



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Gestión de almacenes y su incidencia en las ventas en la
empresa IDISAC, Lima 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración**

AUTOR:

Ramos Elias, Alfonso (orcid.org/0000-0003-2171-3950)

ASESOR:

Dr. Chávez Vera, Kerwin José (orcid.org/0000-0003-2842-2099)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

La presente tesis se la dedico a mis padres, que me han guiado en cada etapa de mi vida, me han enseñado y formado con buenos valores y por su apoyo incondicional para poder culminar mi carrera y a toda mi familia que está a mi lado apoyándome siempre para cumplir mis objetivos y metas.

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios, por permitirme culminar de manera satisfactoria esta etapa profesional en mi vida y haberme guiado por el camino correcto, en segundo lugar, a UCV, por darme la oportunidad de lograr este objetivo, y a mi asesor Dr. Chávez Vera Kerwin José, por habernos guiado correctamente en este proceso de investigación por su paciencia y participación durante todo el proceso de esta tesis.

Índice de Contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Tablas.....	v
Índice de Figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I.- INTRODUCCIÓN	1
II.- MARCO TEÓRICO	4
III.- METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.1.1 Tipo de investigación	11
3.1.2. Diseño de investigación	12
3.2 Variables y operacionalización	12
3.3. Población, muestra y muestreo	15
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5 Procedimientos	17
3.6 Método de análisis de datos	17
3.7 Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN.....	31
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES.....	37
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS	

Índice de Tablas

Tabla 1.	Dimensión: Recepción	19
Tabla 2.	Dimensión: Almacenamiento	20
Tabla 3.	Dimensión: Distribución	21
Tabla 4.	Variable: Gestión de Almacenes.....	22
Tabla 5.	Dimensión: Fuerza de Ventas.....	23
Tabla 6.	Dimensión: Riesgo.....	24
Tabla 7.	Dimensión: Conocimiento	25
Tabla 8.	Variable: Ventas.....	26
Tabla 9.	Correlaciones Gestión de Almacenes y venta	27
Tabla 10.	Correlaciones Gestión de Almacenes y Fuerza de Ventas.....	28
Tabla 11.	Correlaciones Gestión de Almacenes y riesgo	29
Tabla 12.	Correlaciones Gestión de Almacenes y Conocimiento	30

Índice de Figuras

Figura 1. Dimensión: Recepción	19
Figura 2. Dimensión Almacenamiento	20
Figura 3. Dimensión Distribución	21
Figura 4. Variable: Gestión de Almacenes.....	22
Figura 5. Dimensión: Fuerza de Ventas.....	23
Figura 6. Dimensión: Riesgo	24
Figura 7. Dimensión: Conocimiento	25
Figura 8. Variable: Ventas.....	26

Resumen

El estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión de almacenes y su incidencia en las ventas en la Empresa IDISAC, Lima 2022. El tipo de estudio fue aplicado, con diseño no experimental, enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La población y muestra estuvo conformada por 30 trabajadores de la empresa IDISAC, Lima. Para el procedimiento de recolección de datos se usó el análisis Explorativo, evaluando las variables gestión de almacenes y las ventas, a la vez, se utilizó, el instrumento-cuestionario, que consto de 15 interrogantes para la primera variable y 15 interrogantes para la segunda, de acuerdo a la escala de Likert. Para el procesamiento de datos se utiliza el programa SPSS Vers-26, con datos organizados en cuadros simples de doble entrada, frecuencia relativa y absoluta. Se concluye que existe un grado de correlación positiva y considerable, alcanzando una correlación bilateral de 0,536, afirmando una relación directamente proporcional entre las variables gestión de almacenes y las ventas, a la vez obtuvo un sig. Bilateral de 0.002 menor a 0,05, razón por la cual se aceptó la hipótesis alterna y rechazó la nula.

Palabras clave: gestión de almacenes - ventas y procesos.

Abstract

The objective of the study was to determine the relationship between warehouse management and its impact on sales in the IDISAC Company, Lima 2022. The type of study was applied, with a non-experimental design, quantitative approach and correlational level. The population and sample consisted of 30 workers from the company IDISAC, Lima. For the data collection procedure, the Explorative analysis was used, evaluating the variables of warehouse management and sales, at the same time, the instrument-questionnaire was used, which consisted of 15 questions for the first variable and 15 questions for the second, according to the Likert scale. For data processing, the SPSS Vers-26 program is used, with data organized in simple tables with double entry, relative and absolute frequency. It is concluded that there is a positive and considerable degree of correlation, reaching a bilateral correlation of 0.536, affirming a directly proportional relationship between the variables of warehouse management and sales, while obtaining a sig. Bilateral of 0.002 less than 0.05, which is why the alternate hypothesis was accepted and the null was rejected.

Keywords: warehouse management - sales and processes.

I.- INTRODUCCIÓN

Los servicios logísticos prestados por organizaciones comerciales especializadas en gestión son de gran importancia para dinamizar la logística ante una gran demanda que cada día crece entre la sociedad y las organizaciones. Esto asegurará la ejecución eficiente y eficaz de la cadena de suministro del almacén, requiere una buena gestión y, dado que es muy compleja, en consecuencia, nos da la oportunidad de desarrollar investigaciones relacionadas con estos estudios, facilitar la gestión logística del almacén, las posibilidades que ofrece el diagnóstico. En las empresas, utilizar la tecnología de almacenamiento para que funcione con cantidades a diferentes escalas requiere una base tecnológica de almacenamiento.

Por tanto, la gestión del almacenamiento es un proceso complejo debido a sus diversas actividades y procesos inherentes a la logística y como parte medular y fundamental de la cadena de suministro, por lo que brinda valor agregado tanto para el mal servicio o servicio no adecuado como para el producto que se refleja en sí mismo con sus características propias (Tamayo, 2018).

En un contexto global, ahora se cree que el nivel de competitividad tiene que ver con el éxito de las empresas, es por ello que para esto la parte logística y la organización las mismas deben ser las fortalezas, dado que logísticamente los almacenes tienen un rol primordial e importante, que garantice la prolongación y reservas de las mercancías ofrecidos, en consecuencia, esta premisa es fundamental, para Cuba por los requisitos a nivel económico son obligados, por ello es imprescindible el mantener continuidad a la estructura conjuntamente con las operaciones de los procesos de almacenamiento con un buen nivel de eficiencia (Gómez et al 2020).

En Cuba, estudios utilizando métodos de Pareto en organizaciones comerciales facilitaron el análisis de datos, encontrando que a partir del índice de calidad al gestionar los almacenes (nivel de inventario) se encontró con la mejora de los procesos que existía relación directa de variables, por lo que existen situaciones de conflicto en cuanto al almacenamiento de mercancías, por lo que los principales problemas encontrados en las empresas están relacionados con el talento humano (Gómez et al, 2020).

Sus debilidades incluyen la ausencia de operadores logísticos, que algunas empresas contratan para mejorar los negocios y promover su desarrollo, así como enfocarse en actividades de enfoque que en cuanto a los procesos incrementa el mejor uso de los recursos que interactúan en el sistema, es decir, esto no les permite mejorar la gestión logística en el almacenaje, esto redundará con mejora y creación en las cadenas de suministro integradas (Gómez & López, 2019).

