



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la
distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORES:

Cerro Pasapera, Diego Alonso (ORCID: 0000-0002-7440-3713)

Huerta Condori, Maria Margarita (ORCID: 0000-0003-0931-106X)

ASESORA:

Dra. Palacios de Briceño, Mercedes Renee (ORCID: 0000-0001-8823-2655)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

PIURA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios porque Él es todopoderoso nos da la fuerza y el valor para seguir adelante.

A nuestros padres y a mi hijo con mucho amor, quienes siempre están apoyándonos para lograr nuestros sueños.

Agradecimiento

A nuestros profesores y asesores por sus enseñanzas que nos transformaron en grandes profesionales.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1 Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población, muestra y muestreo	13
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Validez.....	15
3.6. Método de Análisis de Datos.....	15
3.7. Aspectos Éticos	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	38
ANEXOS	46

Índice de tablas

Tabla 1 - Escala: Clientes.....	15
Tabla 2 - Escala: Trabajadores.....	15
Tabla 3 - Nivel alcanzado en la gestión del almacén.....	17
Tabla 4 - Nivel alcanzado en el manejo de las ventas.....	17
Tabla 5 - Frecuencia que la distribuidora cumple con los aspectos involucrados en los costos fijos.....	18
Tabla 6 - Análisis de correlación entre la gestión del almacén y las ventas....	19
Tabla 7 - Frecuencia que la distribuidora cumple con los aspectos involucrados en los costos.....	20
Tabla 8 - Análisis de correlación entre la recepción y el costo de las ventas .	21
Tabla 9 – Frecuencia que la distribuidora cumple con los aspectos involucrados en la modalidad de ventas.....	21
Tabla 10 - Análisis de correlación entre el almacenamiento y modalidad de las ventas.....	22
Tabla 11 – Frecuencia que la distribuidora cumple con los aspectos involucrados en la cantidad de pedidos.....	23
Tabla 12 - Análisis de correlación entre el despacho y la cantidad de pedidos.....	24
Tabla 13 - Concordancia de los trabajadores con los aspectos relacionados a la gestión del almacén.....	24
Tabla 14 - Concordancia de los trabajadores con los aspectos relacionados a las ventas.....	26
Tabla 15 Matriz de Operacionalización de variables.....	46
Tabla 16 Matriz de Consistencia.....	47
Tabla 17 - Matriz de Instrumentos: Cuestionario.....	48
Tabla 18 - Resultados de la Guía de Revisión Documental.....	63
Tabla 19 - Validaciones.....	65

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 - El almacén de la distribuidora 79

Figura 2 - Distribuidora Continental Textil S.A.C 80

Resumen

El desarrollo del trabajo tuvo como título “Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C. Piura año 2021” donde busca como objetivo principal analizar la incidencia de la gestión de almacén en las ventas. Se utilizó la metodología de investigación del tipo aplicada, con enfoque mixto, con diseño no experimental de corte transversal, nivel correlacional. La población estuvo constituida por los clientes y los trabajadores. Se empleó el muestreo no probabilístico por conveniencia para los clientes, la muestra fue de 200, que fue extraída de una población infinita y para los trabajadores se aplicó la muestra censal que fue de 6. Las técnicas de recojo de datos fueron encuestas, entrevista y revisión documental. El principal resultado obtenido fue que existe una correlación positiva entre las variables gestión de almacén y ventas. Como conclusiones, existe correlación entre ambas variables pues el Rho fue de 0.066. Con respecto a las dimensiones de recepción y costo de ventas obtuvo una correlación de $Rho = 0.030$, en las dimensiones de almacenamiento y modalidad de ventas la correlación fue de $Rho = 0.009$. y finalmente en la dimensión de despacho y cantidad de pedidos, obtuvo una correlación de $Rho = 0.155$.

Palabras Clave: Gestión de almacén, Ventas, Almacenamiento, Despacho, Cantidad de pedidos.

Abstract

The development of the work carried out is entitled “Warehouse management and its impact on the sales of the distributor Continental Textil S.A.C. Piura year 2021” where it seeks as its main objective to analyze the incidence of warehouse management on sales. Likewise, the applied research methodology was used, with a mixed approach, with a non-experimental cross-sectional design, correlational level. The population was made up of clients and workers. Non-probabilistic sampling was used for convenience for clients, therefore the sample was 200, which was extracted from an infinite population; However, in the case of workers, the census sample whose size was 6. The data collection techniques were surveys, interviews, and documentary review were applied. The main result obtained was that there is a positive correlation between the variables warehouse management and sales. As conclusions, there is a correlation between both variables since the Rho was 0.066. Regarding the dimensions of reception and cost of sales, a correlation of $Rho = 0.030$ was obtained as a result, however, in the Storage and Sales Modality dimensions the correlation was given by $Rho = 0.009$. and finally in the dimension of Dispatch and Quantity of Orders, a correlation of $Rho = 0.155$ was obtained as a result.

Keywords: Warehouse management, Sales, Storage, Dispatch, Quantity of orders.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad los almacenes son una parte muy importante en la empresa, ya que no solo se acopian los productos, materiales o cualquier tipo de bien que la empresa pueda poseer para vender, si no que a la vez permite contar con los materiales disponibles para los clientes evitándose la rotura de stock. Por lo tanto, si la empresa tiene un buen diseño y una excelente gestión de almacenes serían capaces de ahorrarse problemas que comúnmente las empresas tienen actualmente, que sería la necesidad brindar un servicio completo especificando los productos disponibles y el óptimo tiempo de despacho, por lo cual si no hay eficiencia en ellos pues se perderían clientes.

Ciertamente el almacén es el medio por el cual se cumplen los objetivos de crecer económicamente e incrementar las utilidades de la empresa, tiene una importancia en la forma que la empresa ubica su almacén, al igual del personal que selecciona para llevar a cabo su función eficientemente. También tienen una importancia para los clientes ya que ellos modifican sus necesidades, exigiendo un mayor servicio al proveedor, por lo que el manejo del almacén es un tema estratégico que permitirá mantener nuestras ventajas competitivas.

Entonces, el concepto de la gestión de almacenes se entiende que es primordial para mejorar la productividad y competitividad del almacén, cuya función es organizar y controlar la rotación de los materiales, respectivamente con sus normativas vigentes y procedimientos aseguren la calidad del almacén. El error más común que puede existir es que la empresa o encargado no pueda localizar, clasificar y disponer de espacio suficiente para el correcto almacenaje de productos. Es importante que la empresa organice y controle sus productos en el campo de trabajo a fin de evitar pérdidas económicas por la incorrecta manipulación y almacenaje de los materiales generando baja productividad y afectando directamente a las ventas y utilidades de la empresa. (Perú Retail, 2018)

Los cambios que han surgido para la logística durante los últimos años, se deben al incremento de las compras mediante el internet y otros factores. Estos tienen

un efecto que va directamente a los almacenes y han surgido nuevos problemas para su gestión. Por ende, es de importancia resolver los problemas que surjan en el almacén, y uno de ellos es la pérdida de ventas.

La gestión del almacén ayudará a que los productos que estén almacenados no sean deteriorados, expuestos a riesgos y que circulen de manera segura y rápida; por lo tanto, dándole calidad a un bien y servicio al cliente (Hernández 2019). No obstante, Aldea (2017) manifiesta que la gestión de almacenes es dar un buen servicio a un coste mínimo, es un proceso de la función logística que recibe, acopia y mueve los productos o materiales dentro del almacén hasta su consumo con el fin de proteger y controlar físicamente los artículos.

Flamarique (2020) señala la importancia de la capacitación profesional en la organización y gestión de almacenes, esto con el propósito de coordinar y establecer sus operaciones en cualquier tipo de empresa. Además, Martínez (2019) define que el almacén es un lugar o espacio establecido y organizado con el objetivo de que sus productos estén protegidos y guardados en la empresa. Beyero (2016) muestra que la gestión de almacenes es el proceso en el cual se utiliza lo que es la recepción, el almacenamiento y el desplazamiento de dicho almacén con el propósito de llegar al punto de entrega en despacho pues se debe estar bien informado sobre los datos de la localización. Y como objetivo la gestión de almacén mejora lo que es área logística funcional que procede en dos partes que son el abastecimiento y la distribución física.

Con respecto a la variable ventas, Moreira (2021) explica que las ventas constituyen un proceso de transacción comercial en el cual participan dos sujetos (vendedor y comprador), por el cual empieza con la caracterización de los grupos, engloban la toma de contacto y adquieren a los que muestran interés, para después pasarlos a la venta hasta que llegue el producto al cliente. Da Silva (2021) indica que en el proceso de ventas el personal respectivo está encargado de desarrollar una relación comercial que pueda darle como resultado una venta.

Es por ello, se enuncia el problema general como: ¿de qué manera la gestión de almacén incide en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021?, así mismo, se planteó como problemas específicos: (a) ¿cómo incide la recepción en el costo de ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año

2021?; (b) ¿cuál es la incidencia del almacenamiento en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021? y (c) ¿de qué manera incide el despacho en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021?

En la presente investigación se justifica de acuerdo con el ámbito práctico, permitió demostrar la relación que existe relación entre las dos variables por lo tanto estar en la capacidad de gestionar efectivamente el almacén e incrementar las ventas, con la aplicación de una mejor distribución de los materiales en el almacén habrá mayor orden, alcanzando las metas de los servicios que se requiere para poder atender los pedidos con personal que se encuentra laborando en un ambiente grato porque existe orden, en consecuencia se incrementa su compromiso para con la empresa, lo que significa que la organización cumplirá con sus clientes.

A partir de las preguntas formuladas nos planteamos como objetivo general: analizar la incidencia de la gestión de almacén en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021. Y como objetivos específicos: (a) describir la incidencia de la recepción en el costo de ventas de la distribuidora Continental S.A.C Piura año 2021; (b) identificar la incidencia del almacenamiento en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021 y (c) analizar la incidencia del despacho en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

Así mismo, se plantea la siguiente hipótesis general: la gestión de almacén incide positivamente en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021. Y como hipótesis específicas: (a) la recepción incide positivamente en el costo de ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021; (b) el almacenamiento incide positivamente en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021 y (c) el despacho incide positivamente en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional se presenta a Díaz y Barbosa (2020), cuya investigación es la *Gestión de almacenamiento y control de inventario en alcaldías del alto magdalena - caso Guataqui y Nariño Cundinamarca, Colombia*. El objetivo general del trabajo es hacer una reforma para gestionar almacenamiento y controlar el inventario en los almacenes generales de las alcaldías de municipios de la región del Alto Magdalena. Utilizó una metodología mixta con el Six Sigma y Diagrama de Pareto lo cual usa una ficha de observación, que permitan un debido mando del almacenamiento, la distribución y el control de inventarios. En los resultados el trabajo identifico que los almacenes en el (caso de este estudio), presentan errores parecidos por lo cual les ayudo a realizar propuestas para mejorar, mediante factores que dañan de primera mano la organización, diseño y control del almacén. En conclusión, este trabajo señala la importancia de la administración logística dentro de las funciones y pasos en todas las áreas, siendo la gestión de almacenamiento uno de los más importantes para alcanzar los tiempos de mejora para el almacén.

Mendoza (2018). Este proyecto presenta, *Estudio de la implementación de un almacén para venta de equipos, herramientas e insumos automotrices en el noroeste de la ciudad de Guayaquil*. Con el objetivo para una bodega de venta de variados equipos, utensilios e insumos automotrices para los talleres y vehículos. Para la investigación se utilizó el método cualitativo aplicando encuestas a otros almacenes que ejerzan la misma actividad que la empresa, recopilando datos de los procesos y datos estadísticos históricos. Para los resultados de la encuesta, dio resultados favorables para implementar un almacén en ventas de herramientas y materiales para automotrices usando el manejo de las herramientas y sistemas de organización. En conclusión, se usó una encuesta para adquirir información necesaria e implementar mejoras en los sistemas, de ese modo se debe conocer que modalidad se debe usar para un buen inventario y manejo de mercadería dentro del negocio, esta encuesta está compuesta por 9 ítems que son enfocadas a buscar soluciones y estrategias para implementar en la bodega de ventas de herramientas, equipos e insumos automotrices.

Rodríguez (2018) en su tema de investigación titulada *Sistema de inventarios para el almacén de la compañía CMD SAS, Colombia*, cuyo objetivo primordial ha sido diseñar un sistema de gestión de inventario para un almacén de materia prima. Realizaron su proyecto usando la metodología de enfoque mixto, un tipo de investigación aplicativo y diseño detallado; para la recolectar datos, usaron como herramientas las entrevistas y una observación directa usando técnicas y guías para dar entrevistas, por último, un estudio de revisión documental. Luego que realiza una exploración de datos como resultados obtuvieron que la empresa tiene una escasa gestión de inventarios ya que no cuenta con un sistema que permita mostrar el stock del almacén, por el cual esta empresa desconoce los precios al no disponer de un sistema que gestione sus inventarios. En conclusión, el investigador determina que la empresa debe invertir para lograr rediseñar del almacén para un mejor proceso de almacenamiento, capacitar continuamente a los colaboradores, que los procesos sean eficientes y que no perjudiquen a los trabajadores.

