrega al

cliente pasando por las gestiones y procesos de almacenamiento, marketing, venta, etc. Hasta que llega a manos del cliente en su propio contexto. Ante esta situación Alles (2016) nos dice que “si dentro de la organización el ambiente laboral es tenso y existe un mal trato hacia el cliente interno es muy probable que lo perciba el cliente final formando parte de su experiencia de insatisfacción al percibir un ambiente deficiente.

En el libro Satisfacción del Cliente, Denove & Power (2006) manifiestan que la autonomía de los clientes internos o los empleados de primera fila es concluyente para lograr la satisfacción de los clientes. Pero lograr esto es más difícil según más compleja y grande sea la organización, es una decisión difícil que requiere análisis y designación de funciones de los altos gerentes. El paso más difícil de toda pequeña empresa es el tránsito en la que el dueño o fundador no puede manejar todos los detalles del negocio y tenga que delegar funciones dependerá del personal que tenga a su disposición de la confianza que tenga y de lo capacitado que este para asumir el reto.

Continuando con la revaloración del cliente interno en las empresas Paz Couso (2007) nos dice que se debe implementar su valor e importancia en la cultura organizacional como el primer mercado a atender ya que es la imagen que la empresa proyecta al cliente final o externo.

Comunicación interna:

Paz (2007) declara que para lograr la satisfacción del cliente interno dentro de la organización o empresa es necesario que exista adecuada cultura organizacional, y una buena comunicación entre sus integrantes lo que va a permitir que cada persona se sienta identificada con su institución y este comprometido en la realización de los

objetivos poniendo un 100% de si para lograrlo y no solo lo hagan por obligación. Si todo el recurso humano de la empresa mantiene una buena comunicación se transformará en una fortaleza y por consiguiente asegurará la eficiencia y eficacia de la institución.

Comunicación externa:

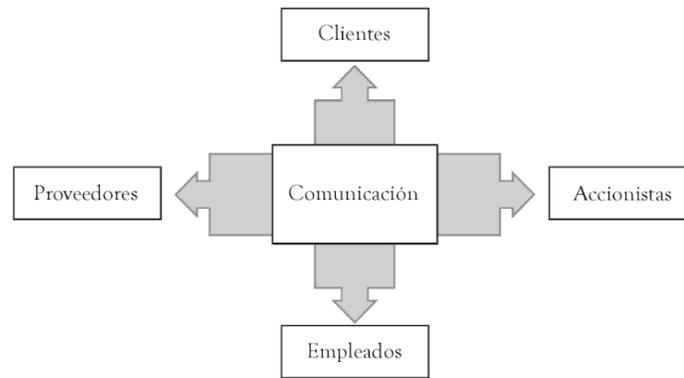
Paz (2007) por otra parte igualmente de importante es la buena comunicación que debe existir entre la empresa, los proveedores, los distribuidores, así como los empleados; con quienes necesitamos mantener una comunicación fluida, lazos de amistad y confianza que afiancen y mejoren las relaciones interinstitucionales del negocio.

Comunicación con el cliente:

Paz (2007) exhorta a crear una cultura orientada al cliente con trabajadores satisfechos y capacitados con su labor que brinden una atención eficiente y eficaz. La satisfacción de los clientes es una cadena formada por distintos procesos y etapas desde la fabricación del producto o servicio hasta la entrega al cliente de manera que si un eslabón no funciona bien afecta a todo el proceso y no habrá un cliente satisfecho.

Figura No 2

Modelo input-output de la empresa: Teoría de los Shareholders



Fuente: Donaldson, T., y Preston, L. (1995). La Teoría de los Stakeholder de la Corporación: Concepto, Evidencias e Implicaciones. Editorial: The Academy of Management Review. p. 68. EEUU

Atención al cliente:

Paz (2007) menciona que la atención al cliente o simplemente el servicio al cliente es el que ofrece una empresa buscando relacionarse con sus usuarios. También se puede denominar como el binomio cliente – empresa, en donde la última tiene la oportunidad de hacer contacto con su población objetivo y poder concluir con su meta final después del conjunto de actividades interrelacionadas que se dieron para que el cliente obtenga lo que desee.

Para el único contacto que tendrá la empresa debe contar con personal capacitado y de buen trato, pero no solo eso sino que todo el personal y ambiente que de alguna manera estará en contacto con el usuario deben estar calificados, desde el personal de seguridad hasta el que brinde la atención.

Fidelidad del cliente

Denove y Power (2006) conceptualiza a la fidelidad como obtener la lealtad del cliente es una pieza clave para obtener un buen rendimiento de la empresa, la

posibilidad de que un cliente complacido repitan una compra es mayor si además tuvo una experiencia que sobresalga a la que ya tuvo con empresas pares. Además de que el cliente repita en forma continua la compra la fidelización también que este mismo cliente recomiende a la empresa. Estas condiciones se van a dar si se presentan elementos como la cantidad de competidores, la continuidad de compra, la disponibilidad de información, el precio de las ganancias y a manejo de programas que fomenten la lealtad del consumidor.

La satisfacción del cliente en tres categorías principales del negocio.

Denove & Power (2006) dividen la satisfacción al cliente en tres importantes categorías:

Los proveedores de servicios. Con el fin de afirmar la satisfacción de los clientes los proveedores deben cumplir algunos criterios necesarios: La calidad objetiva del servicio brindado, la experiencia subjetiva que el cliente, el proceso de asistencia del servicio.

Los fabricantes de productos. Los factores determinantes de los fabricantes se divide en dos grupos: los primarios y los secundarios. Los primarios abarcan: El acabado del producto, los detalles, diseño e individualidad, la calidad del producto o su capacidad de funcionar sin defectos en el tiempo.

Los criterios secundarios son: La experiencia que tiene el cliente de la venta, la experiencia que tiene el cliente del servicio post-venta.

Los comercios. La satisfacción del cliente con un comercio está condicionada por cuatro factores: Ubicación, selección de productos que ofrece, precios, la experiencia de compra.

Calidad:

El significado del concepto calidad es algo complejo y requiere de un largo y gran análisis para ser comprendido la Organización Internacional de Normalización (2015) en su norma ISO 9000 conceptualiza la “Calidad como el grado en el que un conjunto de características innatas a un objeto (producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema o recurso) cumple con los requisitos.”

Por otro lado para Jiménez (2000) es “conjunto de todas las propiedades y características de un producto que son apropiadas para cumplir las exigencias de mercado al que van destinado” (p. 143). Así mismo Alcalde (2009) menciona que la calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad: siendo la capacidad que tiene el ser humano por hacer bien las cosas.

Figura No 3**Diagrama de las tres calidades**

Fuente: Alcalde San Miguel, P. (2009). *Calidad. Editorial: Paraninfo. Madrid.*

Alcalde (2009) clasifica la calidad en dos aspectos básicos:

Calidad intrínseca: Son las características de un bien o servicio propias que cuando son medidas y comparadas con los otros productos permiten establecer un juicio objetivo al respecto.

Calidad percibida: Es la impresión que los usuarios tienen sobre la idoneidad de un producto para satisfacer sus expectativas. (p. 126)

Teoría de las restricciones en el abastecimiento

Aguilera (2000) En la gestión del abastecimiento podemos apoyarnos de la Teoría de las Restricciones que nace en la década de los 80, desarrollada por el físico israelí Eliyahu Goldratt, es conocida por ser la filosofía de la gestión ya que permite

enfocar la solución en puntos críticos de las empresas ya sean físicos o políticos. Esta teoría se apoya en la Teoría de Sistemas porque al igual que esta considera a la empresa como un todo sistémico con un objetivo puntual el cual es conseguir una meta y todos sus elementos trabajaran para poder alcanzar ese objetivo o mejora continua. Las restricciones se pueden conceptualizar como los factores limitantes es decir todo aquello que impide acercarse a la meta.

El proceso de mejora continua se da en todos los niveles identificando el problema, en nuestra investigación se centra en la gestión de abastecimiento, todo el proceso que engloba las áreas y los actores. Esta teoría nos invita a centrar nuestros esfuerzos en las actividades que inciden directamente en la eficacia de la empresa como un todo, es decir, sobre los resultados globales. Una vez identificado el área problemática ver las falencias, la política de los trabajadores crear un patrón o modelo que contenga los pasos y conceptos, orientadores, con sus respectivas herramientas y la forma de usarlos es decir tener una guía para todos los procesos, estandarizando el trabajo para que se haga más fácil seguir y sea continuado el trabajo

Teoría estructuralista en el cliente interno

Por la década de 1950 nace la teoría estructuralista con Max Weber como uno de sus principales exponentes, esta teoría surge como la fusión de la teoría burocrática y la teoría de las relaciones humanas; representando a la organización como un todo integral, teniendo en cuenta su parte informal como son las relaciones humanas e interpersonales y la formal.

Nuestra investigación toma como base la teoría del estructuralismo, porque toma al cliente interno o trabajador representa a la organización que se relaciona con sus pares con la misma empresa y los clientes externos, quienes son la meta u objetivo final, para nuestro estudio el cliente interno representa varios papeles dentro de la de organización, así como fuera (proveedores y clientes externos) y la suma de todas estas acciones interdependientes una de otra son necesarios para alcanzar los objetivos de la empresa. La importancia de mantener unas buenas relaciones interpersonales así como una sólida estructura organizacional en el área de abastecimiento es lo que buscamos estudiar, la influencia de estos factores en el cumplimiento de nuestra meta final. Como en forma equilibrada deben funcionar todas las partes del todo (organización), y si existe un quiebre identificarlo y buscar mejorarlo.

2.3.Glosario de Términos

- **Abastecimiento:** López (2014) define:
El abastecimiento es parte de la función logística encargada de proveer a la empresa de los materiales y productos para su funcionamiento.
Igualmente, Forteza (2008) coincide con este concepto afirmando que el abastecimiento o aprovisionamiento es la función logística por la cual se abastece a una empresa u organización de todo el material necesario para su funcionamiento. Este concepto es sinónimo de provisión o suministro.
- **Compras:** Las compras son una pieza clave para la gestión de abastecimiento la que asegura de obtener bienes y servicios de los proveedores.
- **Cadena de suministro:** Son un conjunto de subestructuras y medios de distribución cuya función es la obtener, transformar y distribuir materiales de productos terminados para los consumidores.
- **Cadena de valor del servicio:** Zeithaml & Bitner (2002) mencionan que existe una relación directa entre la cadena del servicio con el servicio al cliente y el beneficio que obtendría la empresa en caso de emplearse eficientemente dichos servicios
- **Calidad:** Es “conjunto de todas las propiedades y características de un producto que son apropiadas para cumplir las exigencias de mercado al que van destinado” (p. 143).
- **Ciclo de abastecimiento:** Sobre el ciclo de abastecimiento Urzelai (2013) afirma que el encargado del área de abastecimiento tiene como responsabilidad la

coordinación de todas las actividades vinculadas con la adquisición de materias primas, materiales e insumos necesarios para las actividades productivas

- **Cliente:** Para Alles (2016) define al cliente como “persona que utiliza los servicios de un profesional o empresa” (p.153).

La Organización Internacional de Normalización (2015) Calidad como el grado en el que un conjunto de características innatas a un objeto (producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema o recurso) cumple con los requisitos.”.

- **Cliente interno:** Como Sanchez (2012) refiere que “el cliente interno es el departamento o persona de la propia empresa que recibe parte del trabajo de otra sección, o de otro compañero. Los clientes internos, por lo tanto, forman parte de la organización empresarial” (p. 364).
- **Cliente externo:** Organizaciones o personas que utiliza o recibe los productos o servicios de la empresa, pero no forma parte de ella, también llamado cliente. Estos usuarios externos son esenciales para el éxito de cualquier empresa pues proporciona el flujo de ingresos a través del uso de servicios o compras de los productos.
- **Control de inventarios:** Espinoza, O. (2011), menciona como herramienta esencial el control de inventarios, debido a detalla como esta en utilizada en la administración moderna permitiendo que las empresas logren conocer el stock de productos disponibles de ventas que mantienen en un lugar y tiempo específico
- **Eficacia:** Para Da Silva (2002), la eficacia consiste en el logro de los objetivos propuestos por las organizaciones, a fin de conseguir la meta general.

- **Eficiencia:** Según Robbins y Coulter (2005), la eficiencia consiste en la obtención de un mejor resultado, con un menor uso de recurso
- **Gestión logística:** López (2014) define a la gestión logística como el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el almacenamiento eficiente y económico de la materia prima, productos terminados y no terminados.
- **Gestión de stock:** Gestión encargada de la toma de decisiones sobre el inventario o stock que se debe tener en el almacén, las cantidades que tenemos que pedir al proveedor y el momento de emitir cada uno de estos pedidos, etc.
- **Gestión de abastecimiento:** Tiene como objeto agrupar las funciones de compras, recepción, almacenamiento y administración de inventarios, e incluye actividades relacionadas con la búsqueda, selección, registro y seguimiento de los proveedores.
- **Logística:** El proceso de planificar, ejecutar y controlar de una manera efectiva y eficiente el flujo de materias primas, inventario en curso y producto terminado, así como la información referente a estos, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los compradores.
- **Satisfacción del Cliente:** Se denomina cliente satisfecho a aquel que se muestra complacido y conforme con los productos que recibe, ya que colman sus gustos y necesidades y hasta superan sus expectativas. La satisfacción siempre se refiere a un momento determinado, porque las necesidades, gustos y preferencias de los clientes cambian en cada compra por lo que los proveedores debe ofrecer siempre nuevos y mejores productos al mercado

- **Sistema de abastecimiento:** El Instituto Nacional de Administración Pública (1993), lo define como: Conjunto interrelacionada de políticas, objetivos, normas, atribuciones, procedimientos y procesos técnicos orientados al racional flujo dotación o suministros empleo y conservación de medios materiales; así como aquellas acciones especializadas, trabajo o resultados para asegurar la continuidad de los procesos productivos que desarrollan las entidades integrantes de la administración pública. (p.110).
- **Stock de seguridad:** Productos almacenados que tienen la finalidad de ser utilizados como reserva en sucesos inesperados.
- **Stock máximo:** Es la máxima cantidad de producto que puede ser almacenado en un determinado almacén. También se puede decir que es la máxima cantidad de producto que debe almacenarse en un almacén para que este sea rentable. No tiene por qué coincidir con la capacidad real del mismo.
- **Stock mínimo:** Es la mínima cantidad de producto que se debe almacenar en un almacén, para poder dar un servicio adecuado. Si se rebasa hacia abajo este Stock, se pueden producir los llamados "Roturas de Stock".
- **Stock:** El Instituto Nacional de Administración Pública(1993), lo define como: Conjunto de mercaderías, productos o materiales utilizado en la actividad de la empresa normalmente conforme al índice de rotación de ventas de la entidad, almacenadas y listas para ser vendido, distribuido o usado. (p.7)

CAPÍTULO III

3. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1.Hipótesis General

La gestión de abastecimiento influye positivamente en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó del Perú S.A

3.2.Hipótesis Específicas

- a) La gestión de pedidos influye positivamente en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó del Perú S.A
- b) El nivel de stock influye positivamente en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó del Perú S.A
- c) El período de distribución influye positivamente en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó del Perú S.A