Perú, si lo distinguimos con otros países, tiene un bajo índice de eficiencia logística, esto se evidencia en su planificación paupérrima por la falta de uso de software en el control de los stocks, el dilema de las organizaciones empresariales como las MYPES es que no hay planes, control, además retardo en llegar a los clientes y desconocimiento en la conducción de almacenaje.

Las investigaciones realizadas Marketing de Investigación Global en las organizaciones empresariales peruanas, el 20,2% subcontratan los procesos de almacenaje (Operaciones y manejo), la razón es que no cuentan con el espacio adecuado y no son propicias para estas operaciones, el 54,9% de estas organizaciones empresariales que esto favorece en el rendimiento y la optimización (Mesis, 2019).

En el contexto local, esta investigación se realizará en IDISAC, Lima 2022 está ubicado en Av. José Gálvez Barrenechea 1085, San Borja Lima. Al igual que con los procesos de gestión de almacenes, hemos visto retrasos en llevar los productos existentes al piso de ventas y, además, no ha habido un buen momento para enfocarse en las ventas. Órdenes que se ejecutan regularmente, que, además, los trámites repetitivos que ponen en riesgo la fidelización de los clientes pueden ser una de las posibles causas de los bajos ingresos, por ello, los almacenes son el área afectada, ya que se presentan pedidos con demoras, lo que trae reclamos y molestias en el proceso de venta.

Por otro lado, no existe una comunicación efectiva entre las diferentes áreas, por lo que no se pueden optimizar los procedimientos de venta, esto es percibido por los empleados o empleadas de la organización, lo que muestra claramente su insatisfacción.

Con base en lo anterior, se establece un problema general: ¿Cómo incide la gestión de almacenes a las ventas en IDISAC, Lima 2022? Lo mismo ocurre con los problemas específicos. ¿Cómo incide la gestión de almacenes a en la fuerza Ventas en IDISAC, Lima 2022? ¿Cómo incide la gestión de almacenes en el riesgo en IDISAC, Lima 2022? ¿Cómo incide la gestión de almacenes en el conocimiento en IDISAC, Lima 2022?

El presente estudio permite explicar un sustento teórico que busca aportar al campo del conocimiento a partir del desarrollo conceptual de las variables objeto de estudio. Variables "Gestión de almacenes y ventas" sujetas a referencias bibliográficas especializadas para sustentar la base teórica necesaria para este estudio. Las variables estudiadas harán una contribución científica al conocimiento. En cuanto a la justificación práctica, se da como resultado de este estudio, por la cual se dará solución a la problemática existente, tanto, así como en los procesos de gestión del almacenaje de la organización, con el fin de incrementar la productividad, mejorar la realidad del actual campo de estudio y beneficiar a los empleados de IDISAC.

Metodológicamente, propone nuevas metodologías y pueden ser utilizadas en otros estudios similares, dado que la metodología utilizada, así como los procedimientos y métodos que se utilizaron en su desarrollo, en el desarrollo de este estudio, tienen en cuenta un razonamiento conceptual suficiente, esto permitirá a otros investigadores copiar en otros contextos para aumentar la contribución al Estudio.

Lo que sigue es el objetivo general; Determinar la incidencia de la gestión de almacenes a las ventas en IDISAC, Lima 2022. Objetivos específicos; Determinar la incidencia de la gestión de almacenes en la fuerza de ventas en IDISAC, Lima, 2022; Determinar la incidencia de la gestión de almacenes en el riesgo en IDISAC, Lima, 2022; Determinarla incidencia de la gestión de almacenes en el conocimiento en IDISAC, Lima 2022.

Teniendo como hipótesis general: H1: La gestión de almacenes incide en las ventas en IDISAC, Lima 2022. De igual forma tenemos hipótesis específicas; La gestión de almacenes incide en la fuerza de ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022; La gestión de almacenes incide en el riesgo en la empresa IDISAC, Lima

2022 La gestión de almacenes incide con el conocimiento en la empresa IDISAC, Lima 2022.

II.- MARCO TEÓRICO

Pasaremos ahora a presentar las teorías argumentadas por diversos autores, e investigadores, incluyendo estudios nacionales e internacionales basados en variables de gestión de almacenes y ventas relacionadas con nuestro trabajo de investigación, lo que permitirá el uso de referencias bibliográficas en diversos contextos, base fundamenta de todo trabajo de investigación.

En un contexto nacional, Guevara (2022), según su estudio referido a cómo gestionar los almacenes para el mejoramiento de la eficiencia operativa, empresa Corporación Ramos SCRL, Chiclayo 2021. Su objetivo es ofrecer gestionamiento en la eficiencia operativa de la empresa. La metodología se basó en un estudio no experimental descriptivo en el que la muestra estuvo conformada por treinta y dos (32) colaboradores. Se concluye acerca de los factores de gestión de almacenes de un nivel bajo, este se incrementó a un nivel medio en la eficiencia operativa en la organización empresarial, fueron la planificación, la gestión de almacenamiento y la mejor distribución (gestión, entrega y recojo), lo que contribuyó al mejoramiento del uso de los tiempos asignados y la productividad de la organización, alcanzando una mejor eficiencia operativa.

Donatila y Jaime (2020) según su estudio “La gestión de los almacenes e inventarios en la empresa Inversiones GKS Cercado De Lima, Lima-Perú”. El objetivo es determinar cómo incide la gestión de almacenes en la de los inventarios en la Sociedad de inversión GKS. El lograr nuestro propósito, se realizó con una metodología de diseño no experimental de tipo transversal descriptivo, un instrumento mediante un cuestionario entregado a 27 empleados de un área de almacén. Los resultados obtenidos permiten identificar y realizar una adecuada inspección de la mercancía, documentando su efectivo, sin embargo, existe carencia de almacenamiento, como trabajaban empíricamente, sin aplicar método de almacenamiento ni criterios por familia o tipo de producto, también se observó que realizan inventarios físicos para controlar el inventario, sin embargo, registran diferencias en los inventarios físicos. Así, se llega a una

Conclusión sobre el impacto del gestionamiento de los almacenes sobre la de los inventarios (nivel de inventarios).

Fernández (2019) De acuerdo con su estudio en lo relacionado con el gestionamiento de los almacenes en la empresa Botica Farhisa, Ferreñafe 2017, su objetivo fue establecer estrategias de gestionamiento de almacenes juntamente con los inventarios en la referida empresa. Estudio cuantitativo de escala descriptiva con diseño no experimental Transversal de prueba de hipótesis, trabajando con una población de 5 trabajadores, se utiliza un cuestionario de escala cualitativa ordinal. Conclusiones, existen factores que inciden en la variable, control de almacén e inventario son los parámetros de sobreproducción.

La medida del tiempo como parámetro de sobreproducción en el gestionamiento de almacén tanto como los inventarios es otro factor de importancia, así también las medidas de los niveles de inventario en lo referente al exceso y los movimientos de los inventarios. Concluyéndose que, un proyecto de mejoramiento para la gestión de almacenes y los inventarios deben cumplir con los parámetros Lean excedentes, tiempo de producción en espera y el exceso de los inventarios.