A nivel nacional, Coragua (2016), en su proyecto de tesis titulada *Sistema de control interno operativo en almacenes para mejorar la gestión de los inventarios de una empresa del sector agropecuario Chimú SRL de la ciudad de Trujillo*, cuyo objetivo de investigación ha sido una optimización en la gestión de inventarios para hacer uso de un sistema de control interno operativo en el almacén de la empresa. La metodología que utilizó el investigador era de un enfoque mixto, tipo aplicativo, empleando un procedimiento detallado y recolectar datos, utilizaron como herramientas las entrevistas, cuestionarios, observaciones y documentos de técnicas y más. En los resultados encontró que la empresa tiene una falta de reglas, procesos de trabajos y políticas que apoyen en la mejora de las múltiples ocupaciones de los trabajadores. En conclusión, menciona que la falta de equipos y maquinaria en los almacenes dificulta la eficiente realización de las funciones y procedimientos establecidos. Por ello la inversión destinada a estos equipos permitirá que la gestión en los almacenes sea más efectiva en cuanto a recepción, despacho y almacenaje de la mercadería.

Díaz y Morales (2017), en su investigación titulada *Evaluación del control interno del área de almacén para incrementar la eficiencia operativa en la empresa*

Papelería Santa Rita S.A.C., Lima, octubre-diciembre 2014, como objetivo general que plantearon fue evaluar el control interno del área del almacén para incrementar la eficiencia operativa en la empresa papelería Santa Rita S.A.C octubre – diciembre 2014, usaron el tipo de investigación aplicada – no experimental que orienta a resolver problemas que surgen en la empresa. En conclusión, la empresa panadera debe mejorar su estructura orgánica y los procesos operativos del área de almacén incluyendo manuales y políticas, al igual que el manejo de los tipos de indicadores, por el cual dan un gran beneficio para controlar, tomar decisiones y planear, permitiendo un buen funcionamiento de manera sencilla y acertadamente para el área de almacén.

Para Díaz y Cabrera (2017), en su investigación titulada *Propuesta de un sistema de control interno para mejorar la eficiencia y Gestión de las existencias en el Hospital Regional de la PNP-Chiclayo*, tuvo como objetivo determinar la situación que estaban presenciando acerca del sistema de control interno para los almacenes, buscando realizar un estudio preliminar acerca de la empresa sobre el objeto de estudio. Para que se logre ese objetivo el investigador usó la metodología de tipo de investigación empírico experimental. Como resultados se encontraron carencias respecto al control de los productos del almacén. En conclusión, el investigador dio una propuesta para ejecutar un software, incluyendo manual de políticas, actualizando el manual de la empresa y sus funciones y por último un manual de procedimientos para lograr la excelencia en el ciclo del almacenamiento, haciendo que se reduzcan las 13 funciones de pedido y llegada de productos de medicamentos, además de una total revisión de las medicinas.

Jibaja (2017), en su proyecto de tesis titulada *Aplicación de gestión de inventarios para mejorar la productividad del almacén en la empresa Sein SRL, La Victoria, 2017*, tuvo como objetivo general determinar cómo la aplicación de la gestión de inventario mejora la productividad en el área de almacén de la empresa Sein SRL – La victoria – 2017. El investigador usó la metodología de enfoque cuantitativo, tipo de investigación aplicada ya que el investigador realizó una investigación cuasi experimental, alcanzó información que se fundamentó por el método inductivo y usando técnicas de observación, seguidamente utilizó una tabla de análisis para formar su diagnóstico. En conclusión, respecto a los resultados que obtuvieron

identificó que la preparación de los cuellos de botellas y la atención no hacen uso de la razón ya que hay varios pedidos y no priorizan la atención, entonces cuando aplicó la gestión de inventarios se dedujo que si mejora la productividad en el almacén.

A nivel regional se presenta a Chiroque (2017) cuya investigación titulada *Implementación de un plan de requerimiento de materiales para optimizar el abastecimiento para insumos en el almacén de la empresa Rosita E.I.R.L., Piura*, el objetivo general de la investigación era mejorar el abastecimiento de materias que serán puestos para el almacén, haciendo un plan de abastecimiento. Su metodología fue descriptiva, explicativa y pre experimental, usaron como herramientas, entrevistas, guías de observación y encuestas. Como conclusión, la organización no empleaba las herramientas para manejar eficientemente el orden de los envasados de agua o bidones, con la ayuda de la implementación para adquirir materiales, llegó a conocer las deficiencias que contenía el área de producción y comprobando que materiales necesitaban para la optimización de costos obteniéndose la mejor de la gestión logística.

Garay (2017). La presente tesis nombrada *“Propuesta de implementación de un sistema informático para gestión de almacén en la empresa KAEFER KOSTEC S.A.C en la ciudad DE TALARA; 2017”*. Su objetivo es realizar un sistema informático para la gestión del almacén para que mejore las actividades administrativas y operativas. Esa investigación tiene un enfoque cuantitativo, que evalúa las variables usando como herramienta una encuesta a 29 trabajadores de la empresa. Como resultados obtuvo que el 80% de los encuestados no están contentos con el sistema actual, el 87% creen que es factible realizar un sistema de gestión de almacén y por último que el 81% conoce de un sistema de gestión de almacén. En conclusión, se dice que Kaefer Kostec S.A.C, la empresa de la ciudad de Talara, necesita realizar un sistema de gestión de almacén para que mejore las actividades administrativas y operativas.

Entre las teorías que fundamentan a la investigación, respecto a la variable gestión del almacén, se encuentra a Salazar (2019) quien define a la gestión de almacén como un proceso de las actividades logísticas que se refiere al momento de recibir los productos hasta que son entregados como consumo material, materia prima y acabados.

Los objetivos que debe tener un almacén son rapidez de entrega, reducción de costos, fiabilidad, aumento del volumen disponible para las ventas, minimizar las operaciones de sus funciones y transporte, registro de salida de los artículos y ubicación de las existencias para facilitar su accesibilidad.

Samuel (2019) hace mención que las actividades de un almacén se enlazan con las incidencias de diferentes componentes ya sean físicos como organizacionales, hay actividades que son frecuentes ante cualquier entorno, y esas funciones son: a) Recepción de la mercancía: es una función común, en ella se examinan todos los productos recibidos, teniendo en cuenta sus características como las dimensiones y peso. b) Control de calidad: controla la calidad del material. c) Inventario de los productos: registrar en equipos informáticos de la empresa ya que es necesario tenerla localizada para encontrar su ubicación cuando se necesite de ella. d) Almacenamiento: el producto pasa por medios mecánicos para ser almacenado de forma adecuada. e) Preparación y expedición de pedidos: se preparan y expiden los pedidos de los clientes.

Según Salazar (2019) considera que el proceso de la gestión de almacén se forma mediante 2 ejes a través del proceso principal de planificación y la organización que las empresas plantean, manejos de 3 subprocesos que contiene la gestión de funciones, abarcando la recepción, almacenamiento y despacho.

Ortega (2019) enseña que la recepción es importante ya que es la actividad principal para el almacén, pues por medio de ella se inicia todo el proceso de almacenamiento. Si esta actividad es mal gestionada, puede ser la causante de muchos errores que luego se reflejan en el inventario y que limitan la producción de la instalación.

Groes (2021) señala que el registro de entrada se realiza cuando los productos llegan al almacén por lo que el encargado debe cumplir la función de registrar los

productos por medio de un escaneo de código de barras o puede registrarlos en alguno que otro sistema sea común en una hoja de cálculo o papel.

Herrera (2020) menciona que la recepción de la mercadería es el proceso donde el producto llega hacia el almacén con la finalidad de ser ubicados en el respectivo lugar siendo controlados con un sistema que inspecciona el almacenero.

Habib (2017) indica que la verificación es la función por el cual se hace un control de los datos del producto con lo que el cliente requiere, esto se realiza de manera interna, ya que se tiene que planear, formalizar y registrar el producto próximo que va a salir del almacén.

Westreicher (2020) considera que el almacenamiento es un proceso o acción de guardar o archivar materiales o documentos. El almacenamiento tiene como tarea ubicar ciertos objetos o información para un espacio determinado.

Torres (2020) manifiesta que el control de productos es un breve proceso para controlar la calidad, por lo que se somete un producto o servicio, y comprobar si cumple los estándares que la organización estableció para ello.

Femxa (2018) hace referencia que clasificación de productos se define por ser de gran ayuda para encontrar los productos en un almacén, ya que existe diferentes tamaños, clases, colores y otros más.

Alarcón (2019) menciona que la ubicación de los productos es aquella acción por la cual el almacenero trata de encontrar una ubicación precisa para un producto de cierta característica, evidentemente cuando un producto es clasificado, por su tamaño, peso, tipo o más se le pone en un lugar para su fácil acceso.

Sánchez (2020) señala que el despacho tiene como finalidad que el producto salga del almacén con el fin de ser entregado a su destino final, a tiempo para que sea así el producto este en muy buenas condiciones.

Gracia (2021) explica que la preparación de producto se pueden usar demostraciones de preparación con el fin de asegurarse de que se llenen los datos necesarios para un producto antes de usarlo en los servicios.

Peralta (2018) indica que nivel de cumplimiento consiste en ofrecer un servicio eficiente cuando un producto es despachado, por lo tanto, esta característica trata de ser eficiente en la entregar un producto en un periodo de tiempo.

Marín (2021) menciona que en la modalidad de pedidos se debe ver la forma correcta de como poder entregar el producto en la localización brindada por parte de los clientes.

Respecto a la variable ventas consideramos lo siguiente:

Varela (2019) dice que las ventas se definen por ser una parte clave de una empresa, por el cual uno puede entender si la empresa es productiva respecto a sus bienes o servicios, aparte es un intercambio donde la empresa ofrece un producto o servicio a cierto precio a cambio de un dinero que se requiere.

Maynés (2021) indica que es el intercambio que realiza un comprador y vendedor por el cual el vendedor ofrece un bien sea material o inmaterial al comprador, por el cual el que adquiere el bien tiene que ofrecer un material del mismo valor, mayormente es dinero.

Muente (2018) señala que incrementar las ventas es una de las preocupaciones de cualquier organización, ya sea de una proveedora de bienes y servicios. Por lo tanto, es primordial entender que existen posibilidades para poder generar ventas y que se logre llamar la atención del público que consumen ciertos productos.

Coll (2020) menciona que la cantidad de pedidos es a lo acorde que un cliente decida qué productos llevar y a gran cantidad, comúnmente se nota que los clientes compran cualquier tipo de producto cuando realiza una compra en un supermercado.

De Tena (2020) indica que los pedidos atendidos comienzan cuando el cliente realiza un pedido y acaba cuando se le entrega el producto con el fin de satisfacer al cliente.

Samuel (2016) explica que el pedido no atendido sucede cuando se realiza un pedido por online, ya que, al haber fallos de sistemas, el pedido no se puede registrar o tal vez por un problema existente que genera una mala organización.

Westreicher (2021) manifiesta que el pedido devuelto es la acción que se comete cuando el cliente devuelve el producto que se le fue otorgado pidiendo su dinero que pagó al comprarlo.

Zúñiga (2018) manifiesta que la modalidad de ventas ayuda al encargado de exportar, para determinar el precio final de la venta si es que existiría variación o no, por lo que depende del tipo de la mercadería que se exportaría.

Bazalar (2020) señala que las ventas al contado son un tipo de pedido que mayormente el cliente utiliza al pagar las mercaderías de forma inmediata, es decir, al entregar un producto se registra el pedido, después se factura los fondos en efectivo y se imprime de forma rápida.

Westreicher (2020) indica que mediante ventas al crédito el comprador recibe un bien o servicio y lo paga de manera futura, mejor dicho, se adquiere un producto de manera de inmediata, pero se puede pagar después en un cierto tiempo acordado.

Santiago (2019) señala que la venta mayorista con descuento es aplicada para el tipo de cliente que consume a gran cantidad, de forma que se le endulza al cliente con una oferta beneficiosa por comprar al por mayor.

Da Silva (2020) dice que el costo de ventas son los gastos de producir, distribuir y promocionar un producto o servicio, es decir, son los gastos de las operaciones de una organización, por el cual es necesario invertir para que el cliente pueda adquirir el producto o servicio.

Vélez (2019) menciona que los salarios se realizan por un pacto acordado mediante un documento por el cual anuncia el pago por el servicio prestado del trabajador de manera individual, por el cual puede ser un salario similar o superior al sueldo mínimo de manera mensual, por lo que existe diferentes tipos de pago de salario mediante cheques, en efectivo o cuentas bancarias de los trabajadores.

Páez (2020) dice que el flete es el costo que se muestra por el traslado de una carga de ciertos productos que van en algún medio de transporte, mejor dicho, es el precio que cobra el transportista por prestar su servicio.

Ludeña (2021) manifiesta que la compra materia prima es la compra monetaria que una empresa realiza a un proveedor que tenga la materia prima que necesite, este puede ser un bien o un servicio. Para ello la empresa tiene que sacar un presupuesto para comprar la materia prima que necesita para poder seguir produciendo y generar ventas.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Arias (2020) dice que la investigación aplicada tiene un objetivo que es determinar los problemas concretos y prácticos en una empresa u organizaciones ya que permite resolver problemas reales. De esta forma la presente investigación es aplicada porque se utilizó los conocimientos científicos y el objetivo es resolver un determinado problema.

Ayala (2021) define que la investigación mixta o también llamada metodología mixta de investigación es una investigación por el cual es usada para utilizar más de un método para conseguir los resultados. En la mayor parte, es la que comprende el avance de las investigaciones realizando una mezcla de investigación cuantitativa y cualitativa. La presente investigación es mixta por que utiliza encuestas, entrevista y revisión documental.