3.3.Identificación de Variables

3.3.1. Variable independiente

Gestión de abastecimiento

3.3.2. Variable dependiente

Satisfacción del cliente interno

3.4.Operacionalización de variables

Variables	Indicadores
Variable independiente: Gestión de abastecimiento	1.1 Gestión de Pedidos 1.2 Nivel de Stock 1.3 Período de distribución
Variable dependiente: Satisfacción del cliente interno	2.1 Tiempo de atención 2.2 Nivel de Satisfacción 2.3 Atención al cliente

3.5. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN MUESTRAL	TECNICAS INSTRUMENTOS
<p>Problema Principal</p> <p>¿De qué manera la gestión de abastecimiento influye en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó Perú S.A?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>a) ¿En qué medida la gestión de pedidos influye satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó Perú S.A?</p> <p>b) ¿De qué manera el nivel de stock influye satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó Perú S.A?</p> <p>c) ¿De qué manera el período de distribución influye satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó Perú S.A?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Conocer si la gestión de abastecimiento influye en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó Perú S.A</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a) Conocer si la gestión de pedidos influyen en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó Perú S.A</p> <p>b) Conocer si el nivel de stock influye en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó Perú S.A</p> <p>c) Conocer si el período de distribución influye en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó Perú S.A</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La gestión de abastecimiento influye positivamente en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó del Perú S.A</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>a) La gestión de pedidos influye positivamente en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó del Perú S.A</p> <p>b) El nivel de stock influye positivamente en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó del Perú S.A</p> <p>a) El período de distribución influye positivamente en la satisfacción del cliente interno en Laboratorios Bagó del Perú S.A.</p>	<p>Identificación de Variables.</p> <p>Variable independiente</p> <p>X=Gestión de abastecimiento</p> <p>Variable dependiente</p> <p>Y= Satisfacción del Cliente Interno</p>	<p>V. Independiente</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Gestión de Pedidos ● Nivel de Stock ● Período de Distribución <p>V. Dependiente</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tiempo de Atención ● Nivel de Satisfacción ● Atención al Cliente. 	<p>Tipo de investigación aplicada:</p> <p>a) Enfoque cualitativo y b) Alcance Descriptivo: No experimental</p> <p>c) Método:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Método Inductivo ● Método Deductivo ● Método Analítico 	<p>Población: Promedio de 120 clientes internos</p> <p>Muestra: 100 clientes</p>	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La entrevista ● La encuesta <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● El guion ● El cuestionario

CAPÍTULO IV

4. METODOLOGÍA

4.1. Tipo de la Investigación

Según la profundización en el objeto de estudio, el trabajo de tesis a presentar, se define como una investigación descriptiva y correlacional, debido a que describe y analiza datos con el fin de buscar relación alguna entre las variables de investigación presentadas en un contexto real. Adicional a ello, por el tipo de datos empleados el trabajo de investigación es considerado de enfoque cuantitativo.

Descriptiva:

Una investigación de tipo descriptiva tiene como principal objetivo describir determinadas situaciones dentro de un contexto real.

El método mayor uso son las encuesta sociales, técnica por el cual se obtiene una amplia base de datos de un grupo seleccionado, los cuales son procesados y analizados para los objetivos de la investigación misma.

Correlacional:

Un estudio correlacional comprueba si dos o más variables presentan una relación o impacto entre sí en un determinado contexto; como en este trabajo de investigación, la relación entre la V1 y V2.

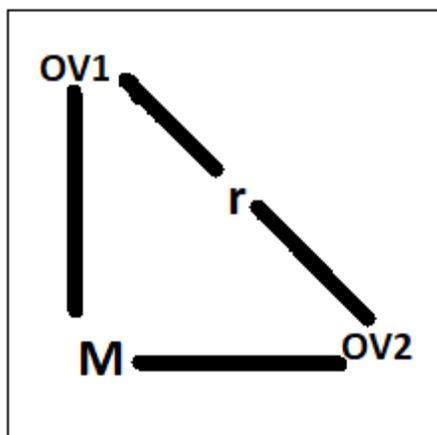
4.2. Diseño de la investigación

La investigación presente muestra a un diseño no experimental de corte transversal, puesto que los estudios muestran los datos recopilados en diferentes

situaciones en un determinado periodo y contexto real, para su posterior estudio, sin realizar alguna adulteración de las variables.

Figura No 4

Diseño Correlacional



Fuente: Elaboración Propia

Dónde:

M: Modelo

O: Observación

V1: Gestión de Abastecimiento

V2: Satisfacción del Cliente

r: Nivel de relación o impacto entre las variables

4.3.Unidad de análisis

Se define como aquel sector de población seleccionada para el trabajo de investigación, con el objetivo de recopilar datos mediante la técnica de encuestas. La unidad a analizar en este trabajo de investigación son los Visitadores Médicos de Laboratorios Bagó del Perú.

4.4. Población de estudio

Un total de 136 Visitadores Médicos, componen la población de estudio.

4.5. Tamaño de muestra

La muestra a establecer fue para realizar deducciones de la población de clientes internos con relación a la variable: Satisfacción del Servicio al Cliente Interno en Laboratorios Bagó del Perú.

4.6. Selección de muestra

Se concretó tomar una muestra probabilística aleatoria simple de la población de estudio (dado que son 136).

Del mismo modo, mediante la presente formula, se establecerá la cantidad total de muestras con las que se trabajará:

$$n = \frac{(Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N)}{[e^2 \cdot (N - 1)] + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

Donde:

n = Tamaño de la población.

N = Población total: 136 Visitadores Médicos

Z = Nivel de confianza: 1.96 (95% de confianza)

p = 0.50 (probabilidad de éxito)

q = 0.50 (probabilidad de fracaso)

e = 0.05 error permitido

Reemplazando valores tenemos:

$$n = \frac{[(1.96)^2 (0.50) (0.50) (136)]}{[(0.05)^2 - (136 - 1)] + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = 100$$

Tamaño de muestra será de 100 visitantes

4.7. Técnicas de recolección de datos.

Para adquirir la información acertada en relación a las variables anteriormente indicadas, se emplearan las siguientes técnicas:

- a. **La técnica del análisis documental:** en este trabajo de investigación se estará utilizando fichas textuales y de resumen para recopilar datos; adicionando a ello se posee informes y otros documentos de la empresa en relación a las variables dependientes.
- b. **La técnica de la encuesta:** en este trabajo de investigación se emplea como instrumento principal el cuestionario; acudiendo como informadores a los trabajadores de la empresa; el cual se utilizará para conseguir los datos de la variable: *Gestión de Abastecimiento y Satisfacción de la Atención al Cliente Interno*.

4.8. Análisis e interpretación de la información.

Los datos conseguidos por medio del uso de las técnicas e instrumentos, acudiendo a los informadores mencionados anteriormente; han sido ordenados y tabulados para comenzar el análisis.

Por medio de la estadística descriptiva, los datos ordenados y tabulados serán analizados mediante gráficos y tablas de frecuencias, para lograr la adecuada interpretación del resultado de cada pregunta.

Conjuntamente, por medio de la prueba de correlación, se trataba de comprobar si las variables presentan relación o impacto entre sí; como en este trabajo de investigación, la relación entre las hipótesis estadísticas (Hipótesis Nula e Hipótesis Alternativa).

Mediante el resultado de la investigación de las hipótesis, se consiguieron las bases para elaborar las conclusiones de investigación, asimismo, conseguir la base para elaborar las conclusiones generales de la investigación.

CAPÍTULO V

5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1. Análisis e Interpretación de Resultados

Mediante el empleo del cuestionario como técnica de recopilación de datos se muestra la siguiente información:

Tabla No 1

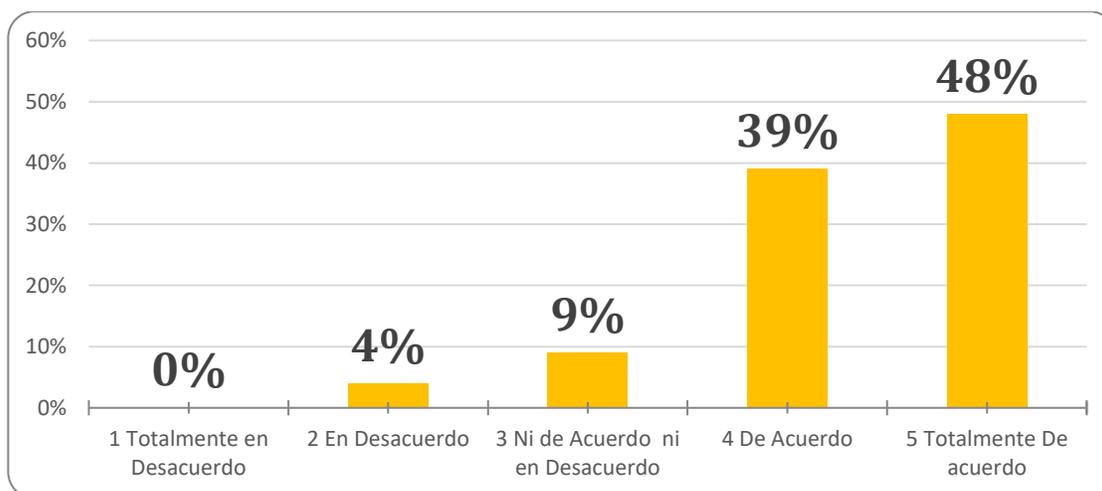
¿Considera ud. que medios (vía correo, llamada telefónica, whatsapp o personal) para solicitar los pedidos le brinda facilidad?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	4	4%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	9	9%
4 De Acuerdo	39	39%
5 Totalmente De acuerdo	48	48%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 1

¿Considera ud. que medios (vía correo, llamada telefónica, whatsapp o personal) para solicitar los pedidos le brinda facilidad?



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se observa que del 100% de la muestra encuestada, el 87% está muy de acuerdo y de acuerdo en que los medios que brinda la empresa para solicitar pedidos le brindan facilidad, siendo esto mayor de la mitad, un 9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo; por el contrario, solo el 4% se muestra en desacuerdo con los medios para solicitar pedidos, consideran quizás el agregar otros medios de comunicación.

Tabla No 2

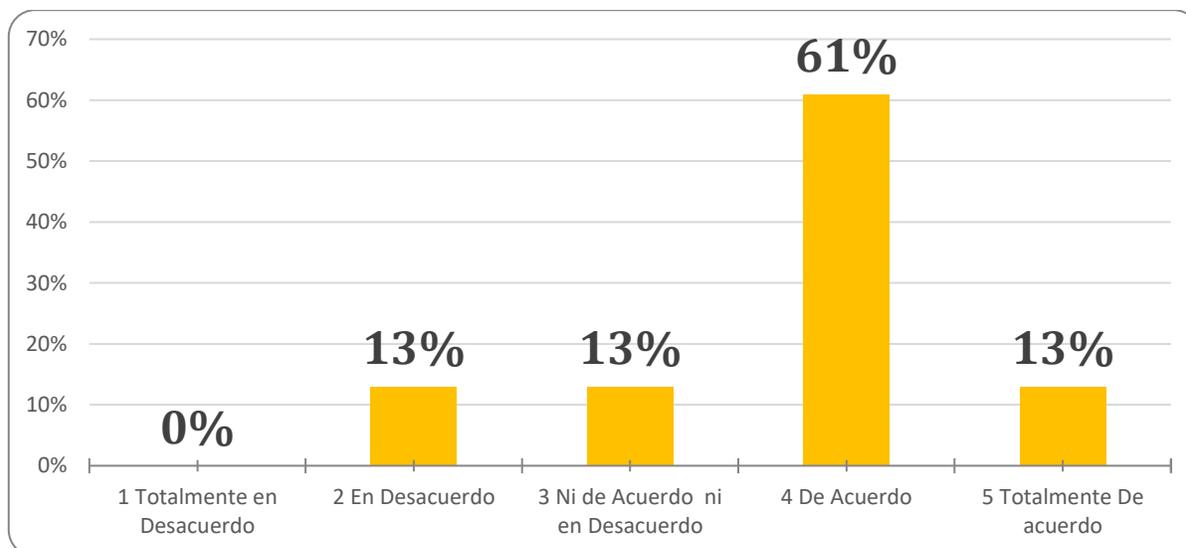
¿Considera ud. Adecuados los procedimientos de gestión de pedidos?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	13	13%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	13	13%
4 De Acuerdo	61	61%
5 Totalmente De acuerdo	13	13%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 2

¿Considera ud. Adecuados los procedimientos de gestión de pedidos?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 13% está muy de acuerdo en los procedimientos de la gestión de pedidos que aplica la empresa y el 61% está de acuerdo pero no parece satisfecho, con ello un total del 74% está conforme. Por otro lado, un 13% de la muestra no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 13% se encuentra en desacuerdo presenta disconformidad con la gestión probablemente por percances que hayan tenido al momento de realizar sus pedidos.

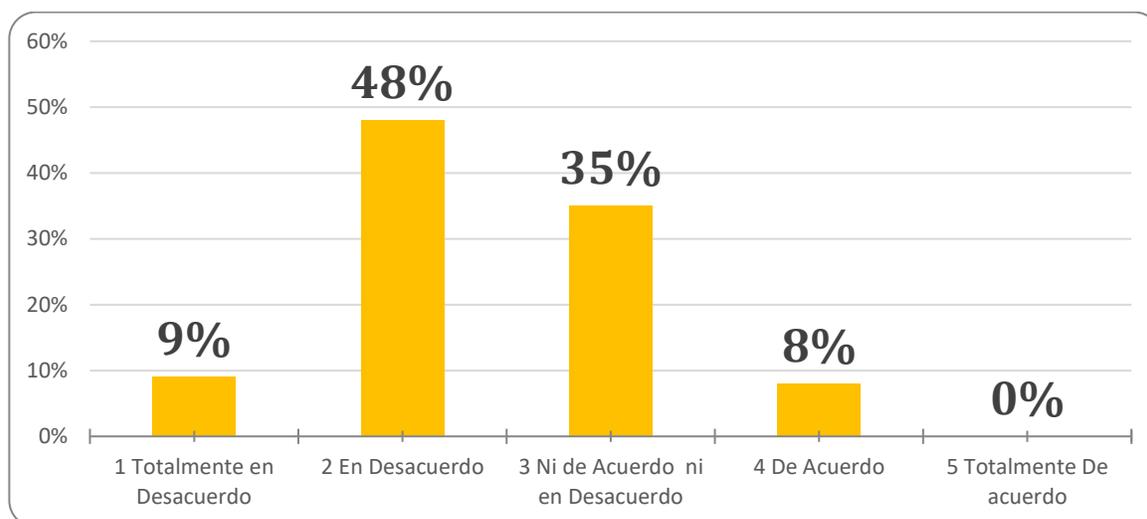
Tabla No 3

¿Considera ud. Que la cantidad de solicitudes permitidas por visitador cubre sus necesidades de abastecimiento?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	9	9%
2 En Desacuerdo	48	48%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	35	35%
4 De Acuerdo	8	8%
5 Totalmente De acuerdo	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Considera ud. Que la cantidad de solicitudes permitidas por visitador cubre sus necesidades de abastecimiento?

Gráfico No 3

Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada solamente el 8% está de acuerdo que la cantidad de solicitudes por visitantes cubren su necesidad de abastecimiento, un 35% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por el contrario, el 48% está en desacuerdo y un 9% se encuentra en total desacuerdo; siendo más de la mitad de los encuestados los que se encuentran en disconformidad con un 57%, siendo ellos los que exigen el aumentar la cantidad de solicitudes para abarcar más médicos.