Tello (2019) según su estudio la gestión de almacenes y atención oportuna al cliente Corporación Anypsa SA, Carabayllo 2019. Lima, Perú. Su objetivo encontrar el grado de relación entre la gestión de los almacenes con la atención oportuna a los usuarios en Anypsa Corporación S.A. La metodología utilizada fue un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo-correctivo, diseño no experimental, transversal, investigación aplicada y método hipotético-deductivo. Conclusiones. Quedo establecido que existe un grado de relación alto entre la gestión de almacenes y la atención oportuna a los usuarios, asimismo nivel de relación media entre recepción de mercancías con atención oportuna a los usuarios, nivel de relación entre flujos de entrada y salida con atención oportuna a los usuarios.

Contreras & Granados (2019) según su estudio, la mejora continua en gestión, almacenes e impacto con satisfacción de los usuarios Warner” S.A.C. - Huancayo, Perú. Su propósito fue determinar cómo influye la mejora continua con gestión de almacenes para satisfacción de los clientes de la empresa. El

método de investigación general de esta disertación fue el método deductivo, investigación aplicada, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental. Se concluyó que la gestión de almacenes afecta la satisfacción del cliente, lo que afecta directamente al producto y al posicionamiento; Es por ello que la mejora propuesta en la gestión de almacenes nos permitirá contar y conocer mejor la cantidad de productos con que cuenta la empresa, el índice de rotación y la identificación de productos que no tienen demanda, lo que nos permitirá tener un buen almacén. Con los productos disponibles, esto no afecta el último ciclo de ventas y esto asegura la satisfacción del cliente.

En el ámbito internacional, Díaz y Barbosa (2020) Según su estudio, La gestión almacenamiento con control de Inventarios, Municipalidad de Alto Magdalena, Guayaquil, Colombia. El objetivo de la investigación es actualizar o transformar la gestión, almacenamiento y control de niveles de stock en las tiendas por departamento del municipio de la región del Alto. Utilizó una metodología mixta con seis sigmas y un gráfico de Pareto como método de observación para extraer datos de almacenamiento y distribución en la gestión de inventario. Como resultado, se identificaron errores de almacén y sugerencias de mejora basándose en el diseño y control del almacén. Los hallazgos muestran la importancia de la gestión logística en las funciones de todas las áreas, siendo la gestión de almacenamiento la más importante de todas para lograr mejoras en el tiempo de almacén.

García et al. (2019) En su artículo Índice de la calidad integral en la gestión de almacenes de los establecimientos hospitalarios, Sancti Espíritus, Cuba. Con el objetivo de crear índice de la calidad integral para gestión de almacenes, desarrollo del proceso de almacenamiento en establecimientos hospitalarios, para contribuir a mejorar la satisfacción del usuario. En cuanto a la metodología utilizada, fue de carácter descriptiva, aplicada, se utilizó metodología de encuesta, así como lista de cotejo, procesamiento de datos mediante Excel de diseño propio, con base en los indicadores de calidad de las dimensiones de la gestión del almacén. Como complemento al análisis se utilizaron los conocidos diagramas de Pareto que son de causa-efecto. Teniendo como conclusiones, esta valoración del indicador de calidad integral contribuyó al establecimiento de

causas y coadyuvó al establecimiento del nivel de gestión, base para el logro y desarrollo de la gestión de almacén.

Crespo (2018) Según su investigación “Descripción detallada del sistema de gestión de almacenes SAP EWM. Vasco, Bilbao - España. Objetivo Realizar un estudio que detalle todo el proceso de gestión de almacenes utilizando el software SAP ERP, en particular el módulo EWM. Metodología En cuanto a la Planificación, descripción no solo de las tareas realizadas para el proceso, sino también durante la práctica en la empresa, debido a la estrecha relación del tiempo, el enfoque cualitativo, el tipo aplicado, sin experimentación. La excelente organización del almacén permitió el uso del sistema EWM y los dispositivos de manipulación del sistema de gestión de almacenes para hacer un uso óptimo del dúo de manipulación de materiales. Conclusión Hay muchas posibilidades para una aplicación ofrecida por SAP, no solo EWM, para crear y modificar códigos ABAP para varias transacciones personalizadas.

Hernanza (2018) según su estudio Los sistemas de información con gestión del conocimiento, análisis y diseño de la implementación de un sistema de gestión de almacenes, Universidad de Valladolid-España. Su objetivo era sintetizar y realizar diseños de factores que incidan afectando el rendimiento en la solución del gestionamiento de almacenes. Investigación aplicada, cuantitativa, más que experimental. Herramienta de cuestionarios y metodología de encuestas. Se comprobó que el análisis y desarrollo de los factores que intervienen en la gestión de almacenes fueron exitosos. Conclusiones: el resultado del proyecto es positivo y aplicable, dada la evolución del proyecto en su conjunto fue completamente favorable para cumplir con los requisitos exigidos y todos los resultados alcanzados, por lo que el software de gestión de almacenes tiene condiciones mínimas para su aplicación. . Requiriendo entrenamiento para aquellos que lo usan.

Rodríguez (2018) Según su estudio “El Sistema de Inventario de Almacén de CMD SAS Colombia”. Su objetivo principal fue desarrollar un en el almacén de materias primas, un sistema para gestionar los almacenes. Uso de la metodología con enfoque mixto, investigación aplicada y diseño de detalle no experimental; Para el levantamiento de la información se utilizaron entrevistas y La observación directa, utilizando herramientas, métodos y manuales, y

finalmente un estudio de encuesta documental. Luego se escanearon los datos; Como resultado obtuvimos a nivel empresarial mal manejo en inventario, este no ha desarrollado para el stock de inventarios un sistema para el manejo del mismo, por lo cual esta empresa no sabe el verdadero precio, puesto que no cuenta con un sistema para el manejo de su inventario. Como conclusión, el investigador determina que esta organización empresarial debe financiar para la inversión y tecnificación y modernización y así mejorar el procesamiento de los productos en el almacén, constante capacitación a los colaboradores en los procesos determinados y se realizan de forma eficiente sin perjuicio de los trabajadores.

Describiremos seguidamente las teorías de la variable gestión de almacenes y sus respectivas mediciones; El proceso que corresponde a las actividades logísticas, el cual hace referencia al momento en que se recibe un producto hasta que se entrega en forma de consumo de materiales, materias primas y acabados se llama gestión de almacenes por Salazar (2019).

Ortiz et al (2018) referente a sus investigaciones señalan que el principal propósito en la reducción de costos, la confiabilidad, la rapidez, maximizar la cantidad de productos disponibles, minimizar la cantidad de operaciones de transporte y poca manipulación de mercancías en los procesos de almacenamiento es la gestión de almacenes. Estas características conducen a una buena gestión del almacén, optimización de sus procesos.

Para consumir cualquier material procedente del almacén, este debe de atravesar procesos, recepcionamiento, almacenamiento y movimiento interno, vale decir, una función logística, a esto se le denomina gestión de almacenes, donde se dan las actividades con insumos, información, los productos sean semiterminados o terminados así como la generación de datos, optimizaran la función logística referente a los flujos de entrega, distribución físicamente, actividades de suma importancia en los procesos organizacionales, es lo que conocemos como Gestión de almacenes (Brian, 2019).