Arias (2020) dice que la investigación correlacional trata de descubrir cómo varia una variable al hacerlo con otra. La presente investigación fue correlacional ya que nos permite evaluar nuestras variables con el fin de identificar el grado de correlación que existe entre las variables.

Mata (2019) señala que el diseño no experimental, transversal no puede manipular las variables, pues trata de realizar observaciones de fenómenos por el cual no se puede manipular, pero si usar contexto para analizarlos. Se basa en categorías, definiciones, sucesos, comunidades o contextos sucedidos que ya ocurrieron o se dieron, pero sin intervención directa del investigador. De esta forma la presente investigación es diseño no experimental por que no se van a manipular las variables si no se desarrollará de acuerdo con los resultados que obtenga.

3.2. Variables y operacionalización:

Las variables que se van a trabajar en la presente investigación son las siguientes:

Variable independiente: Gestión de almacén

Salazar (2019) define a la gestión de almacén como un proceso de las actividades logísticas que se refiere al momento de recibir los productos hasta que son

entregados como consumo material, materia prima y acabados. Sus dimensiones vienen a ser la recepción, el almacenamiento y el despacho; y con respecto a la escala de medición es ordinal.

Variable dependiente: Ventas

Moreira (2021) señala que las ventas constituyen un proceso de transacción comercial donde participan dos sujetos (vendedor y comprador), por el cual empieza con la caracterización de los grupos, engloban la toma de contacto y adquieren a los que muestran interés, para después pasarlos a la venta hasta que llegue el producto al cliente. Sus dimensiones son modalidad de ventas, cantidad de pedidos y costos de ventas; su escala de medición viene a ser ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

Toledo (2018) hace mención que la población es el conjunto de elementos, individuos, lugares y objetos que lucen características o posición por el cual se quiere hacer el estudio y así conocer parte de la información. En la presente investigación se va a identificar la incidencia que existe entre la gestión de almacén y ventas, así mismo la población será los trabajadores de la distribuidora Continental Textil S.A.C (Piura) que cuenta con 6 trabajadores y 200 clientes.

López (2018) define la muestra como un subconjunto o parte de la población. Si se determina estadísticamente sería la cierta cantidad, que podrían representar adecuadamente el total de los datos. En esta investigación $N=n$ por lo tanto se trabajará con una muestra censal, para el caso de los trabajadores. Sin embargo, para los clientes se tiene una población infinita.

Añez (2021) dice que la población infinita está conformada por una gran cantidad de elementos donde los números no se conocen, pero son inmensos ya que no tienen fin.

Godoy (2020) declara que es el muestreo por conveniencia es el muestreo no probabilístico por el cual el investigador hace uso de los sujetos que se encuentren cerca y con disponibilidad para participar en la investigación. Es la técnica muy común, cuando se realizan estudios piloto para realizar un proyecto más amplio.

Requena (2017) manifiesta que el muestreo no probabilístico es una técnica utilizada para escoger a los elementos del muestreo realizado por decisión del investigador, no se conoce la probabilidad con que se puede seleccionar a cada individuo. Es útil para situaciones en la que el muestreo no probabilístico se hace imposible conseguir una muestra. Por eso, el tipo de muestreo usado en el presente trabajo de investigación es el muestreo no probabilístico, siendo la muestra de 200 clientes.

Criterios de inclusión:

- ✓ Personal que trabaja en la empresa
- ✓ Cliente de la empresa
- a) Criterios de exclusión:
 - ✓ Personal con una antigüedad menor a dos meses
 - ✓ Clientes no disponibles

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Villagrán (2020) manifiesta que son de utilidad las técnicas para recolectar datos dentro de una investigación y otros campos, por cierta razón esta permite sacar información mediante instrumentos, ya sea de forma estructurada o no; como tipos de técnicas, en la mayoría se usan encuestas, entrevistas y análisis de datos, entre otros. Así mismo para el proyecto de investigación se usará técnicas de encuestas y entrevista y la revisión documentaria para tener datos que nos permitirá poner en marcha el proyecto de la gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura 2021.

Acosta (2020) indica que el cuestionario es aplicado a la muestra que el investigador determina, es aquí cuando se plantea cierta cantidad de preguntas de forma abiertas o cerradas por el cual el instrumento permite tener información objetiva y es de manera personal, puede ser mediante un correo electrónico, medio telefónico u otro, pero hay que tener en cuenta que su efectividad de ser aplicada es diferente. El cuestionario se aplicará a los trabajadores de la empresa y clientes, constará de escala ordinal.

Bertomeu (2017) explica que para la entrevista se refiera a un diálogo establecido entre dos personas, el entrevistador y el entrevistado, puede ser de manera abierta o cerrada. La entrevista se aplicará al gerente general de la distribuidora.

3.5. Validez

Fernández (2017) explica que la validez se determina como el grado en que el instrumento auténticamente es capaz de medir las variables que sería evaluada. Por el cual esa validación permite que el instrumento sea validado por tres expertos.

3.6. Método de Análisis de Datos

Tabla 1 - Escala: Clientes

Resumen de procesamiento de casos		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,790	21

Tabla 2 - Escala: Trabajadores

Resumen de procesamiento de casos		N	%
Casos	Válido	6	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	6	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,808	27

3.7. Aspectos Éticos

En el presente trabajo de investigación se toman en cuenta algunos aspectos éticos, teniendo presente que la investigación se realizó en una distribuidora llamada Continental Textil S.A.C en la cual el Gerente General Gerardo Rodríguez Seminario nos brindó su autorización para llevar a cabo el proyecto de investigación de su empresa. Además, en la investigación se utilizó las normas APA tanto para las citas como en las referencias bibliográficas, se aplicó el cuestionario tanto para los clientes, trabajadores y se hizo una entrevista para el Gerente de la empresa en la cual se les recalcó que la información obtenida es de carácter confidencial para poder desarrollar la presente investigación.

IV. RESULTADOS

4.1 Incidencia de la gestión de almacén en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021

Tabla 3 - Nivel alcanzado en la gestión del almacén

	Muy deficiente		Deficiente		Regular		Buena		Muy Buena		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Gestión de almacén	0	0,0	0	0,0	38	19,0	162	81,0	0	0,0	200	100,0
Recepción	0	0,0	0	0,0	0	0,0	94	47,0	106	53,0	200	100,0
Almacenamiento	0	0,0	3	1,5	141	70,5	56	28,0	0	0,0	200	100,0
Despacho	0	0,0	0	0,0	142	71,0	58	29,0	0	0,0	200	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes

El estudio da cuenta que la gestión del almacén en general es buena de acuerdo a la opinión del 81%; solo el 19%, la califica como regular; esta gestión se explica sobre todo por la calidad de la recepción que es calificada como muy buena por el 53% y como buena por el 47%. Los otros dos aspectos de la gestión, el almacenamiento y el despacho, son calificados en un nivel regular por la mayoría de los clientes, según se deduce de las respuestas del 70.5% y 71%; sólo el 28% y 28%, 7 califica a estos aspectos en un nivel bueno.

Tabla 4 - Nivel alcanzado en el manejo de las ventas

	Muy deficiente		Deficiente		Regular		Buena		Muy Buena		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Ventas	0	0,0	0	0,0	47	23,5	153	76,5	0	0,0	200	100,0
Cantidad de pedidos	0	0,0	0	0,0	100	50,0	100	50,0	0	0,0	200	100,0
Modalidad de ventas	0	0,0	0	0,0	131	65,5	69	34,5	0	0,0	200	100,0
Costo de ventas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	134	67,0	66	33,0	200	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes

Con respecto a las ventas, éstas mayormente son calificadas en un nivel bueno por el 76.5%, a diferencia del 23.5%, que las califica en un nivel regular; destaca dentro de las dimensiones de las ventas, los costos, que son calificados por el 67% en un nivel bueno y por el 33% en un nivel muy bueno; en cambio, la cantidad de pedidos es

calificado en un nivel bueno por el 50% y la modalidad de ventas solo por el 34.5%, dejando en evidencia que estos dos últimos aspectos son los que reciben la calificación más baja.

Tabla 5 - Frecuencia que la distribuidora cumple con los aspectos involucrados en los costos fijos

	Total desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Total de acuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Recepción												
1.- Al momento de llegar a la distribuidora registra sus datos de entrada como cliente.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	113	56,5	87	43,5	200	100,0
2.- Junto con el trabajador verifica la calidad del producto entregado.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	97	48,5	103	51,5	200	100,0
3.- La firma de conformidad es efectuada una vez recibido el producto.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	81	40,5	119	59,5	200	100,0
Almacenamiento												
4.- El trabajador cumple con la entrega rápida del producto.	0	0,0	14	7,0	85	42,5	78	39,0	23	11,5	200	100,0
5.- Los productos se exhiben de manera adecuada	0	0,0	0	0,0	104	52,0	95	47,5	1	0,5	200	100,0
6.- La limpieza y el orden son primordiales en la clasificación de los productos tanto en la tienda como en el almacén.	0	0,0	20	10,0	96	48,0	84	42,0	0	0,0	200	100,0
Despacho												
7.- En el embalaje de sus productos utilizan marcas de prevención.	0	0,0	0	0,0	112	56,0	88	44,0	0	0,0	200	100,0
8.- Al momento de enviar el producto a domicilio se comunica al gerente para confirmar la entrega del producto.	0	0,0	30	15,0	102	51,0	68	34,0	0	0,0	200	100,0
9.- Prefiere personalmente recoger el producto.	0	0,0	0	0,0	137	68,5	63	31,5	0	0,0	200	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes

Analizando de manera más específica la dimensión de recepción, el estudio deja en evidencia que la mayoría de los clientes concuerdan de alguna manera en que se cumplen dichos aspectos de la recepción; aunque hay algunos que se cumplen más que el resto; es decir el 59.5% de los clientes concuerdan completamente en que la firma de conformidad es efectuada una vez recibido el producto, mientras que el 51.5% también evidencia tal grado de concordancia en que verifican la calidad del producto entregado junto con el trabajador; una cifra mucho menor, 56.5%, concuerda estar de

acuerdo, que al momento de llegar a la distribuidora registra sus datos de entrada como cliente.

Con relación al almacenamiento, encontramos que el 47.5% menciona está de acuerdo en que los productos se exhiben de manera adecuada, y el 52.0% considera que es indiferente dicha situación. En la pregunta de la limpieza y el orden en la clasificación de los productos, también encontramos que el 42.0% menciona estar de acuerdo. Y solo el 10.0% indica estar en desacuerdo. Respecto a la entrega rápida del producto encontramos que el 39.0% que menciona estar de acuerdo y el 7.0% indica estar en desacuerdo.

En cuanto al despacho, los resultados revelan que el 44% concuerdan en que durante el embalaje de sus productos utilizan marcas de prevención, mientras que el 56% menciona estar indiferente con dicha actividad. Continuando con la dimensión despacho, en la pregunta si al momento de enviar el producto a domicilio se comunica al gerente para confirmar la entrega del producto encontramos que el 34% menciona estar de acuerdo, mientras que el 15% menciona estar en desacuerdo. Respecto a la pregunta de si el cliente prefiere personalmente recoger su producto encontramos que 31.5% menciona estar de acuerdo.

Contraste de la hipótesis general:

La gestión de almacén incide positivamente en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

Tabla 6 - Análisis de correlación entre la gestión del almacén y las ventas

	Spearman	Ventas	Cantidad de pedidos	Modalidad de ventas	Costos de ventas
Gestión del almacén	r	,066	,042	,067	,065
	Sig. (bilateral)	,350	,556	,348	,363
	N	200	200	200	200

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes

El análisis de correlación deja en evidencia que la gestión del almacén no se relaciona de manera significativa con las ventas porque encontramos una correlación de 0.066 sin embargo consideramos que es una correlación positiva muy baja. Respecto a la correlación con sus dimensiones; cantidad de pedidos, modalidad de ventas y costos de ventas; existe una correlación positiva pero que igualmente es muy baja. Estos resultados nos permiten aceptar la hipótesis de investigación de que la gestión de almacén incide positivamente en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

4.2 Incidencia de la recepción en el costo de ventas de la distribuidora Continental S.A.C Piura año 2021

Tabla 7 - Frecuencia que la distribuidora cumple con los aspectos involucrados en los costos de venta

	Total desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Total de acuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
10.- El servicio delivery a su domicilio le genera un costo adicional como cargo de flete.	0	0,0	0	0,0	0	0,00	126	63,0	74	37,0	200	100,0
11.- Los precios brindados son accesibles para el cliente por tener la empresa un buen distribuidor con buenos precios y productos de calidad.	0	0,0	0	0,0	24	12,0	108	54,0	68	34,0	200	100,0
12.- Los materiales textiles que ofrece la distribuidora son de alta calidad.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	106	53,0	94	47,0	200	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes

Los resultados de la tabla anterior dejan en evidencia respecto a la pregunta que, si el servicio delivery a su domicilio le genera un costo adicional como cargo de flete, encontramos que el 63% menciona estar de acuerdo. Así mismo en la pregunta de; los precios brindados son accesibles para el cliente, encontramos que el 54.0% menciona estar de acuerdo y el 12% indica ser indiferente con dicha afirmación. También se preguntó a los clientes de la empresa de si los materiales textiles que ofrecen la distribuidora son de alta calidad, encontramos que el 53% menciona estar en acuerdo con dicha afirmación.