Tabla No 4

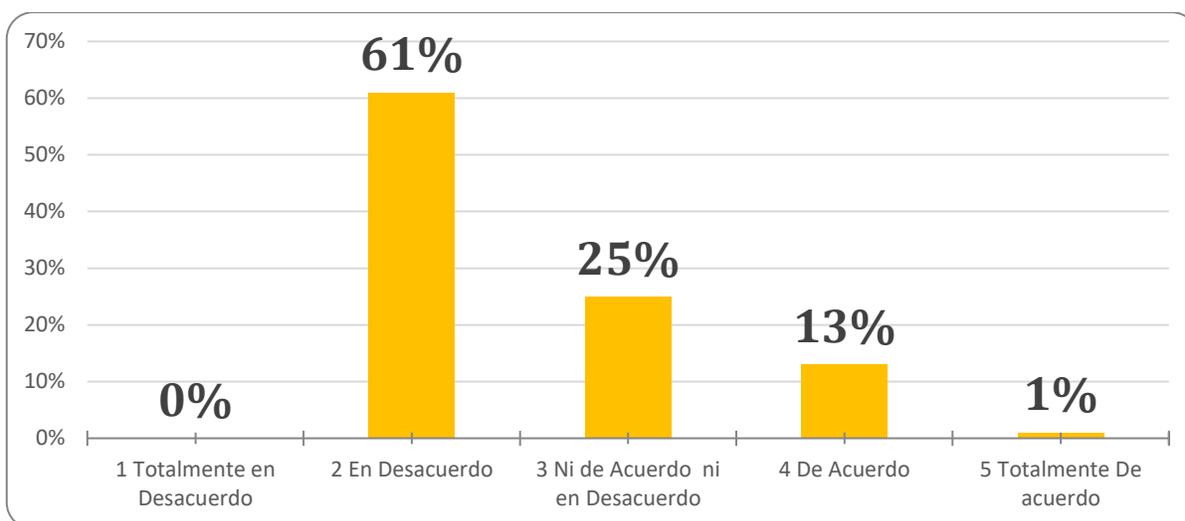
¿Considera ud. Que la empresa posee un stock óptimo de los productos?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	61	61%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	25	25%
4 De Acuerdo	13	13%
5 Totalmente De acuerdo	1	1%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 4

¿Considera ud. Que la empresa posee un stock óptimo de los productos?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada solo el 1% está muy de acuerdo que la empresa posee un stock óptimo de los productos, el 13% está de acuerdo, un 25% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por el contrario, el 61% está en desacuerdo, según lo planteado en esta tesis podemos confirmar la existencia de problema de stock debido a que solo el 14% de la muestra considera que hay un stock optimo, y más de la mitad está en desacuerdo, por lo que sea el porcentaje que los visitantes que hayan tenido un percance con algún médico por problemas del stock.

Tabla No 5

¿Usted considera que la cantidad permitida de productos por médico es la adecuada?

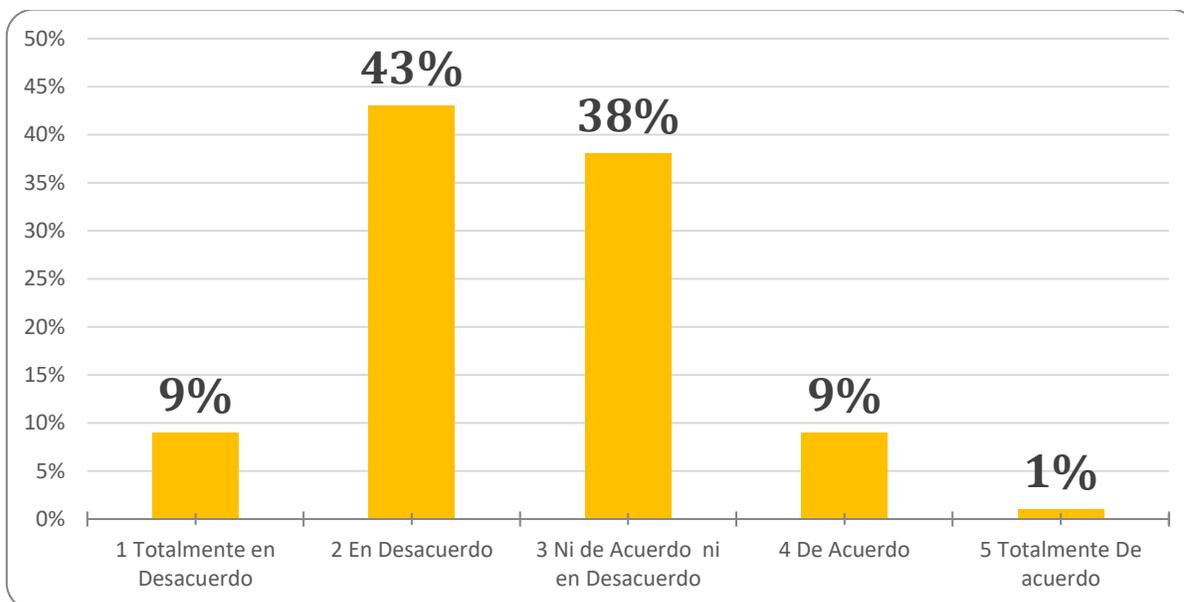
Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	9	9%
2 En Desacuerdo	43	43%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	38	38%

4 De Acuerdo	9	9%
5 Totalmente De acuerdo	1	1%
Total		100
		100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 5

¿Usted considera que la cantidad permitida de productos por médico es la adecuada?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada solo el 1% está muy de acuerdo que la cantidad permitida de productos por médico es adecuada, el 9% está de acuerdo, un 38% de la muestra no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo, por el contrario, el 43% está en desacuerdo, un 9% se encuentra en total desacuerdo. De igual forma más de la mitad se encuentra disconforme con la cantidad máxima de muestras médicas que se le permite entregar a médicos, exigiendo un aumento de las muestras según pedido de cada médico.

Tabla No 6

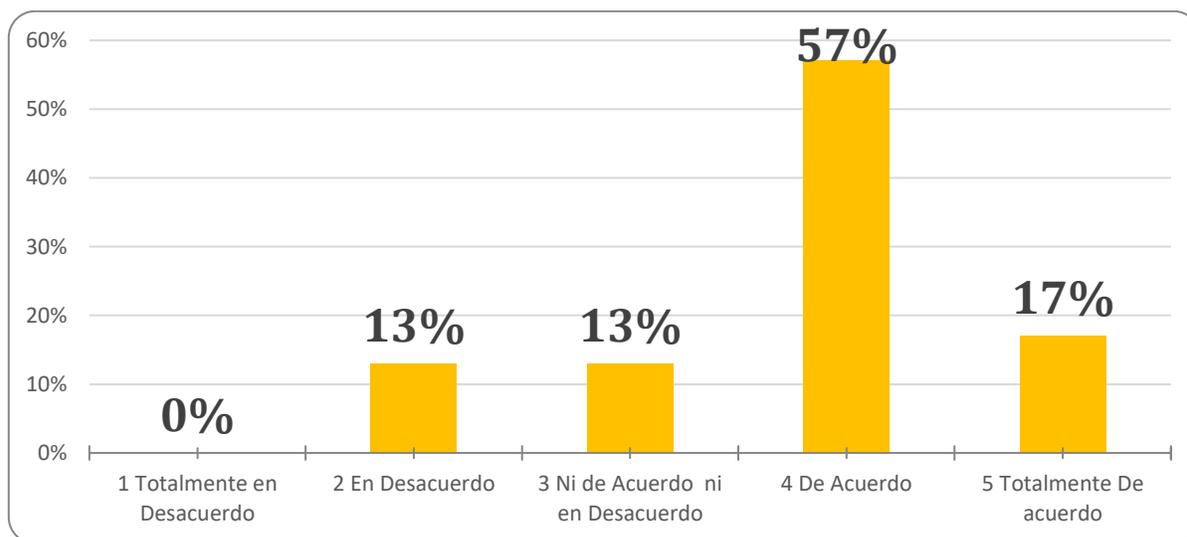
¿Considera ud. Que el área de servicios corporativos tiene constantemente quiebre de stock de los productos?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	13	13%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	13	13%
4 De Acuerdo	57	57%
5 Totalmente De acuerdo	17	17%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 6

¿Considera ud. El área de servicios corporativos tiene constantemente quiebre de stock de los productos?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 17% está muy de acuerdo que el área de servicios corporativos tiene constantemente un quiebre de stock, el 57% está de acuerdo, siendo ello un total de 74% del total de la muestra, que considera el quiebre de stock un problema que ocurre con frecuencia, lo cual lo

convierte en uno de los principales problema que afecta a este gran porcentaje de los visitantes médicos limitando su trabajo. Además de ello un 13% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, por el contrario, el 13% está en desacuerdo, podemos interpretar de que este porcentaje considera que el quiebre no es constante, si no poco frecuente.

Tabla No 7

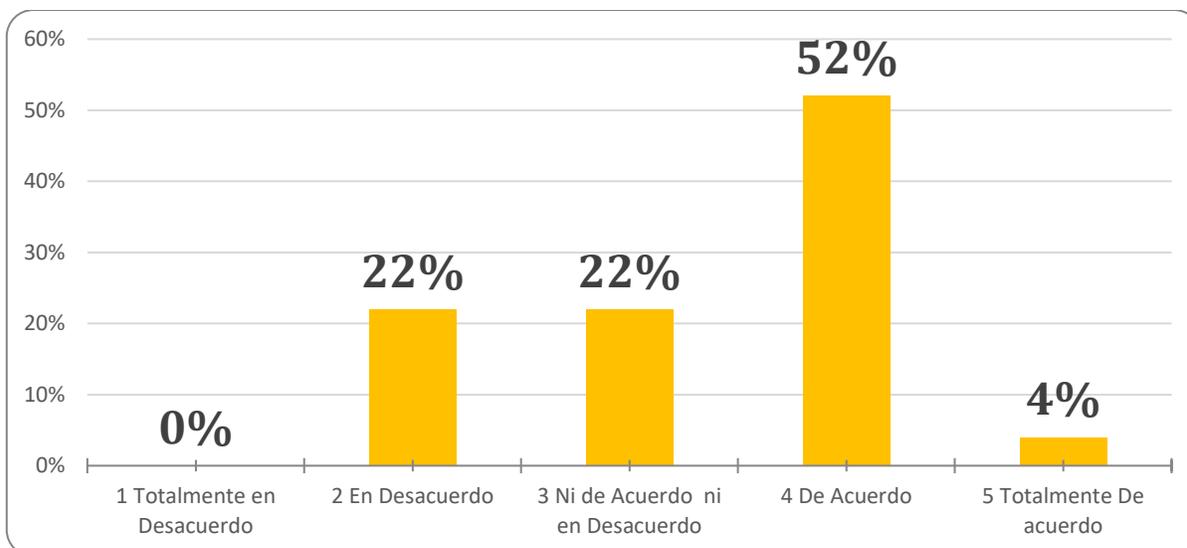
¿Considera ud. Que existe una entrega oportuna de los productos por delivery y/o entrega directa?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	22	22%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	22	22%
4 De Acuerdo	52	52%
5 Totalmente De acuerdo	4	4%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 7

¿Considera ud. Que existe una entrega oportuna de los productos por delivery y/o entrega directa?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada solo el 4% está muy de acuerdo que la entrega de productos vía delivery y/o personal es oportuna, mientras que el 52% está de acuerdo, se puede observar que más de la mitad se encuentran conformes con el servicio de entrega, lo cual nos muestra que este no es un grave problema que afecte a los visitantes. Además un 22% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, por el lado contrario, un 22% está en desacuerdo se puede deducir que buscan una entrega más eficiente de sus solicitudes.

Tabla No 8

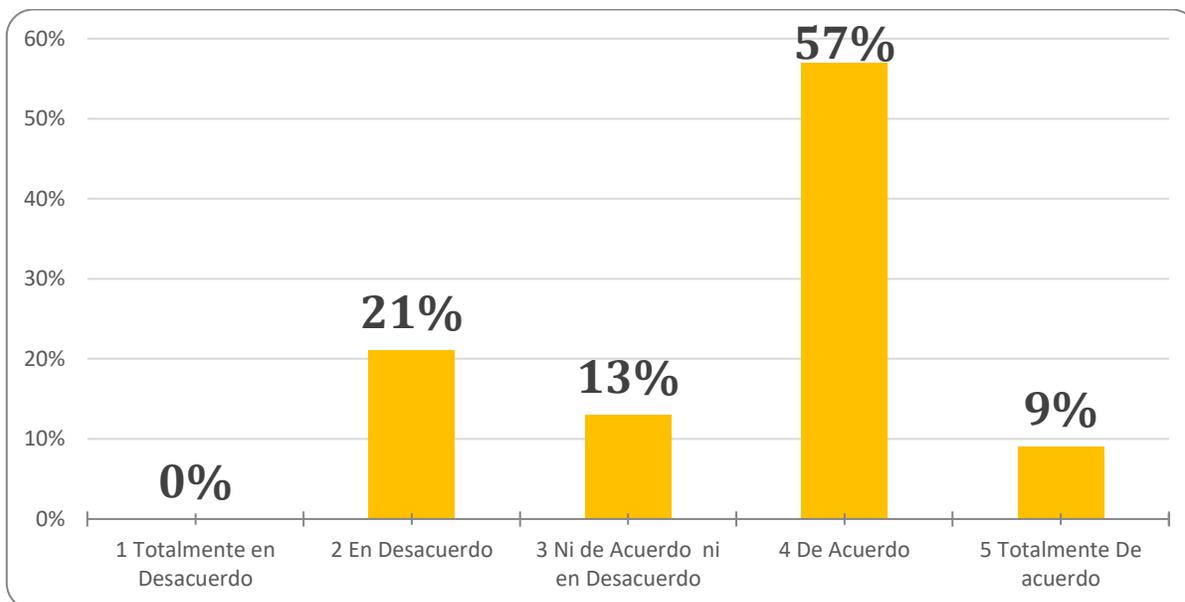
¿Ud. Considera que las fechas de reparto que realiza la empresa son adecuadas?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	21	21%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	13	13%
4 De Acuerdo	57	57%
5 Totalmente De acuerdo	9	9%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 8

¿Ud. Considera que las fechas de reparto que realiza la empresa son adecuadas?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 9% está muy de acuerdo que la fecha de reparto que realiza la empresa es adecuada, mientras que el 57% está de acuerdo, más de la mitad de los encuestados se encuentran conformes con el servicio de reparto de lunes a sábado, lo cual muestra la buena organización que posee el área para la distribución de sus solicitudes dirigidas hacia los médicos. Además un 13% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, por el contrario, un 21% se encuentra en desacuerdo, podemos deducir que necesitan una fecha más pronta de reparto, debido a que a distritos alejados se va una o dos veces por semana.