De la misma forma, se consideran mercancías o recibos de inventario, ya que el procedimiento en el que las mercancías se compran a través de un determinado Proveedor y se mantienen en un almacén, es objeto de control, clasificación y posterior colocación en el interior. Vale decir de manera universal los procesos

sean de un producto como de un conjunto de los mismos que tienen un origen para luego abastecer, que pueden ser proveedores o fábricas, ingresa a un depósito para almacenarlo y ponerlo a disposición de un consumidor o cliente. De acuerdo con los requisitos de entrega, también logra mejorar la rentabilidad (Muchaendepi et al 2019).

Para Donayre (2017), cabe destacar las coincidencias de los autores a partir de los numerosos estudios realizados, que describen que la recepción de mercancías es un proceso de almacenamiento fundamental para la seguridad y adecuada distribución en las organizaciones comerciales.

Ortiz et al (2018) la organización y adecuación de productos o mercancías adquiridas desde las actividades de recepción hasta llegar al depósito donde estos pasaran por el proceso de clasificación y al área destinada al almacenamiento, donde, además, se debe de considerar actividades principales para que en la recepción sean registradas las mercancías y la colocación en el inventario y así controlar el nivel de inventario.

Logesa (2018) en su sitio web como operador logístico con gran experiencia Indica que cuanto más organizado esté el almacenamiento mayor serán los beneficios, pues facilitará el trabajo sencillo, ahorrará tiempo y será eficiente en sus resultados, aumentando la productividad, los recursos financieros, ofreciendo nuevas compras, reducción de residuos, en este sentido, proporciona eficiencia, niveles de inventario y verificación de inventario. Para Cisneros (2018), el almacenamiento es el proceso mediante el cual se custodian, protegen y cuidan los productos, en tanto que este espacio debe tener las características de una buena conservación y acondicionamiento.

Según Singh et al (2018), la distribución son procesos y tareas que se llevan a cabo para repartir de manera eficiente las mercancías como recibidos de un departamento de recepción a un departamento de depósito, para su clasificación los bienes de acuerdo con el área propuesta para todos. También en el marco de la actividad principal se encuentra el registro de recepción de mercancías, instrucciones para la colocación final (niveles, estantes y pasillos) y la Clasificación ordenada de mercancías. Diario El Comercio (2016) en su artículo "Tres países de la región" la distribución es una forma de entregar bienes a los consumidores, por lo tanto, como parte importante de los procesos logísticos,

deben contar con áreas estratégicamente ubicadas para lograr una llegada eficiente y eficaz. Clientes y su transporte interno, por lo que es necesario para el desarrollo.

A continuación, discutiremos las teorías de la variable Ventas; las ventas se definen como una parte fundamental de una empresa, por lo cual se puede entender si una empresa es productiva en cuanto a sus bienes o servicios, además del intercambio, cuando la empresa ofrece un producto o servicio a un precio determinado a cambio del dinero que se requiere (Varela, 2019).

Indica que se trata de un intercambio entre un comprador y un vendedor, por el cual el vendedor ofrece una mercancía, tangible o intangible, al comprador, para quien adquiere la mercancía debe ofrecer una materia del mismo valor, principalmente dinero (Meinez, 2021).

Señala que la venta es un proceso de transacción comercial en el que intervienen dos actores (vendedor y comprador), por lo que parte de la caracterización de grupos, abarca el establecimiento de contacto y la adquisición de aquellos que muestran interés, para luego transferirlos a la venta, hasta que la mercancía llegue al comprador. Sus dimensiones son modo de venta, número de pedidos y costos de venta; su escala de medida pasa a ser ordinal (Moreira, 2021).

En términos del tamaño de la variable, en lo referente a las interrelaciones de las personas, las estrategias y los productos en la satisfacción de la demanda del usuario o clientes, esto se consolida como la fuerza de ventas, creando demanda para los productos de la empresa, mejorando sus ventas y aumentando los ingresos de la organización. (Douglas et al., 2021). El personal de ventas es el que en una organización empresarial está conformado por todo el personal del área cuyas actividades están relacionadas con la venta de productos (B/S), y son ellos quienes reciben y cierran pedidos, este proceso debe contar con planeación, ejecución y análisis (Ventas, 2018).

Riesgo, entendido como acciones fortuitas cercanas a cualquier perjuicio, considerando como probabilidad de que ocurra algún suceso o que no pueda Suceder Real Academia española (1992). De la misma forma, el riesgo desarrollado económicamente como disciplina en el cálculo de riesgos, teoría

occidental basado en la teoría económica y el capitalismo (The Risk Concept, 2018).

Por ello queda definido el riesgo como la posibilidad de ocurrencia de un suceso que dañe diversamente las metas preestablecidas, este evento necesita ser analizado para reconocerlo, evaluarlo y suprimirlo de acuerdo con la jerarquía de alternativas de decisión observadas (Estupiñan, 2015).

Según Cruz (2021), los conceptos relacionados con la gestión del conocimiento tienen como objetivo descubrir y organizar el conocimiento que ya existe en los subsistemas organizacionales, formalizarlo, distribuirlo y patentarlo de una manera que promueva la ventaja organizacional.

Los procesos en los que interactúan las operaciones logísticas relacionadas con el momento de la recepción de los productos y antes de su recepción en forma de consumo de materiales, materia prima propiamente dicha y acabado se conocen como gestión de almacenes (Salazar, 2019).

III.- METODOLOGÍA

A continuación, presentamos aspectos relacionados con el recorrido metodológico del presente trabajo de investigación, que nos permitirán visualizar los aspectos fundamentales y las teorías asociadas a los métodos y técnicas propuestas en el estudio y medición de variables con su adecuada operacionalización de las mismas.

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Dado contexto y características de la investigación, es de tipo aplicado, por el uso del software estadístico de enfoque cuantitativo con diseño no experimental, descriptivo, correlacional y transversal. Las siguientes afirmaciones se basan en estudios de trabajo realizados en diversas investigaciones que sustentan la investigación en lo referente a diseño y tipo de investigación que se lleva a cabo en el área de operaciones de IDISAC.

Según los investigadores Rodríguez y Mendivelso (2018) en su artículo científico, en los planos transversales se mencionan mediciones simultáneas Cuando se incluyen individuos que tienen o no condiciones de estudio. De igual

forma, no hay intervención o intervención por parte del investigador en el tipo de constructo, si solo se realiza una medición, pertenece a cada unidad o individuo, sin embargo, dado que son dos o más mediciones y se da en un solo individuo Cuando se toma fuera de análisis, esta construcción varía de la sección transversal a la longitudinal.

Según Cevallos et al (2017), cuando la investigación está enfocada a la solución de problemas, en este contexto nos referimos a la investigación aplicada, pues buscamos aplicar los conocimientos en diversos campos, y estos a su vez brindan aplicaciones prácticas, logrando la satisfacción de las necesidades institucionales. Necesidades. Por tanto, la investigación es de carácter aplicado, sujeta a los requisitos establecidos.