Contraste de la hipótesis específica 1:

La recepción incide positivamente en el costo de ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021

Tabla 8 - Análisis de correlación entre la recepción y el costo de las ventas

	Spearman	Cosos de ventas
Recepción	r	,030
	Sig. (bilateral)	,675
	N	200

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes

El análisis de correlación por su parte deja en evidencia que la recepción no se relaciona de manera significativa con los costos de ventas, pero existe una correlación positiva que es muy baja. Este resultado permite aceptar la hipótesis de que la recepción incide positivamente en el costo de ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

4.3 Incidencia del almacenamiento en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021

Tabla 9 – Frecuencia que la distribuidora cumple con los aspectos involucrados en la modalidad de ventas

	Total desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Total de acuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
13.- El comprobante de pago que recibe es digital.	0	0,0	0	0,0	0	0,00	104	52,0	96	48,0	200	100,0
14.- El comprobante de pago físico se lo dan si es que lo solicita.	0	0,0	0	0,0	37	18,5	85	42,5	78	39,0	200	100,0
15.- La empresa me brinda crédito si soy cliente nuevo.	12	6,0	93	46,5	95	47,5	0	0,0	0	0,0	200	100,0
16.- La empresa me brinda crédito si soy cliente antiguo.	0	0,0	3	1,5	65	32,5	75	37,5	57	28,5	200	100,0
17.- La empresa me brinda precios especiales por realizar compras al mayor.	0	0,0	0	0,0	52	26,0	84	42,0	64	32,0	200	100,0
18.- La empresa me brinda descuento si llevo por unidad.	11	5,5	96	48,0	93	46,5	0	0,0	0	0,0	200	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes

De acuerdo a los resultados de la tabla, las percepciones de los clientes son favorables en la mayoría de aspectos; todos se encuentran de acuerdo o en total acuerdo en su cumplimiento. Tal como podemos evidenciar que en la pregunta si el comprobante de pago que es digital, en el cual tenemos como resultado que el 52% menciona estar de acuerdo. Así mismo en la pregunta de si el comprobante de pago físico se lo dan si lo solicita, encontramos un 42.5% que menciona estar de acuerdo. En la siguiente pregunta que se formula a los clientes de si la empresa brinda crédito si es cliente nuevo, encontramos que el 46.5% menciona estar en desacuerdo porque no reciben algún crédito por ser nuevos clientes.

Continuando con la siguiente pregunta de; si la empresa brinda crédito a los clientes antiguos encontramos que el 37.5% menciona estar de acuerdo, porque ocurre dicha situación, solo el 1.5% menciona estar en desacuerdo. En la pregunta 17 menciona si la empresa brinda precios especiales por realizar compras por mayor, evidenciamos que el 42% indica estar de acuerdo y el 32% indica estar totalmente de acuerdo.

Respecto a la pregunta 18 de; si la empresa brinda descuentos si llevan por unidad, encontramos que 48% menciona estar en desacuerdo porque no ocurre dicha situación.

Contraste de la hipótesis específica 2:

El almacenamiento incide positivamente en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021

Tabla 10 - Análisis de correlación entre el almacenamiento y modalidad de las ventas

	Spearman	Modalidad de las ventas
Almacenamiento	r	,009
	Sig. (bilateral)	,903
	N	200

El análisis de correlación de las dimensiones almacenamiento con la modalidad de ventas, en este caso también deja en evidencia que el almacenamiento se relaciona positivamente con una correlación de 0.009, que es una correlación positiva muy baja. Este resultado nos permite aceptar la hipótesis de investigación de que el almacenamiento incide positivamente en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

4.4 Incidencia del despacho en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

Tabla 11 – Frecuencia que la distribuidora cumple con los aspectos involucrados en la cantidad de pedidos

	Total desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Total de acuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
19.- Su pedido solicitado fue de manera inmediata.	0	0,0	27	13,5	78	39,0	95	47,5	0	0,0	200	100,0
20.- El motivo de la no atención de pedido es por la distancia.	0	0,0	0	0,0	108	54,0	92	46,0	0	0,0	200	100,0
21.- El color de los productos no era lo esperado.	0	0,0	0	0,0	93	46,5	107	53,5	0	0,0	200	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes

En relación con la pregunta que se efectúa a los clientes de, si su pedido solicitado fue de manera inmediata, encontramos que el 47.5% menciona estar de acuerdo, pero también encontramos un 13% que menciona estar en desacuerdo.

En la pregunta 20, respecto a la afirmación de si el motivo de la no atención de su pedido era por el tema de la distancia, encontramos que el 46% menciona estar de acuerdo.

Continuando con la pregunta 21, se preguntó a los clientes que, si el color de los productos no era lo esperado, encontramos como resultado que el 53.5% menciona estar de acuerdo.

Contraste de la hipótesis específica 3:

El despacho incide positivamente en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

Tabla 12 - Análisis de correlación entre el despacho y la cantidad de pedidos

	Spearman	Cantidad de pedidos
Despacho	r	,155*
	Sig. (bilateral)	,029
	N	200

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes

El análisis de correlación indica que el despacho se relaciona positivamente con la cantidad de pedidos, obteniendo como resultado el 0.155. Este resultado conduce a aceptar la hipótesis de investigación de que el despacho incide positivamente en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

Tabla 13 - Concordancia de los trabajadores con los aspectos relacionados a la gestión del almacén

	Total desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Total de acuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Recepción												
1.- Procuran utilizar equipos de la empresa para el traslado de los productos hacia el almacén para aminorar costos.	3	50,0	3	50,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0
2.- Realizan un adecuado desembalaje de los productos textiles.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	33,3	4	66,7	6	100,0
3.- En la recepción verifican la cantidad requerida del producto en el almacén.	0	0,0	0	0,0	6	100,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0
4.- La gerencia estructura el proceso de recepción.	0	0,0	0	0,0	4	66,7	2	33,3	0	0,0	6	100,0
Almacenamiento												
5.- El tamaño del almacén es suficiente para almacenar los productos.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	50,0	3	50,0	6	100,0
6.- El almacén tiene medidas de seguridad contra incendios e inundaciones.	0	0,0	0	0,0	6	100,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0

7.- En el almacén existe un adecuado control en el registro de ingresos y salidas de los productos.	0	0,0	5	83,3	1	16,7	0	0,0	0	0,0	6	100,0
8.- El almacén lleva un control de los productos utilizando el Kardex.	3	50,0	3	50,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0
9.- Para el almacenamiento de los productos utilizan los estantes.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	83,3	1	16,7	6	100,0
Despacho												
10.- Las marcas de prevención se utilizan en el embalaje de los productos.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	50,0	3	50,0	6	100,0
11.- Al momento de la entrega del producto en domicilio se efectúa la confirmación de los datos del solicitante.	0	0,0	0	0,0	3	50,0	2	33,3	1	16,7	6	100,0
12.- Delivery es la modalidad más solicitada por parte del cliente.	0	0,0	0	0,0	4	66,7	2	33,3	0	0,0	6	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores

La tabla anterior da cuenta del grado de concordancia de los trabajadores por los aspectos de la gestión logística. En cuanto a la dimensión que corresponde a la recepción, el estudio deja en evidencia que ningún trabajador concuerda que en la empresa para organización procuran utilizar equipos de la empresa para el traslado de los productos hacia el almacén para aminorar costos porque el 50% menciona estar en desacuerdo.

En cambio, todos los investigados concuerdan de alguna manera que realizan un adecuado desembalaje de los productos textiles, en los resultados podemos evidencia que el 66% menciona estar totalmente de acuerdo.

El estudio muestra asimismo que los trabajadores no dan una respuesta positiva o negativa, si en la recepción verifican la cantidad requerida del producto en el almacén es decir evidenciamos en los resultados dicha respuesta, respecto a la pregunta de; si en la gerencia se estructura el proceso de recepción encontramos un 33.3% que menciona estar de acuerdo con dicha afirmación.

Con respecto a la dimensión de almacenamiento, todos los investigados concuerdan en que el tamaño del almacén es suficiente para almacenar los productos, en los resultados podemos encontrar que está representado por el 50%, mientras que todos evitan afirmar o negar si el almacén tiene medidas de seguridad contra incendios e inundaciones.

El estudio también encontró que la mayoría de los trabajadores no concuerda en que en el almacén existe un adecuado control en el registro de ingresos y salidas de los productos porque encontramos como respuesta el 83.3% que menciona estar en desacuerdo con dicha afirmación. Respecto a la pregunta de si se lleva un control de los productos utilizando el Kardex, encontramos como respuesta que el 50% menciona estar en desacuerdo con dicha afirmación. Por el contrario, todos concuerdan de alguna manera que el almacenamiento de los productos se utilizan los estantes el cual podemos evidenciar en la respuesta que representa 83.3%.

En relación con los aspectos relacionados con la dimensión de despacho, el estudio indica que todos los trabajadores concuerdan de alguna forma que las marcas de prevención se utilizan en el embalaje de los productos el cual está representado por el 50% que menciono estar de acuerdo con la afirmación.

Así mismo, en la pregunta de, si al momento de la entrega del producto en domicilio se efectúa la confirmación de los datos del solicitante, podemos encontrar que el 33.3% menciona estar de acuerdo con dicha afirmación. Con relaciona la pregunta de; si el delivery es la modalidad más solicitada por parte del cliente encontramos como respuesta que el 33.3% menciona estar de acuerdo con dicha afirmación.

Tabla 14 - Concordancia de los trabajadores con los aspectos relacionados a las ventas

	Total desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Total de acuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Cantidad de pedidos												
1.- Los pedidos de los productos fueron atendidos a la hora señalada.	0	0,0	3	50,0	3	50,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0
2.- El motivo de la no atención del pedido es por el mal registro de la dirección del cliente.	0	0,0	3	50,0	3	50,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0
3.- Las devoluciones realizadas por los clientes se realizan de manera constante.	0	0,0	0	0,0	3	50,0	3	50,0	0	0,0	6	100,0
Modalidad de ventas												
4.- Usualmente los clientes cancelan con efectivo.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	66,7	2	33,3	6	100,0
5.- Algunas ocasiones los clientes cancelan con tarjetas.	0	0,0	3	50,0	3	50,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0

6.- El beneficio del crédito es para clientes que llevan comprando años a la empresa.	0	0,0	4	66,7	2	33,3	0	0,0	0	0,0	6	100,0
7.- El comprobante de pago le entregan una vez cancelado el crédito.	0	0,0	0	0,0	3	50,0	3	50,0	0	0,0	6	100,0
8.- Todo crédito es autorizado por el gerente.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0	0	0,0	6	100,0
9.- Los clientes con RUC cuentan con mayores descuentos por llevar cantidades.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	33,3	4	66,7	6	100,0
10.- El cliente usualmente lleva productos por menor.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	33,3	4	66,7	6	100,0
Costo de ventas												
11.- Los sueldos del trabajador son atractivos.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0	0	0,0	6	100,0
12.- La tarifa del flete varía según el domicilio del cliente.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	33,3	4	66,7	6	100,0
13.- La empresa no cobra flete si la entrega está cerca en su zona de locación.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	33,3	4	66,7	6	100,0
14.- La distribuidora se preocupa en adquirir productos de calidad y a precios accesibles.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	33,3	4	66,7	6	100,0
15.- La distribuidora busca brindar a los clientes bajos costos para el aumento de clientes.	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	2	33,3	4	66,7	6	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores

La tabla anterior da cuenta de la percepción de los trabajadores sobre los aspectos que definen a las ventas; en relación a la dimensión cantidad de pedidos, el estudio indica que ningún trabajador concuerda en que los pedidos de los productos fueron atendidos a la hora señalada representado por el 50% que menciona estar en desacuerdo. Respecto a la siguiente afirmación de; si el motivo de la no atención del pedido es por el mal registro de la dirección del cliente, mencionan que el 50% menciona estar en desacuerdo con dicha afirmación.

En cambio, vemos en el estudio de; si las devoluciones realizadas por los clientes se realizan de manera constante tenemos como respuesta el 50% que menciona estar de acuerdo con dicha afirmación.

En relación a la dimensión modalidad de las ventas, el estudio revela que todos los investigados concuerdan de alguna manera en que usualmente los clientes cancelan con efectivo, mientras que ninguno está de acuerdo en que en algunas ocasiones los clientes cancelan con tarjetas y que el beneficio del crédito es para

clientes que llevan comprando años a la empresa; en cambio, los resultados indican que el 50 de los investigados concuerda en que comprobante de pago le entregan una vez cancelado el crédito, mientras que todos los trabajadores refieren que todo crédito es autorizado por el gerente. También hay bastante concordancia en que los clientes con RUC cuentan con mayores descuentos por llevar cantidades y que usualmente lleva productos por menor.

Finalmente, el estudio muestra la percepción de los trabajadores por el costo de las ventas; todos los investigados concuerdan en que los sueldos del trabajador son atractivos. También hay concordancia total en que la tarifa del flete varía según el domicilio del cliente, que la empresa no cobra flete si la entrega está cerca en su zona de locación, que la distribuidora se preocupa en adquirir productos de calidad y a precios accesibles y que ésta busca brindar a los clientes bajos costos para el aumento de clientes.

En relación con los resultados del anexo 5 que se obtuvo entrevistando al gerente general son los siguientes: de la pregunta que se realizó en la dimensión modalidad de entrega ¿se comunica con algunos clientes para confirmar entrega de productos? Se obtuvo como respuesta que si se comunican con algunos clientes para poder saber si el pedido realmente fue entregado al cliente. De la pregunta que se realizó en la dimensión cantidad de pedidos ¿en qué casos le ha ocurrido cuando el pedido no es entregado al cliente? Se obtuvo como respuesta que la no entrega se debió a la equivocación de dirección ya que no ha habido referencias exactas.