Tabla No 9

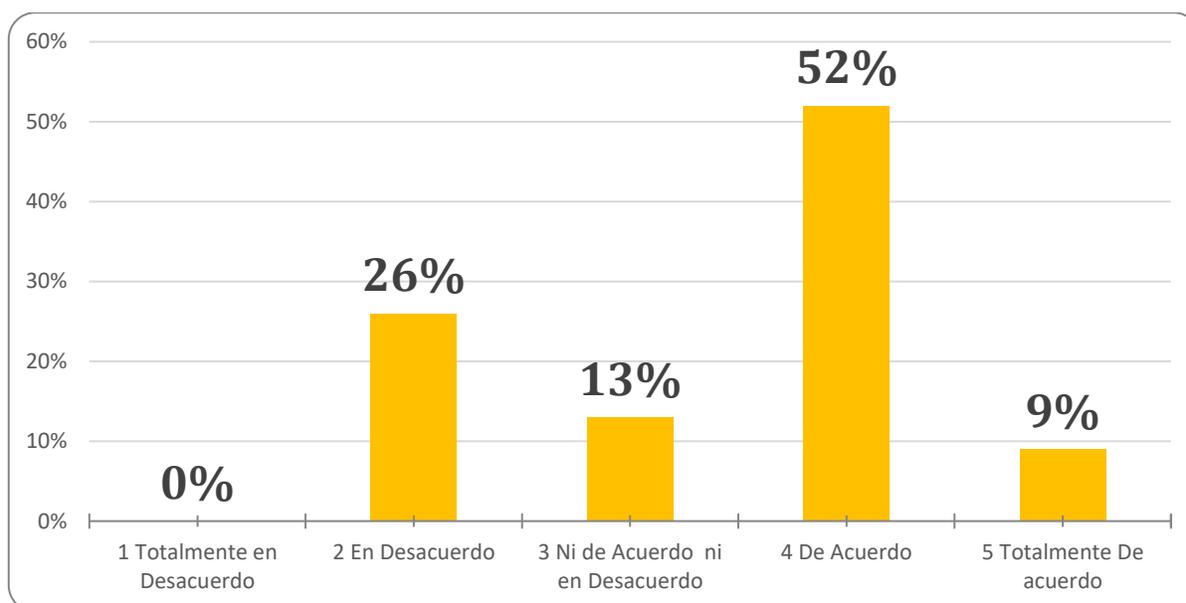
¿Cómo califica la flexibilidad de horario de reparto?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	26	26%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	13	13%
4 De Acuerdo	52	52%
5 Totalmente De acuerdo	9	9%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 9

¿Cómo califica la flexibilidad de horario de reparto?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada solo el 9% está muy de acuerdo que la empresa presenta flexibilidad del horario de reparto, mientras que el 52% está de acuerdo; por ende, un total del 61% se encuentra conforme con el horario de reparto de 11 am a 5pm sin tener hora exacta de llegada. Además un 13% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, por el contrario, el 26% está

en desacuerdo, un 0% se encuentra en total desacuerdo, podemos deducir que necesitan una hora exacta o el ampliar el rango del horario.

Tabla No 10

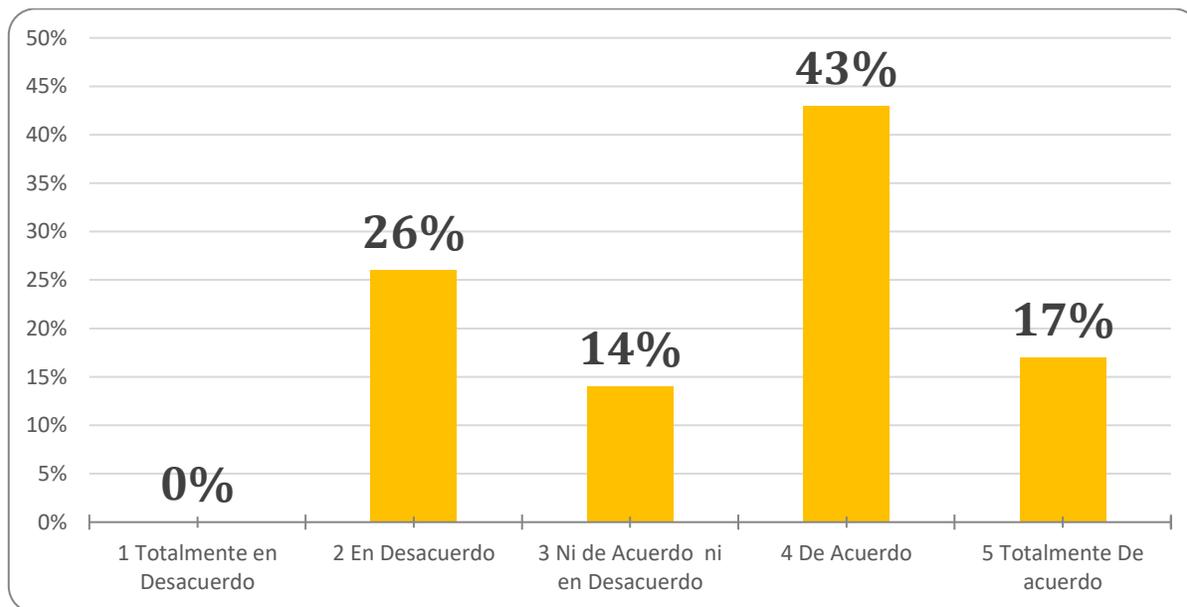
¿Considera usted que el tiempo de respuesta a su pedido es oportuna?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	26	26%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	14	14%
4 De Acuerdo	43	43%
5 Totalmente De acuerdo	17	17%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 10

¿Considera usted que el tiempo de respuesta a su pedido es oportuna?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 17% está muy de acuerdo que el tiempo de respuesta de los pedido es oportuna, mientras que el 43% está de acuerdo, siendo un total del 60 % quienes se encuentran conformes, es decir

que obtienen una respuesta de su solicitudes de manera eficiente. A demás un 14% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, por el contrario, el 26% está en desacuerdo, podemos deducir que estos visitantes no reciben una pronta respuesta de las solicitudes que realizan por los diversos medios de comunicación que usan hace hacer pedidos.

Tabla No 11

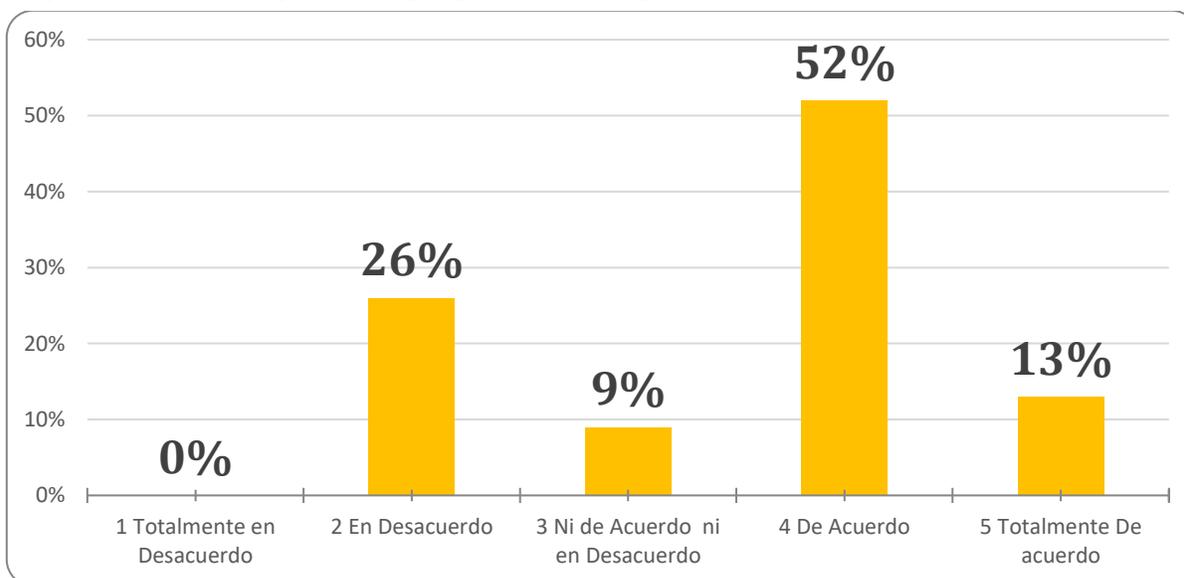
¿Considera usted que el tiempo que le dedican para la toma de su solicitud es adecuada?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	26	26%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	9	9%
4 De Acuerdo	52	52%
5 Totalmente De acuerdo	13	13%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 11

¿Considera usted que el tiempo que le dedican para la toma de su solicitud es adecuada?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 13% está muy de acuerdo que el tiempo que dedican para la toma de la solicitud es adecuada, el 52% está de acuerdo; Tenemos entonces a más de la mitad de los visitantes, un 65%, conforme con el tiempo que les toma al área de servicios el realizar las solicitudes. Además un 9% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, por el lado contrario, un 26% se encuentra en desacuerdo, considerando que la toma de solicitudes de los visitantes debería ser más ágil, es decir con un tiempo más reducido.

Tabla No 12

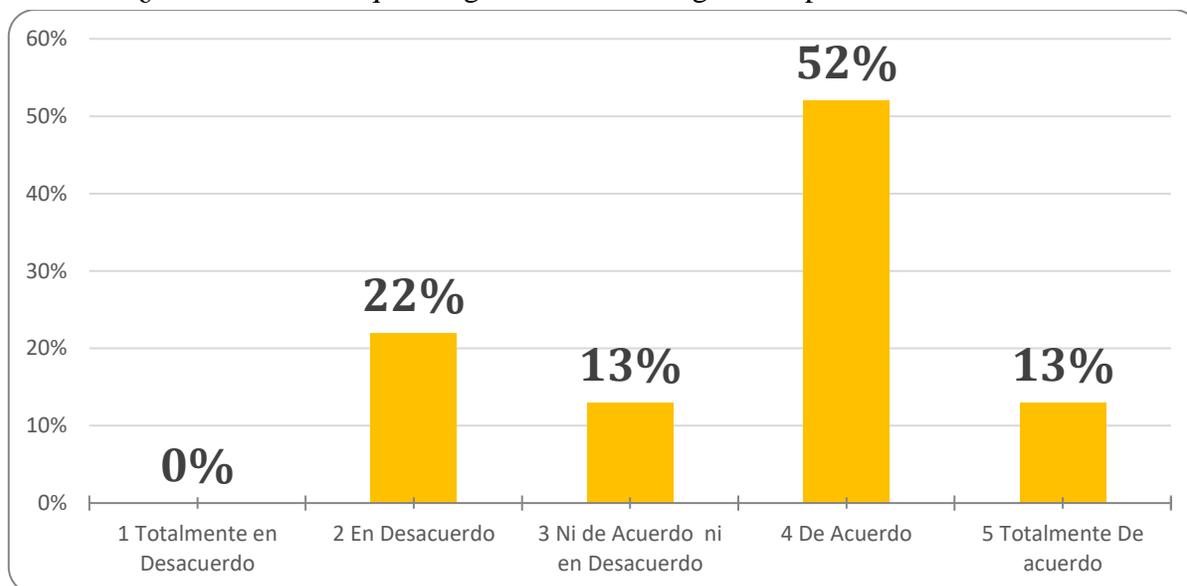
¿Considera usted que la agilidad en la entrega de su pedido es adecuada?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	22	22%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	13	13%
4 De Acuerdo	52	52%
5 Totalmente De acuerdo	13	13%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 12

¿Considera usted que la agilidad en la entrega de su pedido es adecuada?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 13% está muy de acuerdo que la agilidad de entrega del pedido es oportuna, de igual manera el 52% está de acuerdo, se demuestra entonces la conformidad de más de la mitad de los encuestados, lo cual afirma la eficiencia que posee el área de servicios en la distribución de las muestra dirigidas a los visitantes médicos. También, un 13% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo; por el lado contrario, un 22% están en desacuerdo, probablemente dentro de este porcentaje se encuentran visitantes que hayan tenido percances en la entrega de sus muestras médicas por diversas causas.

Tabla No 13

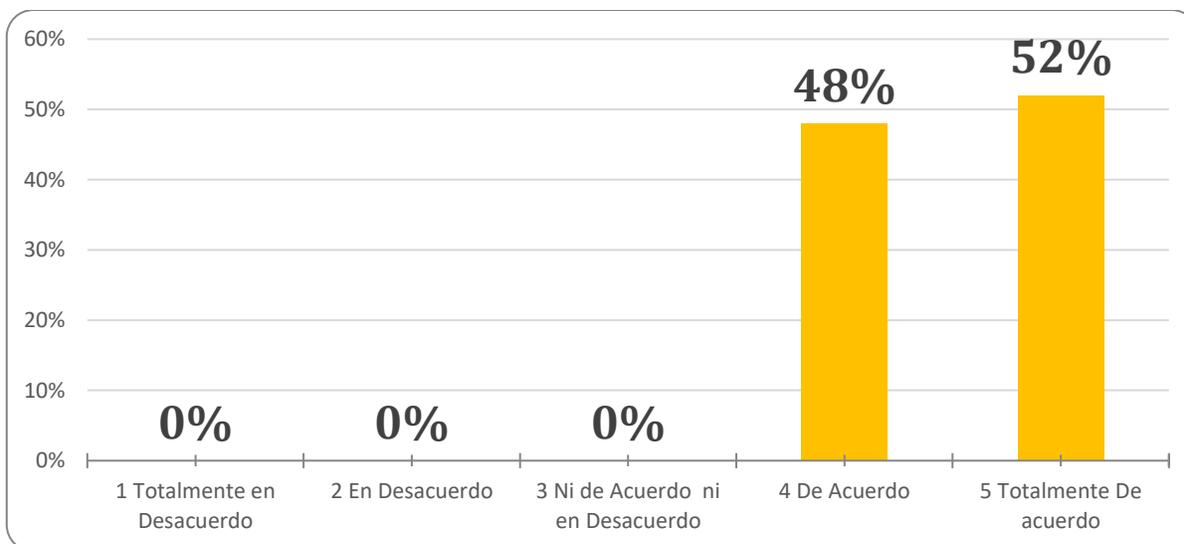
¿Considera usted que los productos que recibió estaban en óptimas condiciones?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	0	0%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	0	0%
4 De Acuerdo	48	48%
5 Totalmente De acuerdo	52	52%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 13

¿Considera usted que los productos que recibió estaban en óptimas condiciones?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 52% está muy de acuerdo que los productos recepcionados estaban en óptimas condiciones, el 48% está de acuerdo; por lado contrario, un 0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Esto nos muestra que el total de los encuestados están conformes al estado físico de muestras médicas que recepcionan, podemos entender por ello, que en nunca tuvieron algún percance con muestras dañadas o vencidas, además cabe la posibilidad que haya sucedido con algún visitador y que ello haya sido solucionado de manera inmediata.