3.1.2. Diseño de investigación

Según Hernández et al (2014), diseño queda definida la investigación en la que las variables no se manipulan intencionalmente, es decir, cuando, con la intención de azar, manipulamos una variable independiente para observar cómo afecta a otras variables de investigación. Por tanto, el diseño del estudio es no experimental, ya que no manipulamos variables, gestión de almacén y ventas, y transversal, puesto que los datos se recogerán en momentos específicos.

3.2 Variables y operacionalización

Variable 1. Gestión de Almacenes

Definición conceptual: se define Gestión de almacenes, como procesos logísticos que, a través del procesamiento y la información, generan datos sobre la recepción y almacenamiento del propio almacén, partiendo del punto de consumo asociado a materiales, materias primas, insumos o acabados (Salazar, 2019).

Definición operacional: Del mismo modo, viene dada por la medición con una herramienta que será un método de cuestionario y encuesta, con categoría en la medición de Likert estas las derivaremos con mediciones e indicadores; las dimensiones consisten en recepción, almacenamiento y distribución, mientras que los indicadores de la primera dimensión son espacio, manejo de materiales y verificación y documentación; para la segunda dimensión por productos,

Espacio y artículos y para la tercera dimensión por medios, documentos, revisión y comparación.

Dimensiones:

- Recepción
Indicador:
Espacio
Manejo de Materiales
Inspección y Documentación
- Almacenamiento
Indicador:
Productos
Espacio
Artículos
- Distribución
Indicador:
Medio
Documento
revisión
Cotejo

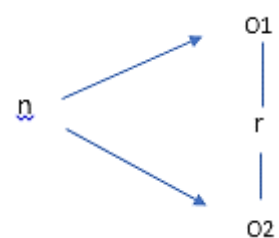
Para la medición de variables se utilizará como herramienta un cuestionario, se elaborará en conformidad con los requerimientos de Likert elaborándose y enviándose las preguntas de acuerdo con el problema de investigación dado por la población, objeto de estudio, cuyas respuestas, las unidades de análisis, en este caso, los trabajadores, se realizarán a través de Google Forms; teniendo un total de veinte (30) preguntas cerradas, para ellas las alternativas tendrían la siguiente jerarquía: 1= Nunca, 2= casi nunca, 3= a veces, 4= casi siempre y 5= siempre.

n: muestra

O₁: Gestión de Almacenes

O₂: Ventas

r: Grado de relación de las variables.



Variable 2. Ventas

Conceptualmente, vender se define como un procedimiento done se identifican exigencias y aspiraciones de un individuo u organización empresarial, para brindar una mercancía o servicio, para una adecuada motivación en la decisión de los consumidores para que la compra sea beneficiosa, conveniente y satisfactoria (Arribasplata & Tapia 2019).

Así mismo, operativamente, definimos como medición con el cuestionario y la encuesta como instrumento y técnica, respectivamente, con medición Likert que derivaremos en mediciones e indicadores; fuerza de ventas, riesgo y conocimiento, y métricas para la primera dimensión de eficiencia, eficacia y servicio al cliente, para la segunda dimensión de margen de ventas, inventario y ventas promocionales, y finalmente para la tercera dimensión de información previa y comprensión del producto.

Dimensiones:

- **Fuerza de ventas**

- Indicador:

- Efectividad

- Eficiencia

- Servicio al cliente

- **Riesgo**

- Indicador:

- Margen de ventas

- Stock de inventarios

- Venta por promociones

- **Conocimiento**

- Indicador:

- Información previa

- Entendimiento del producto

Para la medición de variables se utilizará como herramienta un cuestionario, se presentará de acuerdo a una escala tipo Likert, y las preguntas estarán dirigidas de acuerdo al trabajo de investigación dado por la población en estudio, las Respuestas a qué unidades de análisis, en este caso, los trabajadores se

realizarán a través de Google Forms; teniendo un total de veinte (30) preguntas cerradas, para ellas las alternativas tendrían la siguiente jerarquía: 1: Nunca, 2: casi nunca, 3: a veces, 4: casi siempre y 5: siempre

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Para Humberto (2018) las unidades de estudio o unidades de análisis son aquellas que tienen propiedades similares o parecidas, tales como eventos, fenómenos, personas y objetos, son las principales para la investigación, y, por tanto, la población es un conjunto de estas unidades. De análisis que tienen propiedades similares en el estudio. Las unidades analíticas para este estudio están a cargo del IDISAC y están compuestas por 30 personas.

Criterios de inclusión: Consideraremos en esta parte los siguientes criterios, se incluirán a los trabajadores de la empresa entre ellos profesionales técnicos y administrativos que suman treinta (30).

Criterios de exclusión: Se considera aquí, el personal administrativo, profesionales en excedencia, con licencias, y aquellos que no autoricen su participación en este proceso. Para nuestro caso no se contempló ningún caso.

3.3.2. Muestra

Según Hernández et al (2018), la muestra se incluye en la población, considerándola un subconjunto, pero representativa de la población, también llamada universo, por regla no existe un número específico para esto, lo importante es que se tenga para saber identificarlos. Es de la muestra que utilizamos para recopilar información utilizando una herramienta llamada cuestionario. Para nuestro estudio, debido a su pequeño tamaño, la población se considera como una muestra censal.

3.3.3. Muestreo

De igual forma, para los investigadores Arias y Kovinos (2017), el muestreo forma parte de los métodos estadísticos, ya sean probabilísticos o no probabilísticos, y se encuentra en una parte intermedia entre la recolección de información y el muestreo, por lo que es el proceso de selección de unidades de análisis. Poblaciones para su estudio específico y se realiza cuando las poblaciones son grandes.

3.3.4. Unidad de análisis

El equipo analítico está formado por los Psicólogos, sociólogos y abogados que intervendrán en el proceso de levantamiento de la información profesional que laboran en el MINDES de acuerdo a su manual de funciones establecido en la institución y las áreas respectivas, quienes intervienen directamente con los usuarios que son las personas vulnerables.

Para nuestro estudio, la población general es de 30 empleados de la empresa trabajando en dos turnos, y como esta es menor a 100, nuestra muestra será censal, por ser pequeña esta se iguala a la población.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Son estas un eslabón o articulación considerados por los investigadores, deben tener una correspondencia inequívoca con los objetos de estudio. Las herramientas son aquellas que facilitan la recolección de información, así como su registro (Hernández, 2014). El presente estudio utilizó como herramienta el instrumento, cuestionario que, para cada una de las variables en el caso de Gestión de Almacenes se construyeron 15 ítems para las 3 dimensiones usándose la escala de Likert con las siguientes respuestas Nunca: 1, Casi nunca: 2; A veces: 3; Casi siempre: 4 y Siempre: 5 de la misma forma para la variable ventas también se construyeron 15 ítems para las 3 dimensiones con la escala de Likert y las siguientes respuestas Nunca: 1, Casi nunca: 2; A veces: 3; Casi siempre: 4 y Siempre: 5, así mismo las variables y la técnica a utilizar en el estudio es la encuesta.

Según Arias (2014), en su estudio menciona que la validez se logra a través de la revisión por pares, donde la base teórica debe estar bien fundamentada, y esto debe depender de las variables que se estudien, ya que la base como base dará claridad. Conocerlos y medirlos.