Durante el proceso de la verificación de la guía de la revisión documental que se encuentra en el anexo 6 se evidenció que carece de un control de registro de entrada con la mercadería que ingresa a la distribuidora ya que se ha observado que la información que tienen está incompleta.

V. DISCUSIÓN

El objetivo general de la investigación fue Analizar la incidencia de la gestión de almacén en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021. Por lo cual se elaboraron y aplicaron instrumentos cualitativos (guía de entrevista y guía de revisión documental) y cuantitativos (cuestionario en escala ordinal) con la intención de recopilar información que permita conocer de manera general la problemática en la presente investigación y así alcanzar el objetivo principal. Los hallazgos encontrados fueron contrastados con los fundamentos teóricos y antecedentes los mismos que se discuten a continuación.

El primer objetivo específico tuvo como finalidad describir la incidencia de la recepción en el costo de ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021, fundamentando que la recepción es la actividad principal del almacén ya que así lo manifiesta Ortega (2019) quien menciona que la recepción es importante ya que es la actividad principal para el almacén, pues por medio de ella se inicia todo el proceso de almacenamiento. Por lo que se refiere a la recepción como actividad principal ya que recibe mercadería para el stock de la empresa, por tal motivo se deduce que en los costos de ventas incluye la compra de los productos que se venderán. Así mismo Da Silva (2020) define que el costo de ventas es el dinero utilizado para producir, distribuir y promocionar un producto o servicio, es decir, son los gastos de las operaciones de una organización, por el cual es necesario invertir para que el cliente pueda adquirir el producto o servicio.

En relación al indicador registro de entrada de la dimensión recepción, podemos mencionar que, en los resultados de la guía de revisión documental de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura hay variaciones en el registro de entrada, porque se observa que en cada mes no realizan un registro sobre la entrega de la mercadería, también se verifica que no anotan todos los meses los nombres de los proveedores, y que no registran la cantidad recepcionada, también se detalla que no registran cada mes el producto es decir el tipo de textil, no llevan el control en el registro del costo de la mercadería recepcionada y el nombre del transportista, número de guía,

en la cual podemos decir que no han llevado un control en la guía de revisión del registro de entrada, todo ello podemos evidenciar en el anexo 6 del presente trabajo.

Observando de manera específica la dimensión de recepción, el estudio deja en evidencia que la mayoría de los clientes concuerdan de alguna manera en que se cumplen dichos aspectos de la recepción; aunque hay algunos que se cumplen más que el resto; es decir el 59.5% de los clientes concuerdan completamente en que la firma de conformidad es efectuada una vez recibido el producto, mientras que el 51.5% también evidencia tal grado de concordancia en que verifican la calidad del producto entregado junto con el trabajador, este aspecto resaltamos de la empresa debido a que es importante mostrar al cliente el producto que se está entregando a fin de garantizar la entrega de un producto de calidad; por otro lado vemos que, 56.5%, concuerda estar de acuerdo, que al momento de llegar a la distribuidora registra sus datos de entrada como cliente, en este punto consideramos favorable para empresa a fin de disponer de datos de sus clientes a fin de ofrecerle nuevos productos o promociones.

El análisis de correlación por su parte deja en evidencia que la dimensión de recepción no encontramos una relación significativa con los costos de ventas, pero existe una correlación positiva que es muy baja de 0.030. Este resultado permite aceptar la hipótesis de que la recepción incide positivamente en el costo de ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

En cuanto a los trabajadores del área de recepción, el estudio deja en evidencia que, ningún trabajador concuerda en mencionar que en la empresa utilizan equipos para el traslado de los productos hacia el almacén para aminorar costos, este aspecto podemos considerar que igualmente el traslado manual aminora los costos; en tal sentido la investigación Coragua (2016) resalta la importancia y advierte que la falta de equipos y maquinaria en los almacenes, dificulta la eficiente realización de las funciones y procedimientos establecidos. Por ello la inversión destinada a estos equipos permitirá que la gestión en los almacenes sea más efectiva en cuanto a recepción, despacho y almacenaje de la mercadería. En cambio, todos los investigados concuerdan de alguna manera que realizan un adecuado desembalaje

de los productos textiles, en este punto es importante resaltar el cuidado que tienen los trabajadores para el proceso del desembalaje de los productos textiles.

El estudio muestra asimismo que los trabajadores no dan una respuesta positiva o negativa, si en la recepción verifican la cantidad requerida del producto en el almacén, ni si en la gerencia se estructura el proceso de recepción, en este punto consideramos que le empresa debe asegurarse que se cumpla dicha actividad a fin de garantizar en que se verifique las cantidades requeridas del producto en el almacén.

El segundo objetivo específico fue identificar la incidencia del almacenamiento en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021, considerando que, el almacenamiento es cuando se almacenan mercancías en un depósito ya que así lo indica Westreicher (2020) que considera que el almacenamiento es un proceso o acción de guardar o archivar materiales o documentos. Por lo que se describe al almacenamiento como almacén de mercancías por ende se menciona que los productos que se venden al contado, al crédito y ventas por mayor se relacionan ya que en el almacenamiento se guardan los productos. Por lo tanto, Zúñiga (2018) dice que modalidad de ventas ayudan al encargado a determinar el precio final de la venta.

A partir de lo mencionado, analizamos los resultados obtenidos, en relación al almacenamiento, encontramos que, el 47.5% menciona está de acuerdo en que los productos se exhiben de manera adecuada, el cual consideramos favorable para la empresa y los clientes, porque podrán visualizar y escoger los productos que requieran adquirir. En la pregunta de la limpieza y el orden en la clasificación de los productos, también encontramos que el 42.0% menciona estar de acuerdo, es decir que en los ambientes del almacenamiento y la tienda se deben seguir manteniendo limpios y ordenados. Respecto a la entrega rápida del producto encontramos que el 39.0% de los clientes menciona estar de acuerdo cuando compran y reciben los productos, ante ello se debe seguir promoviendo la entrega oportuna de los productos a los clientes y el 7.0% indica estar en desacuerdo, con dicho porcentaje la empresa debe asegurar y reducir dicho porcentaje a fin de entregar oportunamente los productos a todos los clientes.

El análisis de correlación de las dimensiones almacenamiento con la modalidad de ventas, en este caso también deja en evidencia que el almacenamiento se relaciona positivamente con una correlación de 0.009, que es una correlación positiva muy baja. Este resultado nos permite aceptar la hipótesis de investigación donde el almacenamiento incide en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

Con respecto al almacenamiento, todos los investigados concuerdan en que el tamaño del almacén es suficiente para guardar los productos es decir la empresa tiene espacio suficiente para el almacenamiento de los productos, mientras que todos evitan afirmar o negar, si el almacén tiene medidas de seguridad contra incendios e inundaciones este aspecto se debe evaluar y asegurar el cumplimiento en dicho área, es decir que el almacén debe contar con todas las medidas de seguridad contra incendios e inundaciones.

El estudio también encontró que la mayoría de los trabajadores no concuerda en que, en el almacén exista un adecuado control en el registro de ingresos y salidas de los productos, ni tampoco que se lleve un control de los productos utilizando el Kardex es decir es una falencia de la empresa el no contar con el Kardex para un adecuado control de ingreso y salidas de los productos, esta dificultad hará que la empresa no tenga los datos actualizados. Por otro lado, todos los trabajadores concuerdan que, de alguna manera, para el almacenamiento de los productos se utilizan los estantes, sin embargo, si la empresa cuenta con estantes entonces deben aprovechar que los productos puedan ordenarse en dichos espacios tener un control en el registro de ingresos y salidas de los productos.

En el tercer objetivo específico fue analizar la incidencia del despacho en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021, implementando que el despacho tiene como finalidad que el producto salga del almacén a su destino final ya que así lo explica Ortega (2019). Por lo tanto, el despacho se refiere cuando los productos ya salen del almacén para que luego puedan ser pedidos atendidos, pedidos no atendidos y pedidos devueltos ya que el

encargado del almacén tiene como finalidad de extraer los productos. De modo que, Coll (2020) menciona que la cantidad de pedidos es acorde a lo que un cliente decida.

En cuanto al despacho, los resultados revelan que el 44% concuerdan en que durante el embalaje de sus productos utilizan marcas de prevención, mientras que el 56% menciona estar indiferente con dicha actividad, por ende, es importante que la empresa tenga que cumplir durante el despacho de los productos que se garantice con el embalado de los productos utilizando las marcas de prevención.

Continuando con la dimensión despacho, en la pregunta; si al momento de enviar el producto a domicilio se comunica el gerente para confirmar la entrega del producto, encontramos que el 34% menciona estar de acuerdo, mientras que el 15% menciona estar en desacuerdo, este punto debemos enfatizar, en que la empresa haga seguimiento permanente de los productos durante el envío al domicilio del cliente y garantizar la llegada oportuna. Respecto a la pregunta de si el cliente prefiere personalmente recoger su producto encontramos que 31.5% menciona estar de acuerdo, respecto a esta pregunta consideramos que dependerá de la cantidad de producto que adquiera el cliente.

El análisis de correlación indica que el despacho se relaciona positivamente con la cantidad de pedidos, obteniendo como resultado el 0.155 y se relaciona de manera significativa de 0.029. Este resultado conduce a aceptar la hipótesis de investigación de que el despacho incide positivamente en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

En relación a los trabajadores con los aspectos relacionados a la dimensión despacho, el estudio indica que todos los trabajadores concuerdan de alguna forma que las marcas de prevención se utilizan en el embalaje de los productos, este resultado también encontramos en la respuesta de los clientes quienes confirman que durante la entrega de los productos se utilizan las marcas de prevención en el embalaje de los productos, así mismo encontramos solo el 33.3% menciona que se efectúa la confirmación de los datos del solicitante, es decir un gran porcentaje no se

hace un seguimiento de la confirmación de los datos del solicitante, motivo por el cual, la empresa deben trabajar en dicho aspecto.

Respecto a la modalidad de delivery encontramos que el 33.3% refiere como la modalidad más solicitada por parte del cliente, en este punto consideramos que depende de algunos criterios y el contexto en cual nos encontramos, pero también depende la jurisdicción de alcance de la empresa.

Respecto a la variable gestión de almacén, Aldea (2017) manifiesta que la gestión de almacenes es dar un buen servicio a un coste mínimo, es un proceso de la función logística que recibe, acopia y mueve los productos o materiales dentro del almacén hasta su consumo con el fin de proteger y controlar físicamente los artículos. Se vincula con las ventas ya que si no hay una buena gestión en el almacén no habría muchas ventas.

Así mismo el estudio Varela (2019) dice que las ventas se definen por ser una parte clave de una empresa, por el cual uno puede entender si la empresa es productiva respecto a sus bienes o servicios, aparte es un intercambio donde la empresa ofrece un producto o servicio a cierto precio a cambio de un dinero que se requiere.

Con relación al estudio da cuenta que la gestión del almacén en general es buena de acuerdo con la opinión del 81%; solo el 19%, la califica como regular; esta gestión se explica sobre todo por la calidad de la recepción que es calificada como muy buena por el 53% y como buena por el 47%. Los otros dos aspectos de la gestión, el almacenamiento y el despacho, son calificados en un nivel regular por la mayoría de los clientes, según se deduce de las respuestas del 70.5% y 71%; sólo el 28% y 28%, califica a estos aspectos en un nivel bueno.

Con respecto a las ventas, éstas mayormente son calificadas en un nivel bueno por el 76.5%, a diferencia del 23.5%, que las califica en un nivel regular; destaca dentro de las dimensiones de las ventas, los costos, que son calificados por el 67% en un nivel bueno y por el 33% en un nivel muy bueno; en cambio, la cantidad de pedidos es calificado en un nivel bueno por el 50% y la modalidad de ventas solo por el 34.5%,

dejando en evidencia que estos dos últimos aspectos son los que reciben la calificación más baja.

El análisis de correlación deja en evidencia que la gestión del almacén no se relaciona de manera significativa con las ventas porque encontramos una correlación de 0.066 sin embargo consideramos que es una correlación positiva muy baja. Respecto a la correlación con sus dimensiones; cantidad de pedidos, modalidad de ventas y costos de ventas; existe una correlación positiva pero que igualmente es muy baja. Estos resultados nos permiten aceptar la hipótesis general de investigación de que la gestión de almacén incide positivamente en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.

VI. CONCLUSIONES

1. Se evidencia que la gestión del almacén incide poco pero positivamente en las ventas de la distribuidora continental textil S.A.C. Piura año 2021, se obtuvo como resultado $Rho = 0.066$.
2. Se evidencia que la recepción incide poco pero positivamente en el costo de ventas de la distribuidora continental textil S.A.C. Piura año 2021, se obtuvo como resultado $Rho = 0.030$.
3. Se evidencia que el almacenamiento incide poco pero positivamente en la modalidad de las ventas de la distribuidora continental textil S.A.C. Piura año 2021, se obtuvo como resultado $Rho = 0.009$.
4. Se evidencia que el despacho incide poco pero positivamente en la cantidad de pedidos de la distribuidora continental textil S.A.C. Piura año 2021, se obtuvo como resultado $Rho = 0.155$.