Tabla No 14

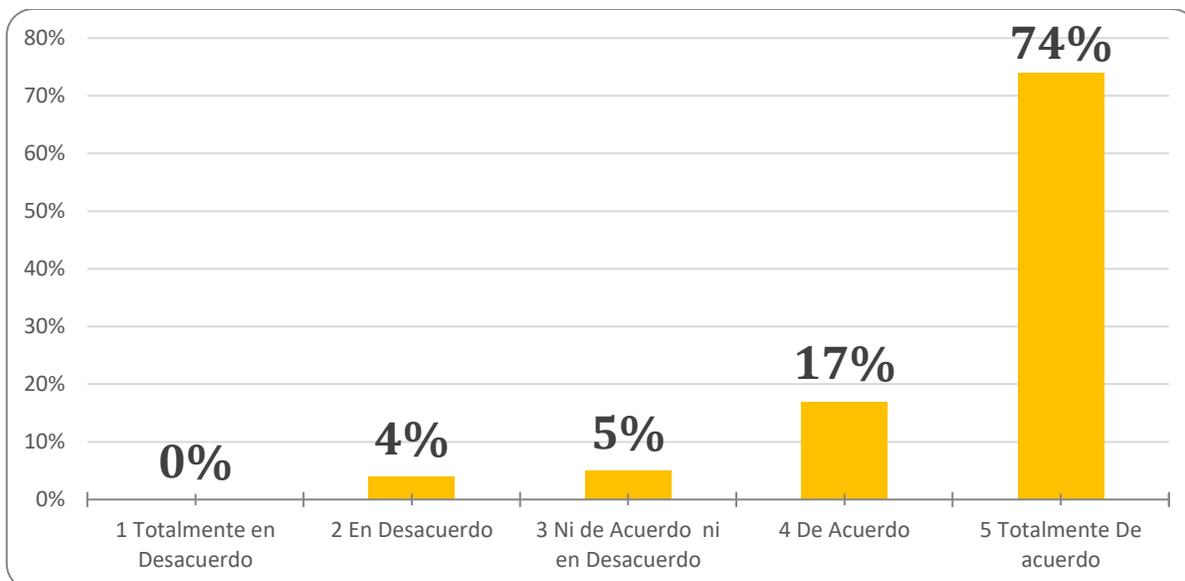
¿Se siente ud. Identificado con la empresa donde labora?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	4	4%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	5	5%
4 De Acuerdo	17	17%
5 Totalmente De acuerdo	74	74%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 14

¿Se siente ud. Identificado con la empresa donde labora?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 74% está muy de acuerdo en que se sienten identificados con la empresa, mientras que el 17% está de acuerdo, lo cual da un total de un 91% de los visitantes que se encuentran comprometidos con la empresa lo cual los vuelve en colaboradores motivados en el cumplimiento de los objetivos del laboratorio. Además un 5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, por el contrario, un 4% se presenta en desacuerdo, siendo un 0% en total desacuerdo. En un menor porcentaje se encuentran visitantes que posiblemente laboren en un ambiente bajo presión, que no se encuentren de acuerdo con la normativa u objetivos de la empresa, etc.

Tabla No 15

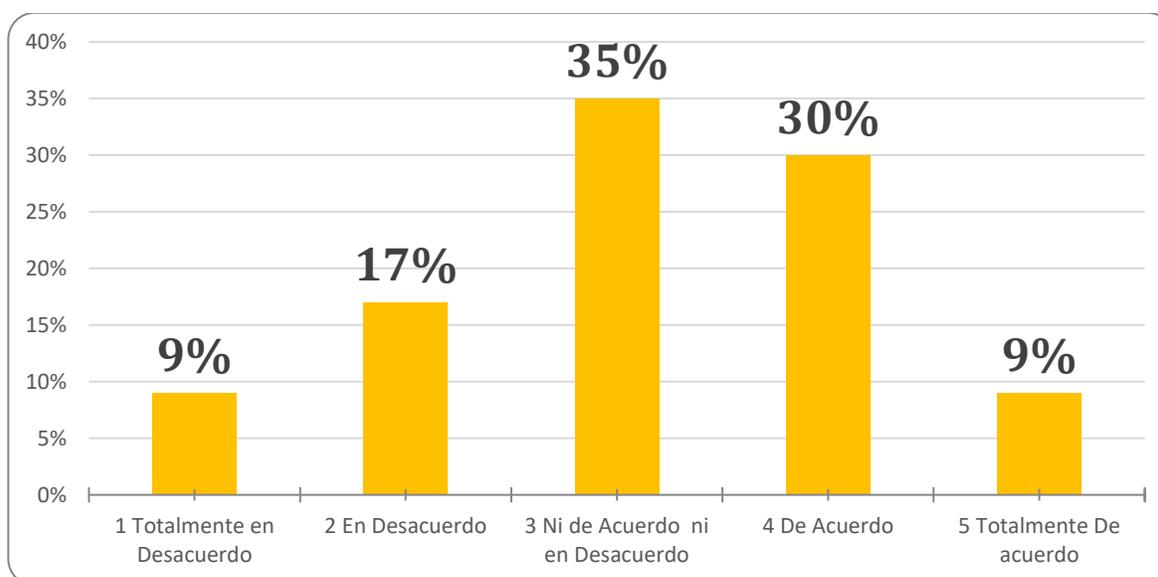
¿Consideró usted realizar algún reclamo por insatisfacción de la gestión de pedido?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	9	9%
2 En Desacuerdo	17	17%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	35	35%
4 De Acuerdo	30	30%
5 Totalmente De acuerdo	9	9%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 15

¿Consideró usted realizar algún reclamo por insatisfacción de la gestión de pedido?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada un 9% está muy de acuerdo en realizar algún reclamo por insatisfacción de la gestión de pedidos, es probable que estos visitantes médicos hayan realizado un reclamo por ello. Mientras que el 30% está de acuerdo, podemos suponer que consideraron el reclamo pero no llegaron a realizarlo. Además un 35% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, es posible que lo hayan considerado pero finalmente desecharon la idea.

Por el lado contrario, el 17% está en desacuerdo, y un 9% se encuentra en total desacuerdo, con ello se muestra que solo un 26% no considero la idea de realizar un reclamo o nunca lo haría.

Tabla No 16

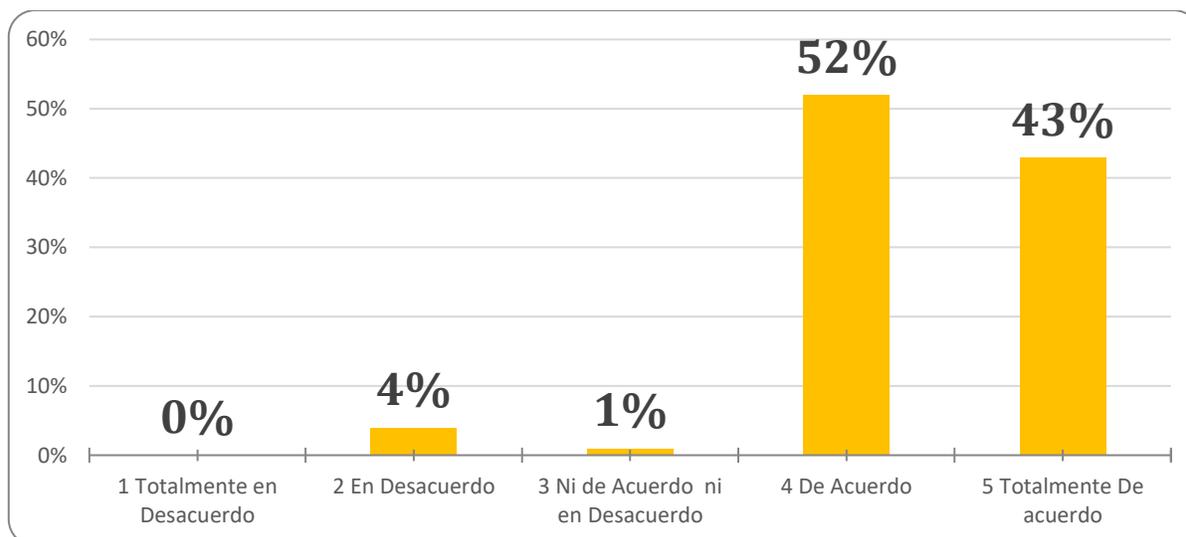
¿Considera ud. Que el personal del área de servicio se encuentra capacitado, generándole confianza?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	4	4%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	1	1%
4 De Acuerdo	52	52%
5 Totalmente De acuerdo	43	43%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 16

¿Considera ud. Que el personal del área de servicio se encuentra capacitado, generándole confianza?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 43% está muy de acuerdo que el personal del área de servicio se encuentra capacitado generando confianza, el 52% está de acuerdo, esto representa un total de 95% de los visitantes que considera eficiente la labor que realiza el área de servicios, teniendo en cuenta que los contratiempos ocurridos anteriormente son por factores externos, y no por descuido del área. Además solo un 1% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, por el lado contrario, un 4% se encuentra en desacuerdo, solo pocos visitantes consideran que el personal debería estar más capacitado para mejorar el servicio; y un 0% en total desacuerdo.

Tabla No 17

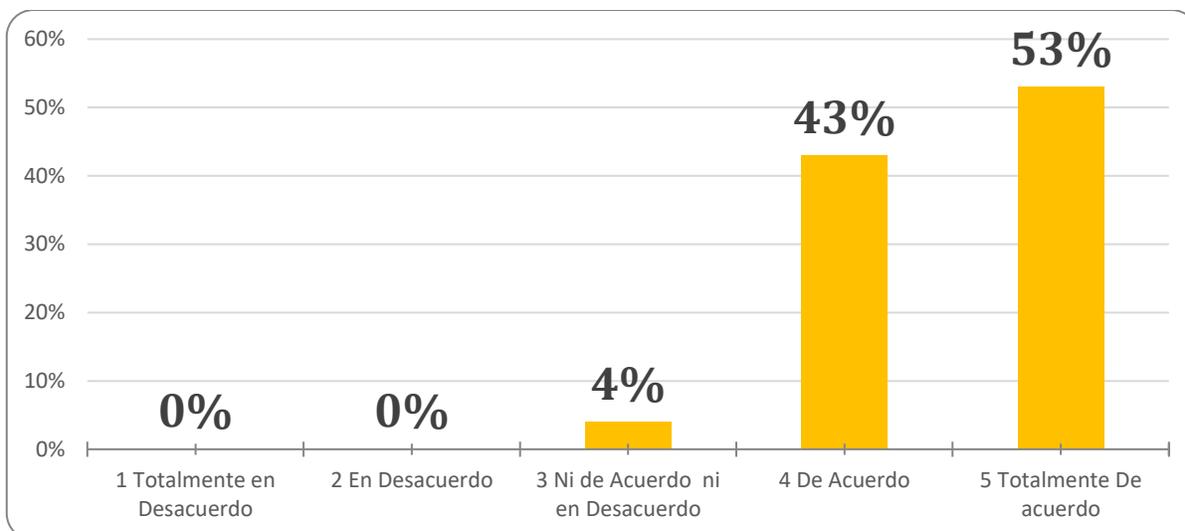
¿Considera usted que el área de servicios corporativos presenta un entorno físico agradable y cálido?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	0	0%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	4	4%
4 De Acuerdo	43	43%
5 Totalmente De acuerdo	53	53%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 17

¿Considera usted que el área de servicios corporativos presenta un entorno físico agradable y cálido?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada solo el 53% está muy de acuerdo que el área de Servicios Corporativos presentan un entorno físico agradable y cálido, mientras que el 43% está de acuerdo, un 4% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, por el lado contrario, los rangos posteriores representan un 0% del total de la muestra. Ello nos muestra que el 96% de los representantes consideran el entorno de trabajo del área de servicios limpio y ordenado, y se encuentran cómodos en ella.

Tabla No 18

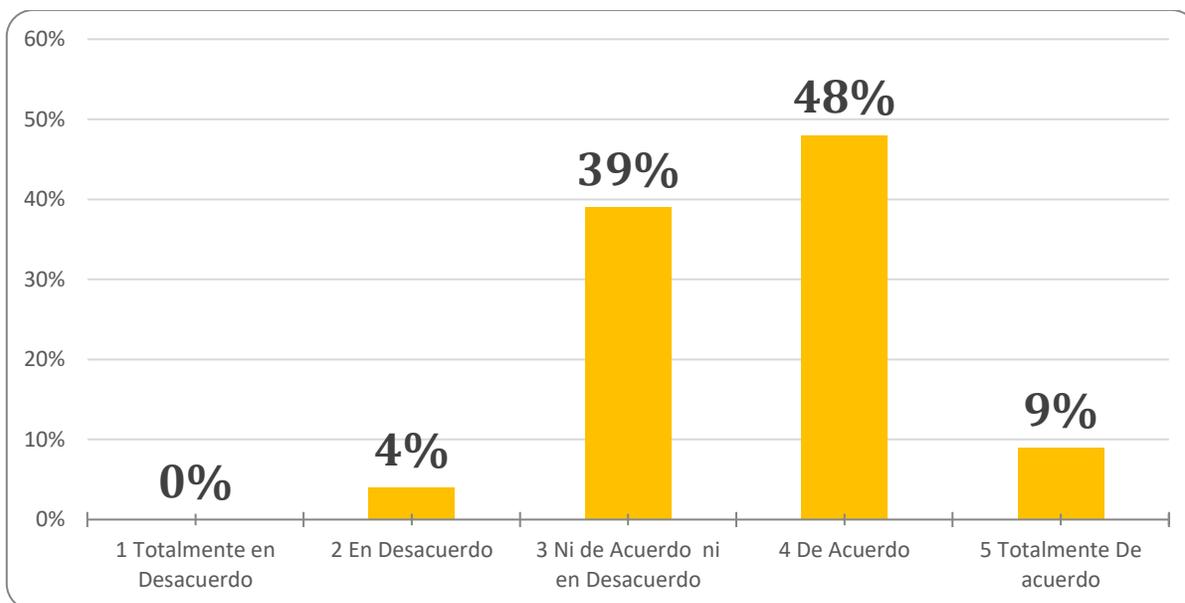
¿Considera ud. Que los procedimientos de gestión de pedidos alcanzaron sus expectativas?

Escala	Número	%
1 Totalmente en Desacuerdo	0	0%
2 En Desacuerdo	4	4%
3 Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	39	39%
4 De Acuerdo	48	48%
5 Totalmente De acuerdo	9	9%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No 18

¿Considera ud. Que los procedimientos de gestión de pedidos alcanzaron sus expectativas?



Fuente: Elaboración propia

En la figura se observa que del 100% de la muestra encuestada el 9% está muy de acuerdo en que los procedimientos de gestión de pedidos alcanzaron sus expectativas y posiblemente las superaron, por ello este pequeño grupo no tuvo ningún percance con sus solicitudes o fue leve. Mientras que el 48% está de acuerdo, un 39% de la muestra no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, podemos considerar que estos visitantes consideran que la gestión podría mejorar. Por el lado contrario, un 4% se encuentra en desacuerdo y un 0% en total desacuerdo. Posiblemente este porcentaje representa a los visitantes que tuvieron grandes percances con sus solicitudes por ello se sienten insatisfechos con el servicio.

5.2. Prueba de Hipótesis

La **Prueba Chi-Cuadrada**, es la apropiada para el trabajo de investigación, puesto que estudia las variables con un nivel de medición nominal y ordinal.