Validez: “Grado en que un instrumento medirá la variable que pretende medir” (Citado por Lorenzo, 2020 de; Hernández, Fernández y Batista, 2014, p.201). Esto nos da la posibilidad del uso de nuestro método de investigación sobre las preguntas formuladas. Para este proceso de validación del instrumento que construimos, utilizamos el método de juicio de expertos, con lo cual estimamos

la medición del instrumento en la población de los 30 trabajadores. Los expertos validaron el instrumento como confiable y aplicable. En la presente investigación los instrumentos fueron validados por el Dr. Kerwin Chávez Vera, Dra. África del Valle Calanchez y el Dr. Estuardo Bocanegra Caballero, todos coinciden que los instrumentos poseen las características suficientes para su aplicación.

Confiabilidad: Cuando un instrumento se aplica repetidas veces sobre un sujeto y este produce los mismos resultados, nos referimos a la confiabilidad, por ello este viene a ser grado en que un instrumento o herramienta producen resultados consistentes (Marroquín, 2020). Para nuestro caso se logró mediante el Alfa de Cronbach, obteniendo un coeficiente de 0.946, para el instrumento de la variable independiente, y de 0.919 para el instrumento de la variable dependiente, calificándose ambos como excelente. El grado de confiabilidad del instrumento ha sido aceptable.

3.5 Procedimientos

El cuestionario se construyó para una escala Likert, que consta de 30 preguntas que será aplicado mediante Google Forms, estas preguntas son cerradas con la siguiente escala ordinal de medida; (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

Actualmente, el análisis cuantitativo de la información recopilada se realiza procesando los datos mediante ejecución computacional, manual, esto ya no es habitual para tener en cuenta información a gran escala (Hernández et al, 2014). Para la implementación de esta aplicación se realizaron las aprobaciones correspondientes con los directores de la empresa con los permisos correspondientes de parte de los mismos a fin de poder recolectar resultados confiables.

3.6 Método de análisis de datos

En la recolección de información previamente se gestionó el permiso de la empresa IDISAC, la cual se acordó con la fecha y hora y el listado de empleados incluidos en la solicitud de la encuesta, con posterior análisis, los Datos serán procesados mediante el SPSS 26, el mismo que nos mostrará los resultados pertinentes, a base a la recolección del conjunto de datos en Excel, con la posterior aplicación de estadísticas de correlación de acuerdo a la naturaleza de

la gestión de almacenes variables y ventas, así como los resultados, se presentarán en cuadros estadísticos con la interpretación que corresponda.

3.7 Aspectos éticos

Se realizó de conformidad con el Reglamento de Propiedad Intelectual Universitaria aprobado por el Consejo Universitario Nro. 0168-2020/UCV. De esta forma, la participación de los trabajadores será igualitaria y de acuerdo con los lineamientos de Belmont, basados en el principio de autonomía, para ello se considerarán permisos, se garantizará la confidencialidad y el anonimato para proteger los datos proporcionados y tener independencia y confianza para ofrecer datos sin censura, así como el principio de equidad, que implica el uso de herramientas en una organización que es igual y coherente con el negocio en estudio. De igual forma, el trabajo de investigación se realizó considerando fundamentalmente la base ética normado en la universidad.

De igual manera, se tuvo en cuenta el respeto a las personas, su integridad y autonomía, el respeto a la parte religiosa, socioeconómica, étnica, entre otros aspectos, además de a los investigadores y personas cuya posición se encuentra en la cúspide de la ciencia y la investigación. Cuenta. Respeto a la propiedad intelectual; defendió, como lo fue el respeto legal de los autores, basado en la honestidad y, sobre todo, la transparencia de las normas APA; El proceso de desarrollo fue tratado con integridad, tanto en la recolección de datos y en su observación, como en la presentación de resultados confiables e impecables, rigor científico, este rigor obliga al estudio a utilizar una metodología estructurada por la universidad, así como criterios científicos, los mismos que podrán ser utilizados en otros estudios. Una responsabilidad; Esto se refiere a los principios éticos que nos inculca la universidad y los lineamientos en los materiales que brindan.

IV. RESULTADOS

En el siguiente capítulo mostraremos la información procesada y analizada después de haber aplicado el cuestionario a la población en estudio, instrumento utilizado para cada una de las variables, Gestión de almacenes y ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022, se trata de encontrar como incide una variable frente a la otra, así mismo presentaremos las tablas y figuras correspondientes a la estadística descriptiva e inferencial.

4.1 Estadística descriptiva

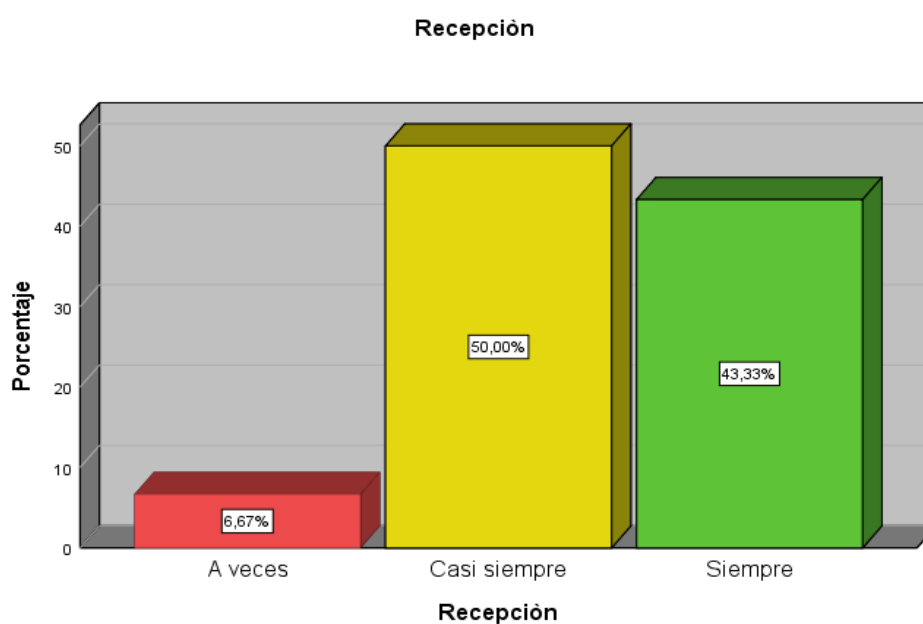
Tabla 1.

Dimensión: Recepción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	2	6,7	6,7	6,7
	CASI SIEMPRE	15	50,0	50,0	56,7
	SIEMPRE	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Figura 1.

Dimensión: Recepción



Interpretación: En la tabla 1 y figura 1 se observan los resultados obtenidos relacionados con la dimensión Recepción, el 50.0% de los encuestados manifiesta que casi siempre la empresa realiza este proceso de manera óptima, para el 43.3% de los individuos señala que siempre la empresa realiza el procedimiento de recepción para logro, objetivos y metas, por otro lado, el 6.7% expresa que solo a veces se presenta un proceso de recepción efectiva.