VII. RECOMENDACIONES

1. Mantener el orden y control de los productos almacenados con la finalidad de evitar demoras en la atención de un pedido.
2. Implementar un registro Kardex para llevar el control de la salida de la mercadería para así verificar los productos más vendidos, los productos que faltan en los estantes.
3. Verificar la entrega de la mercadería a los clientes.
4. Utilizar equipos auxiliares para el traslado de la mercadería hacia el almacén y viceversa con la finalidad de optimizar el tiempo y evitar su deterioro.
5. Registrar correctamente los datos de los clientes en los que incluye la dirección y demás datos relevantes, para evitar la no atención o demora en la entrega del pedido.
6. Manejar codificación de la mercadería y contar con zonas especiales para cada área que se va a destinar a una actividad específica.

REFERENCIAS

- Acosta, J. (2015). *La gestión de inventarios como herramienta en el abastecimiento de insumos médicos del instituto ecuatoriano de seguridad social hospital de ambato*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20505/1/T3397M.pdf>
- Aldea, V. (27 de Noviembre de 2017). *7 conceptos básicos de la gestión de almacenes*. Obtenido de <https://www.anfix.com/blog/gestion-del-almacen>
- Añez, J. (25 de Octubre de 2019). *Población Estadística (Concepto, Tipos y Ejemplos)*. Obtenido de https://www.webyempresas.com/poblacion-estadistica/#La_Poblacion_Finita
- Arias, E. (10 de Diciembre de 2020). *Investigación aplicada*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-aplicada.html>
- Ayala, M. (5 de Agosto de 2021). *Investigación mixta*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-mixta/>
- Bazalar, J. (18 de Octubre de 2020). *Ventas al contado y crédito - codificación contable*. Obtenido de <https://www.josebazalar.com/post/ventas-al-contado-y-cr%C3%A9dito-codificaci%C3%B3n-contable>
- Castillo, I. (11 de Agosto de 2018). *Investigación causal: características, ventajas y ejemplos*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-causal/>
- Chanuka , R. (2019). *Measuring Performance of sales support to enhance the order-to-delivery process*. Lahti University of Applied Sciences, Finlandia. Obtenido de

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/167419/Thesis%20-%20Chanuka.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Chiroque, M. (2017). *Implementación de un plan de requerimiento de materiales para mejorar el abastecimiento de insumos en el almacén de la empresa productora de agua de inversiones Rosita E.I.R.L_Piura*. Universidad Cesar Vallejo, Piura, Perú. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16807/Chiroque_SME.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chuquino, J. (6 de Marzo de 2020). *Gestión de almacenes. Definición, procesos e información que la soporta*. Obtenido de <https://meetlogistics.com/inventario-almacen/gestion-de-almacenes-definicion-procesos-e-informacion-que-la-soporta/>

Coragua, M. (2016). *Sistema de control interno operativo en almacenes, para mejorar la gestión de inventarios de la empresa agropecuaria Chimú SRL de la ciudad de Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Obtenido de https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2188/coraguarodriguez_milagros.pdf

Da Silva, D. (16 de Noviembre de 2020). *¿Qué son los costos de ventas? [FÓRMULA CON EJEMPLOS]*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-costo-de-venta/>

Díaz, P., & Barbosa, S. (2020). *Gestión de almacenamiento y control de inventario en alcaldías del alto Magdalena-Caso Guataqui y Nariño Cundinamarca*. Universidad Piloto de Colombia Seccional Alto Magdalena, Cundinamarca,

Colombia. Obtenido de <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/7492/Trabajo%20de%20Grado%20Sebastian%20Barbosa%20y%20Paquita%20Diaz..pdf?>

Díaz, S., & Morales, O. (2017). *Evaluación del control interno del área de almacén para incrementar la eficiencia operativa en la empresa Papelería Santa Rita S.A.C., Octubre-Diciembre 2014*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/851/3/TL_DiazEstelaStalin_MoralesRiosOlga.pdf

Femxa, M. (18 de Octubre de 2018). *Método ABC de la clasificación de productos*. Obtenido de <https://www.cursosfemxa.es/blog/metodo-abc-clasificacion-productos>

Flamarique, S. (2019). *Manual de gestión de almacenes*. Valencia-Barcelona, España. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=P7SPDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=QUE+ES+GESTION+DE+ALMACEN+FLAMARIQUE+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjTud2b3t3xAhWhEbkGHQXXB5EQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=QUE%20ES%20GESTION%20DE%20ALMACEN%20&f=false>

Garay, J. (2017). *Propuesta de impletación de un sistema informático para gestión de almacén en la empresa Kaefer Kostec S.A.C en la ciudad de Talara; 2017*. Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Piura, Perú. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9264/GESTION>

_CONTROL_INTERNO_GARAY_POZO_JORGE_OLIVERT.pdf?sequence=1
&isAllowed=y

Gracia, B. (15 de Octubre de 2021). *Preparación de producto*. Obtenido de <https://docs.microsoft.com/es-es/dynamics365/supply-chain/engineering-change-management/product-readiness>

Groes, P. (28 de Julio de 2021). *Detalles de diseño: Flujo de entrada en almacén*. Obtenido de <https://docs.microsoft.com/es-es/dynamics365/business-central/design-details-inbound-warehouse-flow>

Halonen, J. (2021). *Supply chain management in after sales and subcontract manufacturing processes*. University of Vaasa, Finlandia. Obtenido de <https://osuva.uvasa.fi/bitstream/handle/10024/12465/gradu%20final.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Hernández, O. (9 de Abril de 2019). *5 fallas comunes en la gestión de almacenes y sus soluciones*. Obtenido de <https://www.logistica360.pe/5-fallas-comunes-el-la-gestión-de-almacenes-y-sus-soluciones/>

Herrera, J. (19 de Abril de 2020). *Operaciones del almacén: recepción de producto*. Obtenido de <https://meetlogistics.com/inventario-almacen/recepcion-de-producto-en-almacén/>

Jibaja, J. (2017). *Aplicación de gestión de inventarios para mejorar la productividad en el área de almacén de la empresa Sein S.R.L., La Victoria, 2017*. Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11210/Jibaja_DJP.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Long , H. (2019). *Android Multimodal Framework for Warehouse Management Application*. Metropolia University of Applied Sciences, Finlandia. Obtenido de https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/262514/Vu_Long.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Maisano, D. (2019). *Warehouse Management Analysis and Optimization; Case Study: MECAB di Alessandro Boeris*. Politecnico di Torino, Italia. Obtenido de <https://webthesis.biblio.polito.it/10612/1/tesi.pdf>
- Majem, J. (18 de Abril de 2018). *Logística: La importancia en la gestión de almacenes*. Obtenido de <https://www.peru-retail.com/logistica-importancia-gestion-de-almacenes/>
- Marin, L. (21 de Junio de 2021). *Logística de entrega de pedidos organización para las entregas del producto o servicio*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=l54QsrPk7w8>
- Matínez, S. (9 de Octubre de 2019). *5 conceptos básicos de la gestión de almacenes*. Obtenido de <https://www.jasminsoftware.es/blog/gestion-de-almacenes/>
- Maynés, O. (25 de Junio de 2021). *¿ Que son las ventas y cual es su importancia dentro de la empresa?* Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/venta/>
- Mendoza, X. (2018). *Estudio de la implementación de un almacén para venta de equipos, herramientas e insumos automotrices en el noroeste de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Internacional del Ecuador, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2755/1/T-UIDE-200.pdf>
- Mohammadehsan, T., Noordin , M., Azanizawati, M., & Awaluddin, M. (1 de Marzo de 2020). *Identifying sustainable warehouse management system indicators and*

- proposing new weighting method.* Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652619340600#!>
- Moreira, E. (29 de Marzo de 2021). *Manual de ventas: ¿Que es y que tipos de ventas existe?* Obtenido de <https://centralstationcrm.es/blog/que-es-venta-tipos-de-venta>
- Muente, G. (22 de Mayo de 2018). *Tipos de ventas: ¿cuales existen y en que se distiguen?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-ventas/>
- Neofytou, X. (2020). *The impact of e-commerce on the sales of small enterprises.* Open University of Cyprus, Chipre. Obtenido de <https://kypseli.ouc.ac.cy/handle/11128/4784>
- Nynke, F., De Koster, R., & Smidts, A. (2017). Survival of the fittest: the impact of fit between warehouse management structure and warehouse context on warehouse performance. *International Journal of Production Research*, 120-139. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00207543.2017.1395489>
- Páez, G. (5 de Mayo de 2020). *Flete.* Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/flete.html>
- Peralta, L. (2018). *Diagnóstico del servicio de despacho a domicilio de una empresa Retail.* Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3827/peralta-medina-lizabeth-lizzette.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rkha, H. (2017 de Diciembre de 2017). *4 métodos para verificar la cantidad de productos terminados antes del embarque.* Obtenido de

<https://blog.asiaqualityfocus.com/es/4-metodos-para-verificar-la-cantidad-de-productos-terminados-antes-del-embarque/>

Rodriguez, M. (2018). *Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para el almacén de materia prima en la compañía de diseño, montaje y construcción-CMD S.A.S.* Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2526/1/TGT-1108.pdf>

Salazar, B. (24 de Julio de 2019). *¿Que es la gestión de almacenes?* Obtenido de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/gestion-de-almacenes/que-es-la-gestion-de-almacenes/>

Savin , A. (2017). *Market research on Warehouse Management System solutions for medium wholesale companies with 3 party logistics opportunities.* JAMK University of Applied Sciences, Finlandia. Obtenido de <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/131104/Andrei%20Savin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tuyet , L. (2019). *Low performance of sales consultants on card products at Jaccs International VietNam Finance Company.* University of Economics Ho Chi Minh City; ISB (International School of Business), Vietnam. Obtenido de <https://digital.lib.ueh.edu.vn/handle/UEH/59137>

Varela, R. (22 de Agosto de 2019). *Ventas.* Obtenido de <https://numdea.com/ventas.html>

Vélez, J. (25 de Septiembre de 2019). *Conozca cuáles son las formas como se paga el salario de los empleados nacionales.* Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/especial-abogados-septiembre->

2019/conozca-cuales-son-las-formas-como-se-paga-el-salario-de-los-
empleados-nacionales-2912997

Vilenne, B. (2020). *Integration and implementation of monitoring tools for the warehouse management and sales module in an ERP*. University of Liège, Liège, Belgium, Lieja, Bélgica. Obtenido de <https://matheo.uliege.be/handle/2268.2/8815>

Westreicher, G. (16 de Agosto de 2020). *Venta a crédito*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/venta-a-credito.html>

Yirda, A. (25 de Enero de 2021). *Venta*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/venta/>

Zuñiga, L. (2018). *Modalidades de venta*. Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/11817176/>

ANEXOS

ANEXO 1

Tabla 15 – Matriz de Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de almacén	Se define como un proceso de la función logística que nos habla de la recepción y almacenamiento dentro de un propio almacén hacia el punto de consumo de material, materias primas, acabados, al mismo tiempo en el tratamiento e información de los datos generados. (Salazar, 2019)	La Gestión de almacenes es un factor importante en la cadena de suministros de la empresa, ya que facilita la gestión inmediata de la recepción, almacenamiento y despacho, mediante la observación y hoja de datos.	Recepción	Registro de Entrada Verificación Recepción de los productos	Ordinal
			Almacenamiento	Ubicación de productos Control de productos Clasificación de los productos	Ordinal
			Despacho	Preparación de producto Nivel de Cumplimiento Modalidad de entrega	Ordinal
Ventas	Las ventas están sumamente relacionadas con la compra, pero es su contra parte por el cual su función consta de colocar en el mercado algún producto o servicio con la finalidad que sea adquirido por un consumidor. (Yirda, 2021).	Proceso de complejidad social la cual está relacionada con la compra ya que las estrategias van encaminadas hacia los clientes, como la empresa produce bienes o servicios se debe centralizar no solo en vender el producto si no hacer una buena publicidad con el propósito de satisfacer al consumidor.	Cantidad de pedidos	Pedidos atendidos Pedidos no atendidos Pedidos devueltos	Ordinal
			Modalidad de las Ventas	Contado Crédito venta mayorista con descuentos	Ordinal
			Costo de ventas	Pago Salario Flete Compra materia prima	Ordinal

ANEXO 2

Tabla 16 – Matriz de Consistencia

TITULO		PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOLOGIA
Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021	General	¿De qué manera la gestión de almacén incide en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021?	Analizar la incidencia de la gestión de almacén en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.	La gestión de almacén incide positivamente en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021	<ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de investigación: Aplicada ● Enfoque de la investigación: Mixto ● Diseño de la investigación: No experimental de corte transversal ● Nivel de investigación: Correlacional
	Específicos	¿Cómo incide la recepción en el costo de ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021?	Describir la incidencia de la recepción en el costo de ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021	La recepción incide positivamente en el costo de ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.	
		¿Cuál es la incidencia del almacenamiento en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021?	Identificar la incidencia del almacenamiento en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021	El almacenamiento incide positivamente en la modalidad de las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.	
		¿De qué manera incide el despacho en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021?	Analizar la incidencia del despacho en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021.	El despacho incide positivamente en la cantidad de pedidos de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021	

ANEXO 3

Tabla 17 - Matriz de Instrumentos: Cuestionario

Variable	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Cliente/Trabajador	Escala
Gestión de Almacén	Recepción	Registro de Entrada	Al momento de llegar a la distribuidora registra sus datos de entrada como cliente.	Cliente	(1) Totalmente en Desacuerdo (2) En Desacuerdo (3) Ni de acuerdo Ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de Acuerdo
			Procuran utilizar equipos de la empresa para el traslado de los productos hacia el almacén para aminorar costos.	Trabajador	
			Realizan un adecuado desembalaje de los productos textiles.		
		Verificación	Junto con el trabajador verifica la calidad del producto entregado.	Cliente	
			En la recepción verifican la cantidad requerida del producto en el almacén.	Trabajador	
		Recepción de los productos	La firma de conformidad es efectuada una vez recibido el producto.	Cliente	
	La gerencia estructura el proceso de recepción.		Trabajador		
	Almacenamiento	Ubicación de los productos	El trabajador cumple con la entrega rápida del producto	Cliente	
			El tamaño del almacén es suficiente para almacenar los productos.	Trabajador	
			El almacén tiene medidas de seguridad contra incendios e inundaciones.		
		Control de Productos	Los productos se exhiben de manera adecuada	Cliente	
			En el almacén existe un adecuado control en el registro de ingresos y salidas de los productos.	Trabajador	
El almacén lleva un control de los productos utilizando el Kardex.					