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Distribución muestral: Chi – Cuadrada es calculada mediante la siguiente fórmula:

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

En el cual:

f_0 = Frecuencia observada

f_e = Frecuencia esperada

Σ = Sumatoria

La frecuencia esperada se halla del modo siguiente:

A	B	C	D	E	n_1
F	G	H	I	J	n_2
K	L	M	N	O	n_3
P	Q	R	S	T	n_4
U	V	W	X	Y	n_5
n_6	n_7	n_8	n_9	n_{10}	n

$$\begin{array}{ccccc}
 A = \frac{n_{1 \times n6}}{n} & B = \frac{n_{1 \times n7}}{n} & C = \frac{n_{1 \times n8}}{n} & D = \frac{n_{1 \times n9}}{n} & E = \frac{n_{1 \times n10}}{n} \\
 F = \frac{n_{2 \times n6}}{n} & G = \frac{n_{2 \times n7}}{n} & H = \frac{n_{2 \times n8}}{n} & I = \frac{n_{2 \times n9}}{n} & J = \frac{n_{2 \times n10}}{n} \\
 K = \frac{n_{3 \times n6}}{n} & L = \frac{n_{3 \times n7}}{n} & M = \frac{n_{3 \times n8}}{n} & N = \frac{n_{3 \times n9}}{n} & O = \frac{n_{3 \times n10}}{n} \\
 P = \frac{n_{4 \times n6}}{n} & Q = \frac{n_{4 \times n7}}{n} & R = \frac{n_{4 \times n8}}{n} & S = \frac{n_{4 \times n9}}{n} & T = \frac{n_{4 \times n10}}{n} \\
 U = \frac{n_{5 \times n6}}{n} & V = \frac{n_{5 \times n7}}{n} & W = \frac{n_{5 \times n8}}{n} & X = \frac{n_{5 \times n9}}{n} & Y = \frac{n_{5 \times n10}}{n}
 \end{array}$$

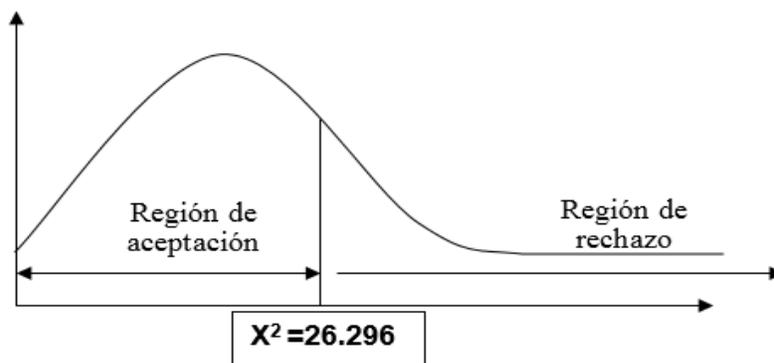
a) **Región de rechazo**

El siguiente gráfico representa la región de aceptación y de rechazo de las hipótesis planteadas, en el caso de la región de rechazo, esta resulta al lado derecho del valor tabular de Chi – cuadrado; la cual es hallada mediante la siguiente fórmula:

$\chi^2 (0.05, 16) = 26.296$, así obtenemos:

Gráfico No 19

Chi cuadrada de la Hipótesis Nula



Fuente: Elaboración Propia

a) **Hipótesis Específicas.**

Primera Hipótesis específica.

Hipótesis Alternativa H1

La gestión de pedidos influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.

Hipótesis Nula H0

La gestión de pedidos no influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.

Decisión:

Gráfico de tabla de contingencia con frecuencias observadas y frecuencias esperadas

Tabla No 19.

Frecuencias Observadas de la primera Hipótesis Especifica

Pregunta 11: ¿Considera usted que el tiempo que le dedican para la toma de su solicitud es adecuada?							
Pregunta 2: ¿Considera Ud. adecuado los procedimientos de gestión de pedidos?		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	En desacuerdo	0	8	0	5	0	13
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	5	5	3	0	13
	De acuerdo	0	8	4	44	5	61
	totalmente en desacuerdo	0	5	0	0	8	13
	Total	0	26	9	52	13	100

Fuente: Elaboración propia

Tabla No 20.

Frecuencias esperadas de la primera Hipótesis Especifica

		Pregunta 11: ¿Considera usted que el tiempo que le dedican para la toma de su solicitud es adecuada?					
Pregunta 2: ¿Considera Ud. adecuado los procedimientos de gestión de pedidos?		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
	Totalmente en desacuerdo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	En desacuerdo	0,00	3,38	1,17	6,76	1,69	13,00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0,00	3,38	1,17	6,76	1,69	13,00
	De acuerdo	0,00	15,86	5,49	31,72	7,93	61,00
	totalmente en desacuerdo	0,00	3,38	1,17	6,76	1,69	13,00
	Total	0,00	26,00	9,00	52,00	13,00	100,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla No 21

Chi cuadrada de la primera Hipótesis Nula

No	Fo	Fe	Fo-Fe	(Fo-Fe)²	(Fo-Fe)²/Fe
1	0	0,00	0,00	0,00	0,00
2	0	0,00	0,00	0,00	0,00
3	0	0,00	0,00	0,00	0,00
4	0	0,00	0,00	0,00	0,00
5	0	0,00	0,00	0,00	0,00
6	0	0,00	0,00	0,00	0,00
7	8	3,38	4,62	21,34	6,31
8	0	1,17	-1,17	1,37	1,17
9	5	6,76	-1,76	3,10	0,46
10	0	1,69	-1,69	2,86	1,69
11	0	0,00	0,00	0,00	0,00
12	5	3,38	1,62	2,62	0,78
13	5	1,17	3,83	14,67	12,54
14	3	6,76	-3,76	14,14	2,09
15	0	1,69	-1,69	2,86	1,69

16	0	0,00	0,00	0,00	0,00
17	8	15,86	-7,86	61,78	3,90
18	4	5,49	-1,49	2,22	0,40
19	44	31,72	12,28	150,80	4,75
20	5	7,93	-2,93	8,58	1,08
21	0	0,00	0,00	0,00	0,00
22	5	3,38	1,62	2,62	0,78
23	0	1,17	-1,17	1,37	1,17
24	0	6,76	-6,76	45,70	6,76
25	8	1,69	6,31	39,82	23,56
					69,13

Fuente: Elaboración propia

Nivel de significancia de: 0.05

Grados de libertad: $(m-1)(n-1) = (5-1)(5-1) = 16$

m: Número de fila = 5

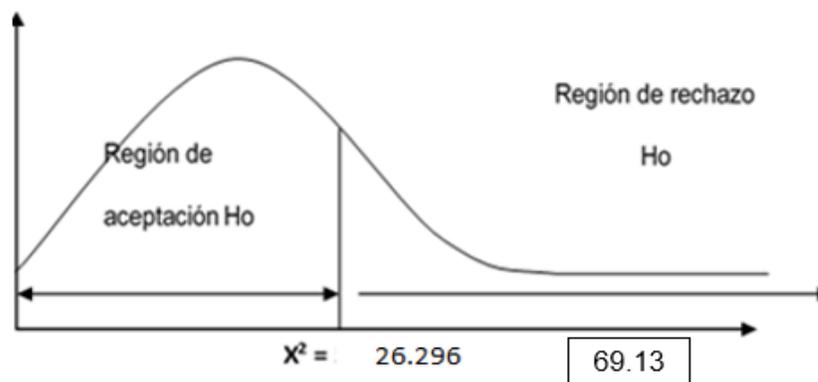
n: Número de columnas = 5

Chi cuadrado tabular:

$X^2 = 26.296$

Gráfico No 20

Chi cuadrada de la primera Hipótesis Nula



Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, X^2 calculada tiene el valor de 69.13, resultado comparado con el valor de X^2 teórico que se consigue de la distribución de Chi-cuadrada. Para este caso, se muestra que la X^2 hallada es mayor a la tabular (26.296), por ello, la primera hipótesis específica nula (H_0): “La gestión de pedidos no influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.” es rechazada; aceptándose la primera hipótesis específica alternativa (H_1): “La gestión de pedidos influye positivamente en la satisfacción del servicio al cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.”

Segunda Hipótesis específica.

Hipótesis Alternativa H_1

El nivel de stock influye positivamente en la satisfacción del servicio al cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.

Hipótesis Nula H_0

El nivel de stock no influye positivamente en la satisfacción del servicio al cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.

Decisión:

Gráfico de tabla de contingencia con frecuencias observadas y frecuencias esperadas

Tabla No 22.

Frecuencias Observadas de la segunda Hipótesis Especifica

		Pregunta 14: ¿Consideró usted realizar algún reclamo por insatisfacción de la gestión de pedido?					
Pregunta 6: ¿Considera usted que constantemente el área se queda sin stock de los		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	totalmente en desacuerdo	Total
	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	En desacuerdo	4	4	0	5	0	13
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	9	4	0	13
	De acuerdo	1	9	22	21	4	57
	totalmente en desacuerdo	4	4	4	0	5	17
	Total	9	17	35	30	9	100

Fuente: Elaboración propia

Tabla No 23.

Frecuencias esperadas de la segunda Hipótesis Especifica

		Pregunta 15: ¿Consideró usted realizar algún reclamo por insatisfacción de la gestión de pedido?					
Pregunta 6: ¿Considera usted que constantemente el área se queda sin stock de los		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	totalmente en desacuerdo	Total
	Totalmente en desacuerdo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	En desacuerdo	1,17	2,21	4,55	3,90	1,17	13,00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1,17	2,21	4,55	3,90	1,17	13,00
	De acuerdo	5,13	9,69	19,95	17,10	5,13	57,00
	totalmente en desacuerdo	1,53	2,89	5,95	5,10	1,53	17,00
	Total	9,00	17,00	35,00	30,00	9,00	100,00

Fuente: Elaboración propia

Resolviendo la Chi – cuadrada, se tiene:

Tabla No 24
Chi cuadrada de la segunda Hipótesis Nula

No	Fo	Fe	Fo-Fe	(Fo-Fe) ²	(Fo-Fe) ² /Fe
1	0	0,00	0,00	0,00	0,00
2	0	0,00	0,00	0,00	0,00
3	0	0,00	0,00	0,00	0,00
4	0	0,00	0,00	0,00	0,00
5	0	0,00	0,00	0,00	0,00
6	4	1,17	2,83	8,01	6,85
7	4	2,21	1,79	3,20	1,45
8	0	4,55	-4,55	20,70	4,55
9	5	3,90	1,10	1,21	0,31
10	0	1,17	-1,17	1,37	1,17
11	0	1,17	-1,17	1,37	1,17
12	0	2,21	-2,21	4,88	2,21
13	9	4,55	4,45	19,80	4,35
14	4	3,90	0,10	0,01	0,00
15	0	1,17	-1,17	1,37	1,17
16	1	5,13	-4,13	17,06	3,32
17	9	9,69	-0,69	0,48	0,05
18	22	19,95	2,05	4,20	0,21
19	21	17,10	3,90	15,21	0,89
20	4	5,13	-1,13	1,28	0,25
21	4	1,53	2,47	6,10	3,99
22	4	2,89	1,11	1,23	0,43
23	4	5,95	-1,95	3,80	0,64
24	0	5,10	-5,10	26,01	5,10
25	5	1,53	3,47	12,04	7,87
					45,98

Fuente: Elaboración Propia

Nivel de significancia de: 0.05

Grados de libertad: $(m-1)(n-1) = (5-1)(5-1) = 16$

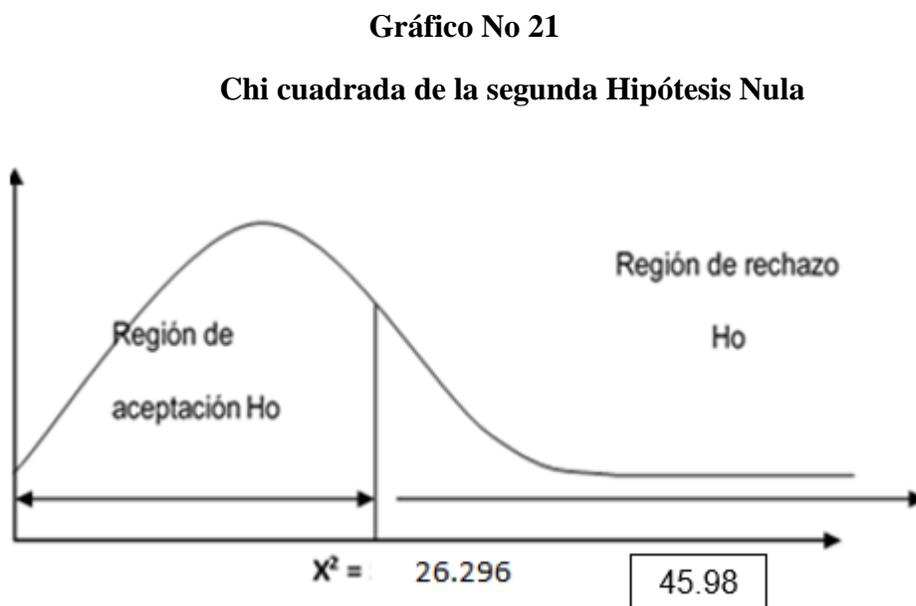
m: Número de fila = 5

n: Número de columnas = 5

Chi cuadrado tabular

$$X^2=26.296$$

Gráficamente obtenemos:



Fuente: Elaboración Propia

Por lo tanto, X^2 calculada es 45.98, resultado que se compara con el valor de X^2 teórico obtenido de la distribución de Chi- cuadrada. Para ello, se muestra que la X^2 hallada es mayor a la tabular (26.296), como consecuencia, la segunda hipótesis específica nula (H_0): “El nivel de stock no influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.” es rechazada; aceptándose la segunda hipótesis específica alternativa (H_1): “El nivel de stock influye positivamente en la satisfacción del servicio al cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.”

Tercera Hipótesis específica.

Hipótesis Alternativa H₁

El periodo de distribución influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.

Hipótesis Nula H₀

El periodo de distribución no influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.