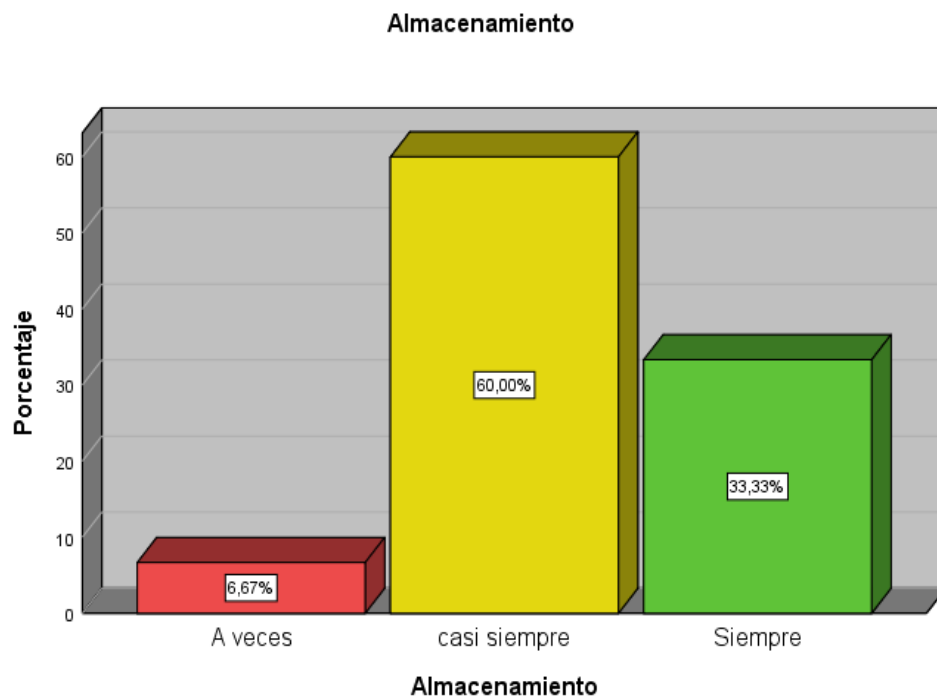
Tabla 2.

Dimensión: Almacenamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	6,7	6,7	6,7
	Casi siempre	18	60,0	60,0	66,7
	Siempre	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Figura 2.

Dimensión: Almacenamiento



Interpretación: En la tabla 2 y figura 2 se observan los resultados obtenidos relacionados con la dimensión Almacenamiento, el 60.0% de los encuestados manifiesta que casi siempre la empresa almacena sus productos de forma conveniente para mantenerse en buen estado, para el 33.3% de los individuos señala que siempre la empresa realiza procedimientos de almacenamiento efectivo, por otro lado, el 6.7% manifiesta que a veces se realiza el almacenamiento siguiendo los procedimientos establecidos.

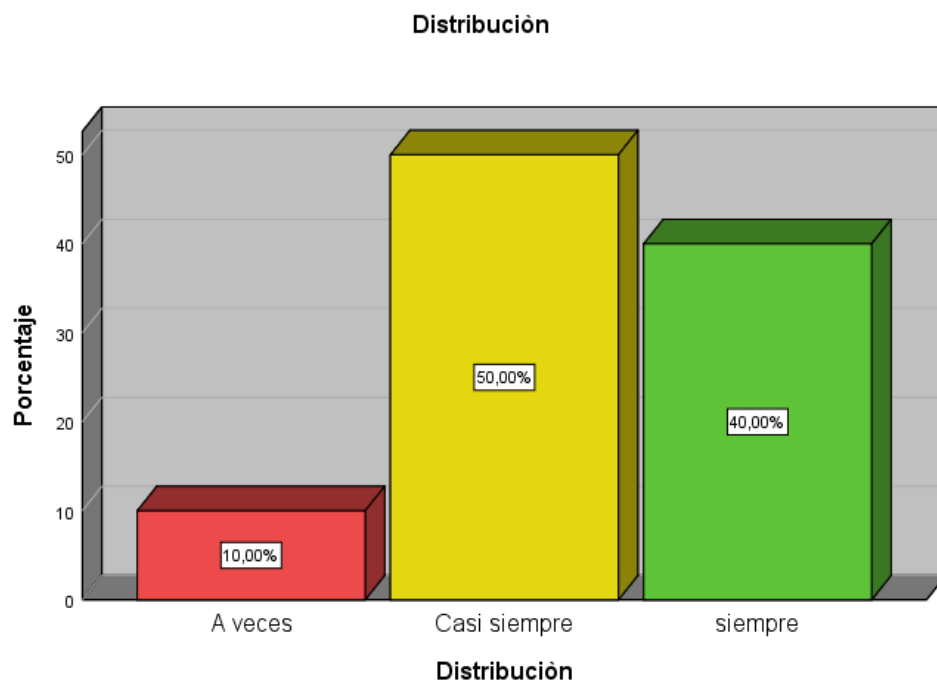
Tabla 3.

Dimensión: Distribución

Válido		Frecuencia	Porcentaje		
			Porcentaje	válido	Porcentaje acumulado
	A veces	3	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	15	50,0	50,0	60,0
	Siempre	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Figura 3.

Dimensión: Distribución



Interpretación: En la tabla 3 y figura 3 se observan los resultados obtenidos relacionados con la dimensión Distribución, el 50.0% de los encuestados indica que casi siempre se realizan adecuadamente la distribución del área de recepción al área de almacén, el cual son distribuidos hacia los consumidores de acuerdo a las zonas estratégicas, para el 40.0% de los individuos señala que siempre la empresa realiza de manera adecuada la distribución de los productos, por otro lado, el 10.0% manifiesta que a veces se realiza la distribución siguiendo las reglas pertinentes.

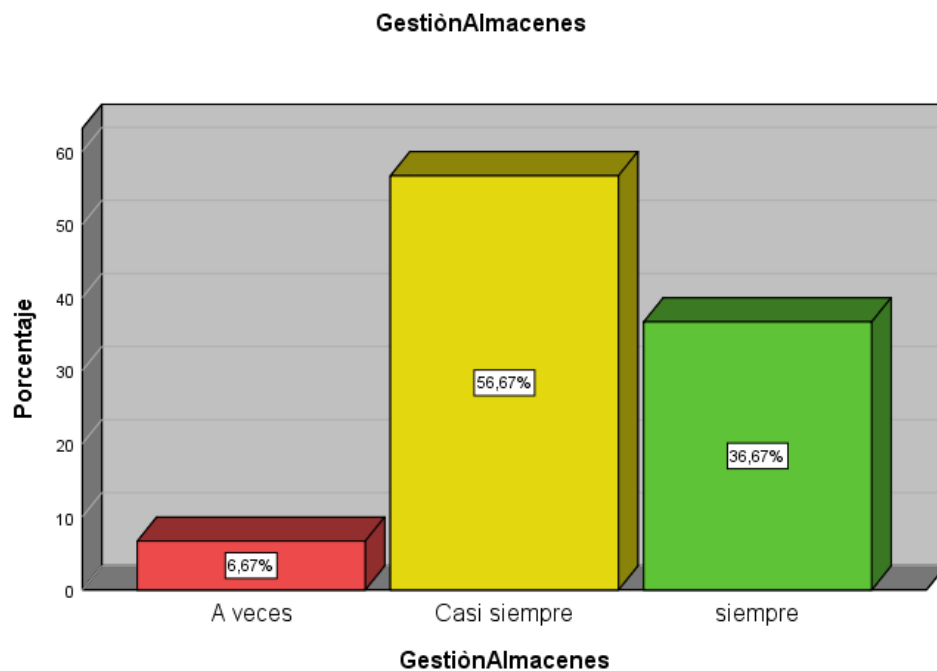
Tabla 4.