Variable	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Cliente/Trabajador	Escala	
Gestión de Almacenes	Almacenamiento	Clasificación de Productos	La limpieza y el orden son primordiales en la clasificación de los productos tanto en la tienda como en el almacén.	Cliente	(1) Totalmente en Desacuerdo (2) En Desacuerdo (3) Ni de acuerdo Ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo	
			Para el almacenamiento de los productos utilizan los estantes.	Trabajador		
	Despacho	Preparación de producto	En el embalaje de sus productos utilizan marcas de prevención	Cliente		
			Las marcas de prevención se utilizan en el embalaje de los productos.	Trabajador		
		Nivel de Cumplimiento	Al momento de enviar el producto a domicilio se comunica al gerente para confirmar la entrega del producto.	Cliente		
			Al momento de la entrega del producto en domicilio se efectúa la confirmación de los datos del solicitante.	Trabajador		
		Modalidad de entrega	Prefiere personalmente recoger el producto	Cliente		
			Delivery es la modalidad más solicitada por parte del cliente.	Trabajador		
	Ventas	Cantidad de pedidos	Pedidos atendidos	Su pedido solicitado fue de manera inmediata		Cliente
				Los pedidos de los productos fueron atendidos a la hora señalada.		Trabajador
Pedidos no atendidos			El motivo de la no atención de pedido es por la distancia.	Cliente		
			El motivo de la no atención del pedido es por el mal registro de la dirección del cliente.	Trabajador		

Variable	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Cliente/Trabajador	Escala
Ventas	Cantidad de Pedidos	Pedidos devueltos	El color de los productos no era lo esperado.	Cliente	(1) Totalmente en Desacuerdo (2) En Desacuerdo (3) Ni de acuerdo Ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
			Las devoluciones realizadas por los clientes se realizan de manera constante.	Trabajador	
	Modalidad de las ventas	Contado	El comprobante de pago que recibe es digital.	Cliente	
			El comprobante de pago físico se lo dan si es que lo solicita.		
			Usualmente los clientes cancelan con efectivo.	Trabajador	
			Algunas ocasiones los clientes cancelan con tarjetas.		
		Crédito	La empresa me brinda crédito si soy cliente nuevo.	Cliente	
			La empresa me brinda crédito si soy cliente antiguo.		
			El beneficio del crédito es para clientes que llevan comprando años a la empresa.	Trabajador	
			El comprobante de pago le entregan una vez cancelado el crédito.		
		Todo crédito es autorizado por el gerente.			
		Venta mayorista con descuento	La empresa me brinda precios especiales por realizar compras al mayor.	Cliente	
	La empresa me brinda descuento si llevo por unidad.				
	Los clientes con Ruc cuentan con mayores descuentos por llevar cantidades.		Trabajador		
	Los clientes usualmente llevan productos por menor.				
Costos de Ventas	Pagos salarios	Los sueldos del trabajador son atractivos.	Trabajador		

Variable	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Cliente/Trabajador	Escala
Ventas	Costos de ventas	Flete	El servicio delivery a su domicilio le genera un costo adicional como cargo de flete.	Cliente	(1) Totalmente en Desacuerdo (2) En Desacuerdo (3) Ni de acuerdo Ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
			La tarifa del flete varía según el domicilio del cliente		
			La empresa no cobra flete si la entrega está cerca su zona de locación.	Trabajador	
		Compra materia prima	Los precios brindados son accesibles para el cliente por tener la empresa un buen distribuidor con buenos precios y producto de calidad.	Cliente	
			Los materiales textiles que ofrecen la distribuidora son de alta calidad		
			La distribuidora se preocupa en adquirir productos de calidad y a precios accesibles.	Trabajador	
			La distribuidora busca brindar a los clientes bajos costos para el aumento de clientes.		

ANEXO 4

FORMATO DE CUESTIONARIO DIRIGIDO AL TRABAJADOR DE LA DISTRIBUIDORA TEXTIL S.A.C

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Fecha.: _____ / _____ / _____ *N°* _____

Estimado trabajador, el presente cuestionario es de carácter confidencial basado principalmente en sustentar la recolección de los datos respecto al estudio titulado: *“La gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021*, siendo de vital consideración su apoyo y valoración respecto a las alternativas seleccionadas. A continuación, se describen las principales categorías e instrucciones:

I. INSTRUCCIONES

El cuestionario está basado a cinco alternativas, lo cual permitirá medir las dimensiones del estudio, para ello lea adecuadamente cada ítem y marque con una (X) la alternativa correcta, teniendo en consideración la escala de respuesta; (5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca. A continuación, se detallan cada interrogante:

VARIABLE 1: GESTIÓN DE ALMACÉN	ESCALA DE ALTERNATIVAS				
DIMENSIÓN: RECEPCION	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1) Procuran utilizar equipos de la empresa para el traslado de los productos hacia el almacén para aminorar costos.					
2) Realizan un adecuado desembalaje de los productos textiles.					
3) En la recepción verifican la cantidad requerida del producto en el almacén.					
4) La gerencia estructura el proceso de recepción.					
DIMENSIÓN: ALMACENAMIENTO					

5) El tamaño del almacén es suficiente para almacenar los productos.					
6) El almacén tiene medidas de seguridad contra incendios e inundaciones.					
7) En el almacén existe un adecuado control en el registro de ingresos y salidas de los productos.					
8) El almacén lleva un control de los productos utilizando el Kardex.					
9) Para el almacenamiento de los productos utilizan los estantes.					
DIMENSIÓN: DESPACHO					
10) Las marcas de prevención se utilizan en el embalaje de los productos.					
11) Al momento de la entrega del producto en domicilio se efectúa la confirmación de los datos del solicitante.					
12) Delivery es la modalidad más solicitada por parte del cliente.					
VARIABLE 2: VENTAS					
DIMENSIÓN: CANTIDAD DE PEDIDOS					
13) Los pedidos de los productos fueron atendidos a la hora señalada.					
14) El motivo de la no atención del pedido es por el mal registro de la dirección del cliente.					
15) Las devoluciones realizadas por los clientes se realizan de manera constante.					
DIMENSIÓN: MODALIDAD DE LAS VENTAS					
16) Usualmente los clientes cancelan con efectivo.					
17) Algunas ocasiones los clientes cancelan con tarjetas.					
18) El beneficio del crédito es para clientes que llevan comprando años a la empresa.					
19) El comprobante de pago le entregan una vez cancelado el crédito.					
20) Todo crédito es autorizado por el gerente.					
21) Los clientes con RUC cuentan con mayores descuentos por llevar cantidades.					

22) El cliente usualmente lleva productos por menor.					
DIMENSIÓN: COSTO DE VENTAS					
23) Los sueldos del trabajador son atractivos					
24) La tarifa del flete varía según el domicilio del cliente					
25) La empresa no cobra flete si la entrega está cerca en su zona de locación.					
26) La distribuidora se preocupa en adquirir productos de calidad y a precios accesibles.					
27) La distribuidora busca brindar a los clientes bajos costos para el aumento de clientes.					
<u>DATOS GENERALES</u>					
a) Sexo: M____ F____					
b) Edad: 20 - 29____ 30 – 39____ 40 – 49____ 50 – 69 ____					
c) Grado de instrucción: Post grado____ Superior Universitario____ Técnico____ Secundaria ____					
d) Tiempo Trabajando: 6 meses____ 1 año a más____ 2 año a mas ____					

**FORMATO DE CUESTIONARIO DIRIGIDO AL CLIENTE DE LA
DISTRIBUIDORA TEXTIL S.A.C**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

N° _____

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Fecha: _____ / _____ / _____

Estimado cliente, el presente cuestionario es de carácter confidencial basado principalmente en sustentar la recolección de los datos respecto al estudio titulado: “*La gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021*”, siendo de vital consideración su apoyo y valoración respecto a las alternativas seleccionadas. A continuación, se describen las principales categorías e instrucciones:

I. INSTRUCCIONES

El cuestionario está basado a cinco alternativas, lo cual permitirá medir la dimensión del estudio, para ello lea adecuadamente cada ítem y marque con una (X) la alternativa correcta, teniendo en consideración la escala de respuesta; (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo. A continuación, se detallan cada interrogante:

VARIABLE 1: GESTIÓN DE ALMACÉN	ESCALA DE ALTERNATIVAS				
DIMENSIÓN: RECEPCIÓN	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1) Al momento de llegar a la distribuidora registra sus datos de entrada como cliente.					
2) Junto con el trabajador verifica la calidad del producto entregado.					
3) La firma de conformidad es efectuada una vez recibido el producto.					
DIMENSIÓN: ALMACENAMIENTO					
4) El trabajador cumple con la entrega rápida del producto.					
5) Los productos se exhiben de manera adecuada					

6) La limpieza y el orden son primordiales en la clasificación de los productos tanto en la tienda como en el almacén.					
DIMENSIÓN: DESPACHO					
7) En el embalaje de sus productos utilizan marcas de prevención.					
8) Al momento de enviar el producto a domicilio se comunica al gerente para confirmar la entrega del producto.					
9) Prefiere personalmente recoger el producto					
VARIABLE 2: VENTAS					
DIMENSIÓN: CANTIDAD DE PEDIDOS					
10) Su pedido solicitado fue de manera inmediata					
11) El motivo de la no atención de pedido es por la distancia.					
12) El color de los productos no era lo esperado.					
DIMENSIÓN: MODALIDAD DE LAS VENTAS					
13) El comprobante de pago que recibe es digital.					
14) El comprobante de pago físico se lo dan si es que lo solicita					
15) La empresa me brinda crédito si soy cliente nuevo.					
16) La empresa me brinda crédito si soy cliente antiguo.					
17) La empresa me brinda precios especiales por realizar compras al mayor.					
18) La empresa me brinda descuento si llevo por unidad.					
DIMENSIÓN: COSTO DE VENTAS					
19) El servicio delivery a su domicilio le genera un costo adicional como cargo de flete.					
20) Los precios brindados son accesibles para el cliente por tener la empresa un buen distribuidor con buenos precios y productos de calidad.					
21) Los materiales textiles que ofrecen la distribuidora son de alta calidad					
<u>DATOS GENERALES</u>					
e) Sexo: M___ F___					
f) Edad: 20 - 29___ 30 - 39___ 40 - 49___ 50 - 69___					
g) Grado de instrucción: Post grado ___ Superior Universitario ___ Técnico ___ Secundaria ___					
h) Tiempo Comprando: Siempre ___ A veces ___ 1ra vez ___					

Anexo 5

ENTREVISTA A LA DISTRIBUIDORA CONTINENTAL TEXTIL S.A.C

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Estimado Gerente:

La presente entrevista es de carácter confidencial basado principalmente en sustentar la recolección de los datos respecto al estudio titulado: “Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021” siendo de importancia consideración su apoyo y respuestas respecto a las preguntas planteadas.

Nombre del entrevistado: Gerardo Rodríguez Seminario

Cargo: Gerente General

Fecha: 05/10/2021

Ciudad: Piura

PRIMERA VARIABLE: GESTIÓN DE ALMACÉN

A) Dimensión: Recepción

Verificación de productos

1) ¿Cuál es el proceso para verificar los productos?

El gerente coordina con los proveedores el envío de mercadería siempre por la misma agencia, Expreso GRAEL S.A.C., ya que esta les da la facilidad de llevar el pedido hasta su almacén.

Los trabajadores de la empresa de transporte descargan la mercadería y a la par los trabajadores de DCT revisan rápidamente los paquetes.

2) ¿Qué procedimiento usan cuando llega un producto en mal estado?

Mediante estas revisiones simples pueden identificar si faltan productos en el pedido, si les han entregado los productos equivocados o si los productos están en mal estado; en cualquiera de las situaciones la guía de remisión no se firma y se le comunica al proveedor para que se solucione el inconveniente.

Registro de entrada

3) ¿Qué sistema utilizan para registrar los productos que ingresan?

En la actualidad no se cuenta con un inventario de todos los productos que ofrecen, sólo el 5% de los productos se encuentran registrados en un Excel. Sin embargo, algunas veces que ingresa mercadería, el gerente anota en una libreta personal el día que ha ingresado y la cantidad de productos que han ingresado. De esta manera puede realizar un análisis de cuánto tiempo debería transcurrir hasta realizar un nuevo pedido.

Recepción de los productos

4) ¿De qué manera trasladan los productos?

Existen diferentes tipos de entrega, si es una venta en tienda, el trabajador que atiende al cliente prepara el pedido en el instante y lo entrega. En caso sea una venta de gran tamaño, se coordina con el cliente una fecha para entregar los productos, y un trabajador se encarga de armar todo el pedido y entregarlo el día acordado.