Decisión:

Gráfico de tabla de contingencia con frecuencias observadas y frecuencias esperadas

Tabla No 25

Frecuencias Observadas de la tercera Hipótesis Especifica

		Pregunta 18: ¿Considera Ud. que los procedimientos de gestión de pedidos alcanzaron sus expectativas?					
Pregunta 9: ¿Cómo califica la flexibilidad de horario de reparto?		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	totalmente en desacuerdo	Total
	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	En desacuerdo	0	4	14	7	1	26
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	6	7	0	13
	De acuerdo	0	0	18	30	4	52
	totalmente en desacuerdo	0	0	1	4	4	9
	Total	0	4	39	48	9	100

Fuente: Elaboración propia

Tabla No 26

Frecuencias esperadas de la tercera Hipótesis Especifica

		Pregunta 18: ¿Considera Ud. que los procedimientos de gestión de pedidos alcanzaron sus expectativas?					
Pregunta 9: ¿Cómo califica la flexibilidad de horario de reparto?		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	totalmente en desacuerdo	Total
	Totalmente en desacuerdo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	En desacuerdo	0,00	1,04	10,14	12,48	2,34	26,00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0,00	0,52	5,07	6,24	1,17	13,00
	De acuerdo	0,00	2,08	20,28	24,96	4,68	52,00
	totalmente en desacuerdo	0,00	0,36	3,51	4,32	0,81	9,00
	Total	0,00	4,00	39,00	48,00	9,00	100,00

Fuente: Elaboración propia

Resolviendo la Chi – cuadrada, se tiene:

Tabla No 27

Chi Cuadrada de la tercera Hipótesis Nula

No	Fo	Fe	Fo-Fe	(Fo-Fe) ²	(Fo-Fe) ² /Fe
1	0	0,00	0,00	0,00	0,00
2	0	0,00	0,00	0,00	0,00
3	0	0,00	0,00	0,00	0,00
4	0	0,00	0,00	0,00	0,00
5	0	0,00	0,00	0,00	0,00
6	0	0,00	0,00	0,00	0,00
7	4	1,04	2,96	8,76	8,42
8	14	10,14	3,86	14,90	1,47
9	7	12,48	-5,48	30,03	2,41

10	1	2,34	-1,34	1,80	0,77
11	0	0,00	0,00	0,00	0,00
12	0	0,52	-0,52	0,27	0,52
13	6	5,07	0,93	0,86	0,17
14	7	6,24	0,76	0,58	0,09
15	0	1,17	-1,17	1,37	1,17
16	0	0,00	0,00	0,00	0,00
17	0	2,08	-2,08	4,33	2,08
18	18	20,28	-2,28	5,20	0,26
19	30	24,96	5,04	25,40	1,02
20	4	4,68	-0,68	0,46	0,10
21	0	0,00	0,00	0,00	0,00
22	0	0,36	-0,36	0,13	0,36
23	1	3,51	-2,51	6,30	1,79
24	4	4,32	-0,32	0,10	0,02
25	4	0,81	3,19	10,18	12,56
					33,22

Fuente: Elaboración Propia

Nivel de significancia de: 0.05

Grados de libertad: $(m-1)(n-1) = (5-1)(5-1) = 16$

m: Número de fila = 5

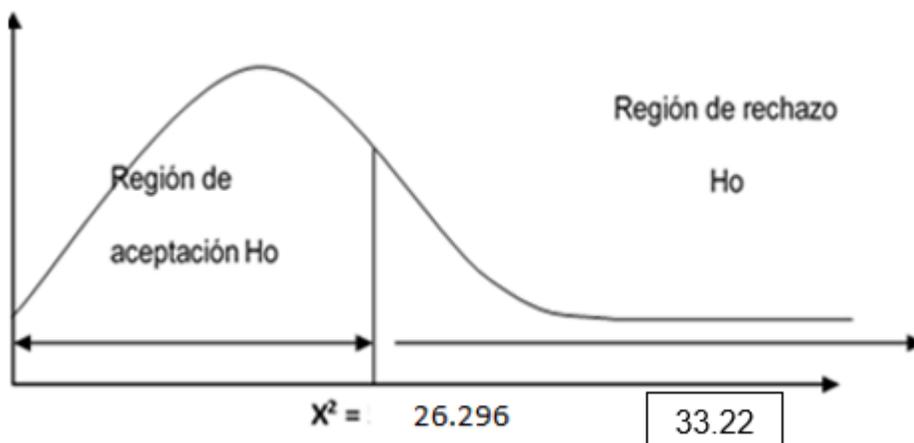
n: Número de columnas = 5

Chi cuadrado tabular

$X^2 = 26.296$

De manera gráfica tenemos:

Gráfico No 22
Chi Cuadrada de la tercera Hipótesis Nula



Fuente: Elaboración Propia

Por lo tanto, X^2 calculada es 33.22, resultado comparado con el valor de X^2 teórico obtenida de la distribución de Chi- cuadrada. Para este caso, se muestra que la X^2 hallada es mayor a la tabular (26.296), como efecto, la tercera hipótesis específica nula (H_0): “El período de distribución no influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.” es rechazada; aceptándose la tercera hipótesis específica alternativa (H_1): “El período influye positivamente en la satisfacción del servicio al cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.”.

b) Hipótesis General.

Hipótesis Alternativa H_1

La gestión de abastecimiento influye positivamente en la satisfacción del cliente interno al cliente de Laboratorios Bagó del Perú S.A.

Hipótesis Nula H0

La gestión de abastecimiento no influye positivamente en la satisfacción del cliente interno al cliente de Laboratorios Bagó del Perú S.A.

Decisión:

Gráfico de tabla de contingencia con frecuencias observadas y frecuencias esperadas

Tabla No 28

Frecuencias Observadas de la Hipótesis General

TABLA DE LA FRECUENCIA OBSERVADA						
	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5	Total
Pregunta 2	0	13	13	61	13	100
Pregunta 11	0	26	9	52	13	100
Pregunta 6	0	13	13	61	13	100
Pregunta 15	9	17	35	30	9	100
Pregunta 9	0	26	13	52	9	100
Pregunta 18	0	4	39	48	9	100
Total	9	99	122	304	66	600

Fuente: Elaboración Propia

Tabla No 29

Frecuencias esperadas de la Hipótesis General

TABLA DE LA FRECUENCIA ESPERADA						
	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5	Total
Pregunta 2	1,50	16,50	20,33	50,67	11,00	100,00
Pregunta 11	1,50	16,50	20,33	50,67	11,00	100,00
Pregunta 6	1,50	16,50	20,33	50,67	11,00	100,00
Pregunta 15	1,50	16,50	20,33	50,67	11,00	100,00
Pregunta 9	1,50	16,50	20,33	50,67	11,00	100,00
Pregunta 18	1,50	16,50	20,33	50,67	11,00	100,00
Total	9	99	122	304	66	600

Fuente: Elaboración Propia

Resolviendo la Chi – cuadrada, se tiene:

Tabla No 30
Chi cuadrado de la Hipótesis Nula General

No	Fo	Fe	Fo-Fe	(Fo-Fe) ²	(Fo-Fe) ² /Fe
1	0	1,50	-1,50	2,25	0,00
2	13	16,50	-3,50	12,25	0,74
3	13	20,33	-7,33	53,78	2,64
4	61	50,67	10,33	106,78	2,11
5	13	11,00	2,00	4,00	0,36
6	0	1,50	-1,50	2,25	0,00
7	26	16,50	9,50	90,25	5,47
8	9	20,33	-11,33	128,44	6,32
9	52	50,67	1,33	1,78	0,04
10	13	11,00	2,00	4,00	0,36
11	0	1,50	-1,50	2,25	0,00
12	13	16,50	-3,50	12,25	0,74
13	13	20,33	-7,33	53,78	2,64
14	61	50,67	10,33	106,78	2,11
15	13	11,00	2,00	4,00	0,36
16	9	1,50	7,50	56,25	0,00
17	17	16,50	0,50	0,25	0,02
18	35	20,33	14,67	215,11	10,58
19	30	50,67	-20,67	427,11	8,43
20	9	11,00	-2,00	4,00	0,36
21	0	1,50	-1,50	2,25	0,00
22	26	16,50	9,50	90,25	5,47
23	13	20,33	-7,33	53,78	2,64
24	52	50,67	1,33	1,78	0,04
25	9	11,00	-2,00	4,00	0,36
26	0	1,50	-1,50	2,25	0,00
27	4	16,50	-12,50	156,25	9,47
28	39	20,33	18,67	348,44	17,14
29	48	50,67	-2,67	7,11	0,14
30	9	11,00	-2,00	4,00	0,36
					78,91

Fuente: Elaboración Propia

Nivel de significancia de: 0.05

Grados de libertad: $(m-1)(n-1) = (6-1)(5-1) = 20$

m: Número de fila = 6

n: Número de columnas = 5

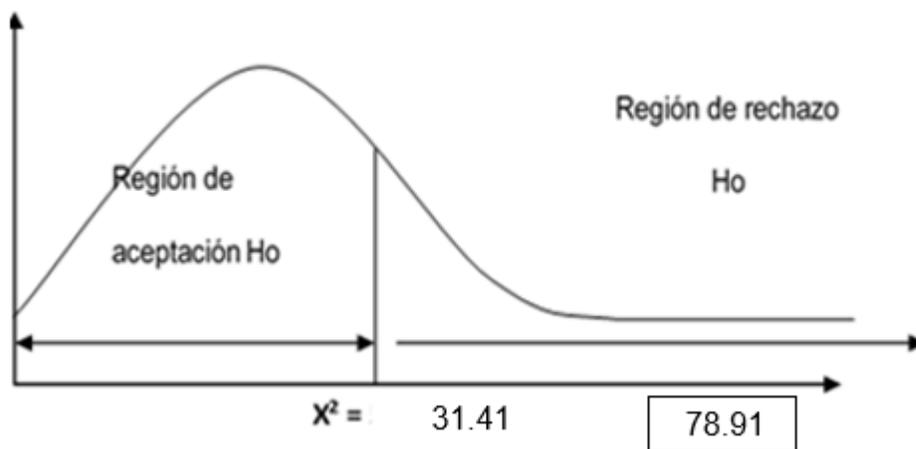
Chi cuadrado tabular

$X^2 = 31.41$

De manera gráfica tenemos:

Gráfico No 23

Chi cuadrado de la Hipótesis Nula General



Fuente: Elaboración Propia

Por lo tanto, X^2 calculada es 78.91, resultado comparado con el valor de X^2 teórico obtenido de la distribución de Chi- cuadrada. Para este caso, se muestra que la X^2 hallada es mayor a la tabular (31.41), como efecto, hipótesis general nula (H_0): “La gestión de abastecimiento no influye positivamente en la satisfacción del cliente

interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.” queda rechazada; aceptándose la hipótesis general alternativa (H_1): “La gestión de abastecimiento influye positivamente en la satisfacción del servicio al cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A.”

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

1. A partir de los resultados obtenidos se acepta la hipótesis alternativa general que propone la existencia de una relación de dependencia entre la gestión de abastecimiento y la satisfacción de los clientes internos del Laboratorio Bagó del Perú S.A.

Estos hallazgos concuerdan con lo señalado por Alania (2010) quien menciona que el papel de la gestión de abastecimiento en la relación con el cliente ha ido en crecimiento, siendo actualmente de suma importancia, y las malas coordinaciones que se realicen causaran grandes pérdidas monetarias (p.1)

Ello es conforme con lo que en esta tesis se encuentra, planteado en el cliente interno.

2. A partir de los resultados obtenidos se acepta la primera hipótesis alternativa que propone la existencia de una relación de dependencia entre la gestión de pedidos y la satisfacción de los clientes internos del Laboratorio Bagó del Perú S.A.

Estos hallazgos concuerdan con lo mencionado por Mejía y Ugaz (2016) quien resalta la importancia de la gestión de pedidos y la agilidad que ésta debe tener para lograr la satisfacción de los clientes. En caso, los pedidos tengan un retraso, el tiempo de espera causará una gran influencia en el cliente y su nivel de satisfacción. (p. iv)

Ello es conforme con lo que en esta tesis se encuentra, planteado en el cliente interno.

3. A partir de los resultados obtenidos se acepta la segunda hipótesis alternativa que propone la existencia de una relación de dependencia entre el nivel de stock y la satisfacción de los clientes internos del Laboratorio Bagó del Perú S.A.

Estos hallazgos concuerdan con lo indicado por Montoya, Olivares y Musalem (2014) quien menciona los efectos que una empresa presenta frente a un quiebre de stock, ya

que aparte de causar grandes pérdidas monetarias, los clientes pierden lealtad hacia la empresa ante la falta de stock de los productos que desean. (p. i)

Ello es conforme con lo que en esta tesis se encuentra, planteado en el cliente interno.

4. A partir de los resultados obtenidos se acepta la tercera hipótesis alternativa que propone la existencia de una relación de dependencia entre el periodo de distribución y la satisfacción de los clientes internos del Laboratorio Bagó del Perú S.A.

Estos hallazgos concuerdan con lo señalado por Tamez (2009) quien menciona que en una cadena de suministro correctamente sincronizada, los intermediarios laboran de manera eficiente para entregar la mercancía de manera más rápida, para conseguir la satisfacción de la demanda de los clientes. (p.3)

Ello es conforme con lo que en esta tesis se encuentra planteado en el cliente interno.

CONCLUSIONES

1. Se ha demostrado que la gestión de abastecimiento influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú, lo cual implica que la gestión de abastecimiento se encuentra relacionada con la satisfacción del cliente interno, afirmación sustentada mediante los resultados estadísticos obtenidos, donde según el resultado de la chi cuadrada X^2 la hipótesis general alternativa queda aceptada (Tabla No 30)
2. Se ha demostrado que la gestión de pedidos influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A, lo cual implica que la gestión de pedidos se encuentra relacionada con la satisfacción que muestra el cliente interno, afirmación sustentada mediante los resultados estadísticos obtenidos, donde según el resultado de la chi cuadrada X^2 la segunda hipótesis alternativa queda aceptada (Tabla N° 21)
3. Se ha demostrado que el nivel de stock influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A, lo cual implica que el nivel de stock se encuentra relacionada la satisfacción que muestra el cliente interno, afirmación sustentada mediante los resultados estadísticos obtenidos, donde según el resultado de la chi cuadrada X^2 la tercera hipótesis alternativa queda aceptada (Tabla N° 24)
4. Se ha demostrado que el período de distribución influye positivamente en la satisfacción del cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A, lo cual implica que el período de distribución se encuentra relacionada con la satisfacción que muestra el

cliente interno, afirmación sustentada mediante los resultados estadísticos obtenidos, donde según el resultado de la chi cuadrada X^2 la hipótesis específica alternativa queda aceptada (Tabla N° 27)

RECOMENDACIONES

1. Fortalecer la calidad del servicio al cliente interno de Laboratorios Bagó del Perú S.A. a fin de generar una mayor satisfacción de los ya mencionados. Se sugiere realizar una evaluación trimestral sobre la satisfacción a través de la metodología de encuestas anónimas, para poder tomar medidas correctivas y mejorar el nivel de servicio de atención.
2. Mejorar el sistema de abastecimiento de los productos de Laboratorios Bagó del Perú S.A para lograr una mayor eficiencia del servicio, además de formular estrategias para evitar los casos de rotura de stock del área. Calcular la cantidad promedio de medicamentos brindados a los visitantes por mes, evaluando así, el realizar una solicitud de mayor cantidad de muestras médicas que logre ser utilizado por un plazo de 3 meses aproximados. Proponer además un stock de seguridad que pueda abastecer al área de servicios de los medicamentos para la atención a los visitantes médicos, en casos de urgencia.
3. Desarrollar capacitaciones continuas con el personal de logística de Laboratorios Bagó del Perú S.A permitiendo el logro de mejores resultados y el poder abastecer las altas demandas de los medicamentos, con la finalidad de reducir las reclamaciones de los visitantes médicos, obteniendo a su vez su satisfacción y una mejora en la imagen corporativa del laboratorio.

4. Formular estrategias de gestión de pedido y de distribución de las muestras médicas de Laboratorios Bagó del Perú S.A., a fin reducir ciertos procesos que pueden resultar redundantes, consiguiendo así una gestión más eficiente. Además de lograr disminuir el proceso de importación de los medicamento y reducir el tiempo de trámites; obteniendo mejores resultados, mediante el arribo y distribución de las muestras médicas al área correspondiente, para su inmediata entrega a los visitantes médicos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, C. (2000). *Enfoque Gerencial de la Teoría de Restricción*. Cali, Colombia: Scielo
- Alania, E. (2010). *Relaciones Cliente-Proveedor en la Gestión de Abatecimiento: Estudio de caso en la minería peruana*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Alcalde, P. (2009). *Calidad*. Madrid, España: Paraninfo.
- Alles, M. (2016). *Selección por competencias*. Argentina : Granica .
- Asociación Española para la Calidad. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. Madrid, España: AEC.
- Bohórquez, M. (2015). *La Cadena de Suministro y su Impacto en la Experiencia del Cliente*. Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada Especialización Mercadeo de Servicios.
- Centro Europeo de Empresas Innovadoras de la Comunidad de Valencia. (2008). *Análisis de satisfacción del cliente*. Valencia, España: IMPIVA.
- Cobra, M. (2003). *Marketing de servicios. Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación*. Colombia: McGraw Hill.
- Denove, C., & Power, J. (2006). *La Satisfacción del Cliente*. Colombia: Portafolio.
- Espinoza, O. (2011). *La Administración Eficiente de los Inventarios*. Madrid, España: La Ensenada.
- Gasso, F. (2008). *Hiper Satisfacción del Cliente*. México: Panorama.
- Hernandez, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Instituto Nacional de Administración Pública. (1993). *Diccionario relacionado con el sistema de abastecimiento*. Lima, Perú: FIMART S.A.
- Jhonson, L. (2012). *Administración de Compras y Abastecimiento*. México: McGraw Hill.
- Jiménez, J. (2000). *Manual de gestión para jefes de servicios clínicos*. España: Díaz Santos.