Dependiendo del tamaño del pedido, el trabajador puede trasladarlo en la moto lineal que le brinda la empresa o en la moto furgón de la empresa, eso se deja a criterio de cada trabajador y dependiendo de cuantos pedidos deba entregar.

B) Dimensión: Almacenamiento

Ubicación de los productos

5) ¿Cuáles son los criterios para determinar la ubicación de los espacios?

Los productos se ubican según los siguientes criterios:

Rotación: a mayor rotación, se colocan en un lugar de fácil acceso

Peso: los productos más pesados, se colocan en lugares cercanos para no tener que hacer mucho esfuerzo al sacarlos.

Si bien los productos tienen un lugar definido en el almacén, estos no son exclusivos ya que, de agotarse el stock, el espacio se puede empezar a llenar con otro producto que lo necesite.

6) ¿Si tuvieran alguna dificultad para visualizar los productos cuáles serían?

El apilamiento de telas, al tener grandes cantidades de mercadería a veces es complicado mover todas las telas para encontrar un color en específico ya que la manera en la que se encuentran ubicadas no permite visualizar las piezas de tela que se encuentran en la parte de atrás.

Control de productos

7) ¿Cuáles son las funciones que realizan para controlar el stock en el almacén?

El almacén no cuenta con medidas de control de mercadería, solo se realiza un conteo rápido del inventario cuando se va a realizar un pedido a los proveedores, para poder identificar cuáles son los productos faltantes. Esto muchas veces es un problema ya que no se puede prevenir el agotamiento de un producto y se pueden perder clientes por no contar con un stock de seguridad.

8) ¿Qué plan realizan para evitar que un producto se convierta en merma?

Cuando existen productos de poca rotación, se ofrecen promociones a los clientes para tratar de venderlo en el menor tiempo posible y se procura no volver a comprarlo.

Por otro lado, la merma que existe en el mismo proceso de venta siempre es aprovechada ya sea para convertirlo en trapos de aseo o como muestra para los clientes, además el orillo de las telas lo utilizan para amarrar otros pedidos.

9) ¿Cuál es la estrategia que les permiten evitar que su stock se acabe?

La única estrategia que existe para notar un producto antes que se acabe es que, al realizar una venta del mismo producto, se pueda notar que no quedan muchas unidades en stock del mismo.

Clasificación de los productos

10) ¿De qué manera clasifican los productos en el almacén?

Los productos se podrían clasificar en las siguientes categorías:

Telas de moda: cualquier tela con la que se pueda confeccionar ropa.

Telas de casa: telas de cortina, telas de mantel, telas para fundas de muebles, etc.

Productos industriales: guantes, pantalones de jean, pantalones de drill, etc.

Accesorios de ropa: botones, cierres, elásticos, etc.

C) Dimensión: Despacho

Preparación de los productos

11) ¿Qué implementos utilizan para el embalaje de los productos?

Para los embalajes algunas veces utilizamos los embalajes de prevención.

Nivel de cumplimiento

12) ¿Se comunica con algunos clientes para confirmar entrega de productos?

Si nos comunicamos con algunos clientes para poder saber que el pedido realmente fue entregado al cliente.

Modalidad de entrega

13) ¿Cuáles son las modalidades más solicitadas en la entrega de productos?

Los clientes prefieren solicitar delivery pagando el costo de flete y otros clientes prefieren acercarse a la empresa por su seguridad de recibir sus productos.

SEGUNDA VARIABLE: VENTAS

A) Dimensión: Cantidad de pedidos

Pedidos atendidos

14) ¿Cómo realizan los pedidos al momento de entregarlo?

Tenemos 2 maneras de entregar: entregamos de manera presencial y de manera delivery, según lo que solicite el cliente.

Pedidos no atendidos

15) ¿En qué casos le ha ocurrido cuando el pedido no es entregado al cliente?

La no entrega se debe a la equivocación de dirección que no ha habido referencias exactas.

Pedidos devueltos

16) ¿En qué casos le han devuelto los productos?

Se han hecho devoluciones cuando ha habido errores de entrega de un producto por otro y en la equivocación de color.

B) Dimensión: Modalidad de ventas

Contado

17) ¿Qué tipo de comprobante entregan a sus clientes?

Mayormente entregamos comprobantes digitales, pero en algunas ocasiones entregamos comprobantes físicos cuando lo solicitan

Crédito

18) ¿En qué frecuencia brindan créditos a sus clientes?

Brindamos créditos a nuestros clientes que tienen años como clientes que nos compran por mayor.

Venta mayorista con descuento

19) ¿Cuándo brindan mayores descuentos a sus clientes?

Se brinda mayores descuentos cuando nos compran por mayor.

C) Dimensión: Costos de ventas

Pago salario

20) ¿Usted considera que sus trabajadores están conformes con sus ingresos?

¿Por qué?

Si por que cuentan los beneficios de ley.

Flete

21) ¿En qué casos realiza el cobro de flete?

Se realiza cuando se realiza un servicio delivery y que no está dentro de la zona donde se encuentra la empresa

Compra materia prima

22) ¿Considera que los productos que vende son de calidad? ¿Por qué?

Si porque nuestra empresa se encarga de adquirir productos de calidad para la venta y así aumenten más clientes.

ANEXO 6

Tabla 18 - Resultados de la Guía de Revisión Documental

REGISTRO DE ENTRADA						
AÑO	MES	NOMBRE DEL PROVEEDOR	CANTIDAD RECEPCIONADA	PRODUCTO TIPO DE TEXTIL	COSTO DE LA MERCADERIA RECEPCIONADA	NOMBRE DEL TRANSPORTISTA - N° GUIA
2019	Enero	SI	NO	NO	NO	NO
	Febrero	NO	SI	SI	NO	NO
	Marzo	NO	NO	SI	SI	NO
	Abril	SI	NO	SI	SI	SI
	Mayo	SI	SI	NO	NO	NO
	Junio	NO	NO	SI	NO	NO
	Julio	SI	SI	SI	SI	SI
	Agosto	SI	NO	NO	SI	NO
	Setiembre	NO	NO	NO	NO	SI
	Octubre	SI	NO	NO	SI	SI
	Noviembre	SI	NO	NO	SI	NO
	Diciembre	NO	SI	SI	SI	SI
2020	Enero	NO	NO	NO	SI	SI
	Febrero	NO	NO	NO	SI	SI
	Marzo	NO	NO	NO	NO	NO
	Abril	NO	NO	NO	NO	NO
	Mayo	NO	NO	NO	NO	NO
	Junio	NO	NO	NO	NO	NO
	Julio	NO	NO	NO	NO	NO
	Agosto	NO	NO	NO	NO	NO
	Setiembre	SI	SI	SI	SI	SI
	Octubre	SI	NO	NO	SI	SI
	Noviembre	NO	NO	SI	SI	NO
	Diciembre	SI	SI	SI	SI	SI
2021	Enero	NO	NO	NO	SI	NO
	Febrero	SI	NO	NO	SI	SI
	Marzo	SI	SI	NO	NO	SI
	Abril	SI	SI	SI	SI	NO
	Mayo	SI	SI	NO	NO	SI

	Junio	NO	SI	NO	SI	NO
	Julio	SI	SI	SI	NO	SI
	Agosto	NO	NO	NO	SI	SI
	Setiembre	SI	SI	SI	NO	SI

ANEXO 7

Tabla 19 – Validaciones



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Antonio Angulo Corcuera con DNI 06437510 Magister en Administración de negocios N° ANR: 18480, de profesión Licenciado en administración, desempeñándome actualmente como DOCENTE en UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Questionario dirigido a clientes y trabajadores de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 29 días del mes de setiembre del dos mil Veintiuno.

MBA. Carlos Angulo Corcuera
Magister en Administración de Negocios
Licenciado en Administración
CLAD. N° 18480

Mba.: Carlos Antonio Angulo Corcuera.
DNI: 06437510
Especialidad: Marketing
E-mail: anguloca@ucv.edu.pe

**“Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura
año 2021”**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				98	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				97	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			95		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				98	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad																				97	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																				96	

7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																						98
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																						95
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																						96

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

<p>Piura, 30 de setiembre de 2021.</p>	 <p>Mba.: Carlos Angulo Corcuera. DNI: 06437510. Teléfono: 947055845. E-mail: anguloca@ucv.edu.pe.</p>
--	---

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Cecilia Paula Luisa Gómez Zúñiga con DNI N° 03490490, Mgtr. en Administración, N° ANR: A078552, de profesión Licenciada en Ciencias Administrativas, desempeñándome actualmente como docente en Universidad César Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario dirigido a clientes y trabajadores de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 17 días del mes de Octubre del Dos mil Veintiuno.


Mgtr. Cecilia Gómez Zúñiga
CLAD. 15719

Mgtr. : Cecilia Gómez Zúñiga
DNI : 03490490
Especialidad : Administración
E-mail : pgomezzu@ucvvirtual.edu.pe

**LA GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LA DISTRIBUIDORA
CONTINENTAL TEXTIL S.A.C PIURA AÑO 2021**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO


Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				100	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				100	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				100	


 Mgtr. Cecilia Gómez Barón
 CLAD. 15719

5.Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				100		
6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																					100	
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																					100	
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																					100	
9 Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																					100	

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Plura, 17 de Octubre de 2021.



Mgtr. Cecilia Gómez Zuñiga
CLAD. 15719

Mgtr. : Cecilia Paula Luisa Gómez Zúñiga
DNI : 03490490
Teléfono : 999780055
E-mail : pgomezzu@ucvvirtual.edu.pe



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Vegas Palomino, Isidro Iván, con DNI N.º 02847776, magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales, N.º ANR: A1674666, de profesión Contador Público Colegiado, desempeñándome actualmente como Docente en Universidad César Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario dirigido a clientes de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

Cuestionario dirigido a trabajadores de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 18 días del mes de octubre del dos mil veintiuno.

Mg : Vegas Palomino, Isidro Iván
DNI : 02847776
Especialidad : MBA - RI
E-mail : ivegasp@ucvvirtual.edu.pe



Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO


Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																80										
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables															75											
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																80										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en															75											

	cantidad y calidad.																			
6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																			80
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																			80
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																			80
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																			75

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 18 de octubre de 2021.

Mg : Vegas Palomino, Isidro Iván
 DNI : 02847776
 Especialidad : MBA - RI
 E-mail : lvegasp@ucvvirtual.edu.pe



ANEXO 7

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	Cerro Pasapera, Diego Alonso Huerta Condori, Maria Margarita
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACION	Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Plura año 2021
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	Administración de empresas
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	Alfa de Cronbach.
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	07/10/2021
1.7. MUESTRA APLICADA	Muestra piloto de 20 clientes

II. CONFIABILIDAD

INDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO	0,790
-----------------------------------	-------

III. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (Items iniciales, Items mejorados, eliminados, etc.)



 Estudiante: Cerro Pasapera, Diego A.
 DNI: 72939455



 Estudiante: Huerta Condori, Maria M.
 DNI : 70022180



 Estadístico/Lic. Lic. Miguel Ángel Precar Espinoza
 LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
 C.O.E.S.P.E N° 1035

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

IV. DATOS INFORMATIVOS

4.1. ESTUDIANTES	Cerro Pasapera, Diego Alonso Huerta Condori, María Margarita
4.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Plura año 2021
4.3. ESCUELA PROFESIONAL	Administración de empresas
4.4. TIPO DE INSTRUMENTO	Cuestionario
4.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	Alfa de Cronbach.
4.6. FECHA DE APLICACIÓN	07/10/2021
4.7. MUESTRA APLICADA	Muestra piloto de 6 trabajadores

V. CONFIABILIDAD

INDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO	0,808
-----------------------------------	-------

VI. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

--


 Estudiante: Cerro Pasapera, Diego A.
 DNI: 72939455


 Estudiante: Huerta Condori, María M.
 DNI : 70022180


 Estadístico/Lic. **Dr. Miguel Ángel Pasco Espinoza**
 INGENIERO EN ESTADÍSTICA
 COBPE N° 1035

Anexo 8

"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

SOLICITO APROBACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Cerro Pasapera Diego Alonso y Huerta Condori María Margarita, identificados con DNIs N° 72939455 y 70022180 respectivamente, estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales, cursando el X ciclo de la carrera de Administración, solicito a usted el permiso para realizar el proyecto de investigación en su distinguida distribuidora sobre: "Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil S.A.C Piura año 2021" para optar por el grado de Licenciado de Administración.

Por lo expuesto:

Ruego a usted acceder a mi solicitud

Piura, 20 de septiembre del 2021



Distribuidora Continental Textil S.A.C.
Lic. Gerardo Rodríguez Seminario
Gerente

Gerardo Rodríguez Seminario
Gerente General de Continental Textil S.A.C.
+51 994 194 956

Figura 1 - El almacén de la distribuidora



Figura 2 - Distribuidora Continental Textil S.A.C





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN DE ALMACÉN Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LA DISTRIBUIDORA CONTINENTAL TEXTIL S.A.C PIURA AÑO 2021", cuyos autores son HUERTA CONDORI MARIA MARGARITA, CERRO PASAPERA DIEGO ALONSO, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido de 25.00%, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 16 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEE DNI: 02845588 ORCID 0000-0001-8823-2655	Firmado digitalmente por: MRPALACIOSD el 19-12- 2021 20:14:01

Código documento Trilce: TRI - 0230558