- Kotler, P. (2006). *Dirección de Mercadotecnia* (8va ed.). España: Pearson Education.
- Lopez, R. (2014). *Logística de aprovisionamiento*. España: Paraninfo.
- Lovelock, C. (2009). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia*. . México: Prentice Hall.
- Mejía, M., & Ugaz, W. (2016). *La Gestión de Procesos de Pedido en el Sistema SAP y su Influencia en la Atención al Cliente de la Empresa La Viga S.A. en el Último Trimestre del Año 2016 en Lima*. Lima, Perú: Universidad Tecnológica del Perú.
- Montes, F. (2017). *Análisis De La Satisfacción Del Cliente Y Las Buenas Prácticas De Gestión Logística De Almacén En Transporte Logístico Mary S.C.R.L., Juliaca, 2016*. Juliaca, Perú: Universidad Nacional del Altiplano.
- Montoya, R., Olivares, M., & Musalem, A. (2014). *Estudio del Comportamiento de los Clientes Frente a un Quiebre de Stock y su Impacto Económico en un Supermercado*. Santiago de Chile, Chile: Universidad de Chile.
- Organizacion Internacional de Normalización. (31 de julio de 2018). *Sistemas de gestión de la calidad*. Obtenido de Sistemas de gestión de la calidad: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:en:term:3.6.2>
- Paredes, L. (2015). *Influencia de la Cadena de Suministro en la Calidad de Servicio en la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.* . Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Paz, R. (2007). *Atención al cliente*. España: Ideaspropias.
- Real Academia Española. (28 de julio de 2017). *Asociación de academias de la lengua española*. Obtenido de Asociación de academias de la lengua española: <http://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>
- Sanchez, P. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. España: Editex.
- Siebel, T. (2001). *Principios del e-Business*. Barcelona: Granica.

- Silva, O. (2002). *Teorías de la Administración*. . México D.F.: International Thomson Editores.
- Stephen, R. (2005). *Administración* (8va ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- Tamez, I. (2009). *Influencia de la Logística de Distribución dentro de la Cadena de Suministro en la Calidad del Servicio en la Industria Farmacéutica*. . México: Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Tibán, P. (2014). *Control de Stock de Mercancías y la Rentabilidad del área de Comercialización en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Tungurahua en el año 2012*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Torres, E. (2007). *Implicancias de la Logística en el Comercio Electrónico sobre la Satisfacción del Cliente Final*. Venezuela: Universidad Rafael Bellosillo Chacín.
- Urzelai, A. (2013). *Manual básico de logística integral*. Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Vargas, M. (2011). *Asistencia al Cliente: Nueva Creación en Logística de Valores-PROSEGUR*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.
- Varo, J. (1994). *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios*. España: Díaz de Santos S.A.
- Viñas, V. (2005). Satisfacción del cliente, calidad y evaluación: un análisis crítico. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 1-13.
- Zeithaml, V. (2002). *Marketing de servicios. Un enfoque integral del cliente a la empresa*. México: McGraw Hill.

ANEXOS
ANEXO N° 01

V1. Gestión de Abastecimiento

N°	INDICADORES DEL ESTUDIO	ESCALA VALORATIVA				
<i>Gestión de Pedidos</i>						
1	¿Considera Ud. Que los medios (vía correo, llamada telefónica, whatsapp o personal) para solicitar los pedidos le brinda facilidad?	1	2	3	4	5
2	¿Considera Ud. adecuado los procedimientos de gestión de pedidos?	1	2	3	4	5
3	¿Considera Ud. que la cantidad de solicitudes permitidas por visitador cubre sus necesidades de abastecimiento?	1	2	3	4	5
<i>Nivel de Stock</i>						
4	¿Considera Ud. que la empresa posee un stock óptimo de los productos?	1	2	3	4	5
5	¿Usted considera que la cantidad permitida de productos por médico es la adecuada?	1	2	3	4	5
6	¿Considera ud. que el área de servicios corporativos tiene constantemente quiebre de stock de los productos?	1	2	3	4	5
<i>Período de Distribución</i>						
7	¿Considera usted que existe una entrega oportuna de los productos por delivery /o entrega directa?	1	2	3	4	5
8	¿Ud. considera que las fechas de reparto que realiza la empresa son adecuadas?	1	2	3	4	5
9	¿Cómo califica la flexibilidad de horario de reparto?	1	2	3	4	5

ESCALA VALORATIVA

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

ANEXO N° 02

V2. Satisfacción del Cliente Interno

N°	INDICADORES DEL ESTUDIO	ESCALA VALORATIVA				
<i>Tiempo de Atención</i>						
1	¿Considera usted que el tiempo de respuesta a su pedido es oportuna?	1	2	3	4	5
2	¿Considera usted que el tiempo que le dedican para la toma de su solicitud es adecuada?	1	2	3	4	5
3	¿Considera usted que la agilidad en la entrega de su pedido es adecuada?	1	2	3	4	5
<i>Nivel de Satisfacción</i>						
4	¿Considera usted que los productos que recepcionó estaban en óptimas condiciones?	1	2	3	4	5
5	¿Se siente ud. identificado con la empresa donde labora?	1	2	3	4	5
6	¿Consideró usted realizar algún reclamo por insatisfacción de la gestión de pedido?	1	2	3	4	5
<i>Atención al cliente</i>						
7	¿Considera Ud. que el personal del área de servicio se encuentra capacitado, generándole confianza?	1	2	3	4	5
8	¿Considera usted que el área de Servicios Corporativos presenta un entorno físico agradable y cálido?	1	2	3	4	5
9	¿Considera Ud. que los procedimientos de gestión de pedidos alcanzaron sus expectativas?	1	2	3	4	5

ESCALA VALORATIVA

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

ANEXO N° 03**ENCUESTA**

No

Instrucciones

La presente técnica tiene por finalidad recoger información de interés relacionada con el tema “Influencia de la Gestión de Abastecimiento en la Satisfacción del Cliente Interno en el Laboratorios Bagó del Perú S.A., Lima, 2018”, a continuación, se le presenta un conjunto de preguntas para que usted elija la alternativa que considere correcta marcando para tal fin con un aspa (X)

Esta técnica es anónima se le agradece por su participación.

ESCALA VALORATIVA

RANGO	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
ESCALA	1	2	3	4	5

Cuestionario

N°	Preguntas	ESCALA VALORATIVA				
1	¿Considera Ud. Que los medios (vía correo, llamada telefónica, whatsapp o personal) para solicitar los pedidos le brinda facilidad?	1	2	3	4	5
2	¿Considera Ud. adecuado los procedimientos de gestión de pedidos?	1	2	3	4	5
3	¿Considera Ud. que la cantidad de solicitudes permitidas por visitador cubre sus necesidades de abastecimiento?	1	2	3	4	5
4	¿Considera Ud. que la empresa posee un stock óptimo de los productos?	1	2	3	4	5
5	¿Usted considera que la cantidad permitida de productos por médico es la adecuada?	1	2	3	4	5
6	¿Considera Ud. que el área de servicios corporativos tiene constantemente quiebre de stock de los productos?	1	2	3	4	5
7	¿Considera usted que existe una entrega oportuna de los productos por delivery /o entrega directa?	1	2	3	4	5

8	¿Ud. considera que las fechas de reparto que realiza la empresa son adecuadas?	1	2	3	4	5
9	¿Cómo califica la flexibilidad de horario de reparto?	1	2	3	4	5
10	¿Considera usted que el tiempo de respuesta a su pedido es oportuna?	1	2	3	4	5
11	¿Considera usted que el tiempo que le dedican para la toma de su solicitud es adecuada?	1	2	3	4	5
12	¿Considera usted que la agilidad en la entrega de su pedido es adecuada?	1	2	3	4	5
13	¿Considera usted que los productos que recepcionó estaban en óptimas condiciones?	1	2	3	4	5
14	¿Se siente Ud. identificado con la empresa donde labora?	1	2	3	4	5
15	¿Consideró usted realizar algún reclamo por insatisfacción de la gestión de pedido?	1	2	3	4	5
16	¿Considera Ud. que el personal del área de servicio se encuentra capacitado, generándole confianza?	1	2	3	4	5
17	¿Considera usted que el área de Servicios Corporativos presenta un entorno físico agradable y cálido?	1	2	3	4	5
18	¿Considera Ud. que los procedimientos de gestión de pedidos alcanzaron sus expectativas?	1	2	3	4	5

ANEXO N° 04

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3
2	5	2	4	5	4	5	3	5	2	4	2	5	5	5	2	5	5	5
3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	4	3	3	4	4	1	3	4	4
4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4
6	5	4	2	4	3	4	3	5	3	3	4	4	5	3	4	5	4	4
7	3	2	2	4	2	4	3	5	2	4	2	5	5	4	2	5	5	4
8	5	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	3	5	3	4	4	4	3
9	5	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5
10	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	5	3	4	5	3
11	5	4	2	2	2	4	3	3	2	3	4	3	5	5	3	4	3	3
12	4	4	2	2	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	1	5	5	4
13	5	5	3	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	4
14	4	4	3	4	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5
15	4	4	3	2	3	4	2	2	2	4	4	2	4	2	5	4	4	2
16	5	5	2	2	2	4	4	2	2	2	2	4	5	5	4	5	5	3
17	4	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3
18	2	3	1	2	1	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	5	3
19	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	2	4	4	4
21	5	4	3	2	3	5	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	3
22	4	4	3	3	3	4	2	2	2	4	4	2	4	5	4	4	4	4
23	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
24	3	2	2	2	2	2	3	4	4	2	2	3	4	5	4	4	5	3
25	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
26	5	5	2	2	2	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4
27	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	5	5	4	4	4	4
28	5	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4
29	3	4	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	5	3	4	5	3
30	3	3	1	2	1	5	5	3	3	4	4	5	5	5	3	5	5	3
31	4	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	4	5	5	3	5	5	4
32	5	3	2	3	2	4	4	4	2	4	2	4	4	5	4	5	4	4
33	5	4	2	2	3	4	2	2	3	3	3	2	5	5	4	5	5	4
34	4	4	2	3	2	4	2	4	2	2	4	2	5	5	2	4	4	3
35	4	4	3	3	3	2	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3
36	5	4	2	2	2	5	2	5	4	2	2	4	5	5	2	5	4	3
37	5	4	3	3	5	2	3	2	4	3	2	2	5	4	1	5	3	4

38	5	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
39	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	3	5	5	3	5	5	4
40	4	4	2	2	2	4	4	4	5	5	3	4	5	4	3	5	5	5
41	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	5	4	2
42	4	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	2	4	5	4
43	3	4	1	2	1	2	5	2	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
44	5	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
45	5	4	2	2	2	3	4	4	4	4	2	4	4	5	3	4	5	3
46	4	4	2	2	3	4	3	5	2	3	4	4	4	5	3	4	5	3
47	4	2	2	2	2	5	2	4	4	4	4	5	4	5	1	5	5	3
48	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	3	2	5	5	4	4	4	3
49	4	4	2	2	2	3	3	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4
50	5	4	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	5	5
51	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4	3
52	5	4	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	5	2	4	4	3
53	5	4	3	2	3	5	4	4	5	2	3	4	5	5	5	5	5	4
54	5	4	1	2	1	4	5	2	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4
55	5	5	3	3	3	4	3	4	4	2	5	5	5	5	3	5	5	4
56	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3
57	5	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4
58	4	2	2	2	2	4	2	4	2	4	2	2	5	5	4	5	3	3
59	5	4	2	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	5	4
60	3	5	3	3	4	3	4	4	5	5	2	4	5	5	3	4	5	3
61	4	5	2	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4
62	5	4	3	3	3	5	4	4	4	2	5	5	5	5	1	5	4	4
63	4	4	3	2	3	5	3	3	2	2	2	4	4	5	3	4	4	3
64	5	2	2	2	2	3	2	5	2	2	4	4	5	5	3	5	4	3
65	5	3	3	2	3	4	4	4	4	5	2	4	5	5	3	2	5	3
66	4	5	2	2	2	4	4	2	4	2	5	4	4	5	2	4	5	3
67	4	3	2	2	2	5	3	3	4	3	2	3	5	5	5	4	3	4
68	5	4	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5
69	5	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4	5	4	5	3	5	5	3
70	5	4	3	3	3	5	4	4	2	5	4	5	5	5	2	5	5	3
71	4	4	2	2	2	2	2	4	5	2	4	2	4	5	1	4	4	4
72	5	4	2	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
73	5	5	2	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4
74	5	4	2	3	2	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3
75	4	5	1	2	1	4	4	4	4	2	2	4	4	5	4	4	4	4
76	5	3	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2	5	4	4	5	4	3
77	2	4	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	4	5	2	5	5	4

78	4	5	2	2	3	4	3	4	4	3	2	4	5	5	3	4	4	4
79	4	2	2	2	2	3	4	2	4	2	4	4	5	5	3	4	5	4
80	5	3	4	2	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	1	5	5	5
81	5	4	3	4	3	2	3	5	2	5	4	4	5	5	4	4	4	2
82	2	4	1	2	1	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
83	5	4	4	2	4	3	4	4	4	5	4	3	5	5	3	5	5	3
84	4	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	2	4	5	3	4	4	4
85	4	4	1	2	1	5	4	3	3	2	4	4	4	2	1	2	4	4
86	5	4	3	2	3	5	2	2	2	2	4	2	5	4	5	4	5	3
87	5	4	3	4	3	4	4	2	2	4	4	2	4	5	4	4	5	4
88	4	4	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	5	3	2	4	4	5
89	4	2	1	2	1	4	2	4	3	2	2	3	4	5	3	4	5	3
90	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	2	3	4	4	3	4	5	3
91	4	4	2	4	2	4	2	3	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4
92	5	4	3	2	3	5	2	2	2	2	4	2	5	5	3	5	5	3
93	5	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4
94	5	3	3	2	3	4	2	2	2	4	3	2	5	4	3	4	4	3
95	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	4	3	4	5	2	4	5	4
96	4	5	3	2	3	5	4	3	4	4	2	2	4	2	5	4	4	4
97	4	3	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	5	3	2	4	5	4
98	5	2	3	4	3	4	2	3	5	4	2	2	4	4	4	4	4	5
99	4	4	3	2	3	2	2	2	2	4	4	2	5	5	2	4	5	2
100	2	4	1	2	1	4	4	3	4	2	4	3	4	2	3	2	5	3