Variable: Gestión de Almacenes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	6,7	6,7	6,7
	Casi siempre	17	56,7	56,7	63,3
	Siempre	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Figura 4.

Variable: Gestión de Almacenes



Interpretación: En la tabla 4 y figura 4, pueden observarse los resultados obtenidos en relación con la variable Gestión de Almacenes, 56.7% indica que casi siempre se da el proceso de actividad logística desde que se recibe el producto hasta que son entregados, mientras que el 36.7% manifiesta que siempre esto ocurre, por otro lado, el 6.7% manifiesta que a veces se realizan los procesos de la actividad logística de manera eficaz.

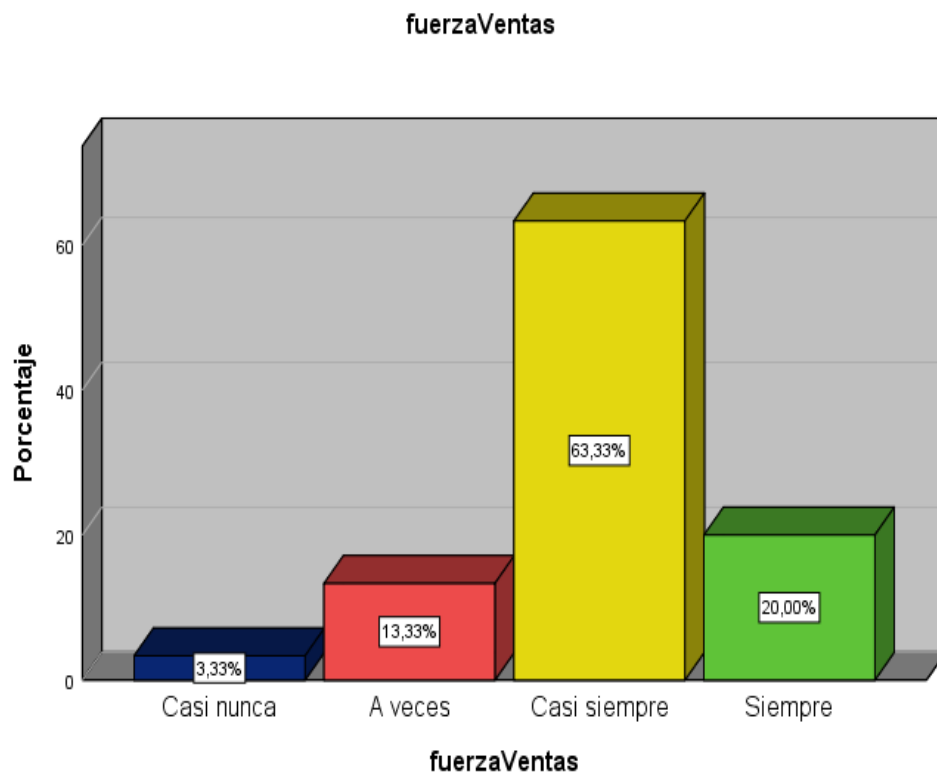
Tabla 5.

Dimensión: Fuerza de Ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	3,3	3,3	3,3
	A veces	4	13,3	13,3	16,7
	Casi siempre	19	63,3	63,3	80,0
	Siempre	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Figura 5.

Dimensión: Fuerza de Ventas



Interpretación: En la tabla 5 y figura 5, se observan los resultados obtenidos relacionados con la dimensión Fuerza de Ventas, donde el 63.3% de los encuestados manifiesta que casi siempre indica, que los trabajadores, las estrategias y los productos están enfocados en la satisfacción de los clientes, generando demandas sobre los bienes de la empresa, el 20,0% señala que siempre se da este enfoque de los procesos trabajador, estrategia y productos, así mismo el 13,3% manifiesta que a veces se realizan los procesos y el 3,3% casi nunca se llevan a cabo este enfoque.

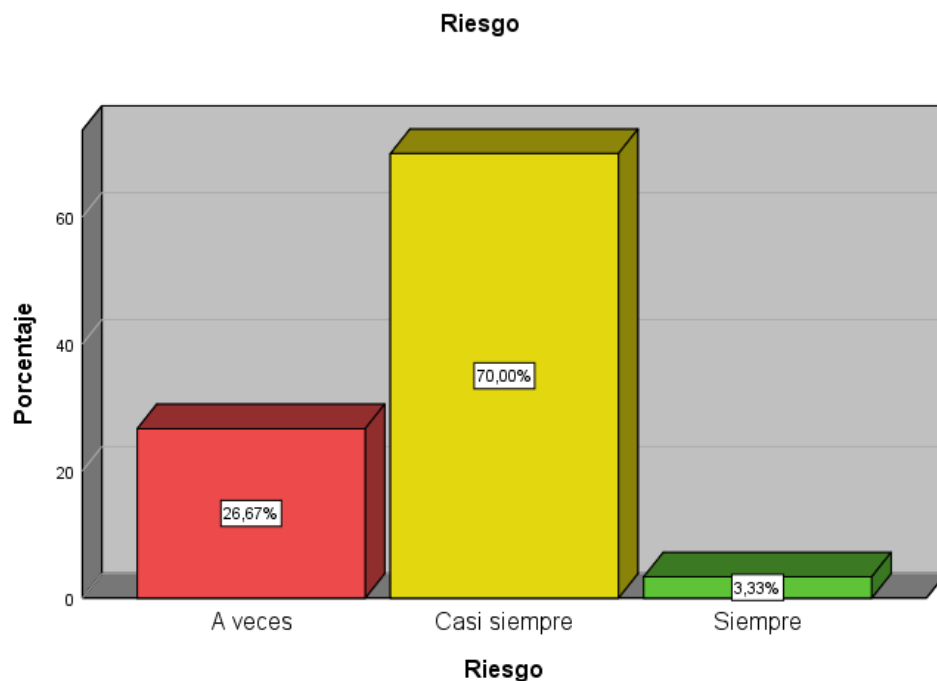
Tabla 6.

Dimensión: Riesgo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	26,7	26,7	26,7
	Casi siempre	21	70,0	70,0	96,7
	Siempre	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Figura 6.

Dimensión: Riesgo



Interpretación: En la tabla 6 y figura 6, se observan los resultados obtenidos relacionados con la dimensión Riesgo, donde el 70.0% de los encuestados manifiestan que, casi siempre los sucesos que afectan negativamente a los objetivos preestablecidos son analizados y evaluados priorizando las alternativas de solución de la empresa, el 26,7% señala que a veces se toman en cuenta estos sucesos, así mismo el 13,3% manifiesta que a veces son considerados y el 3,3% siempre se consideran.

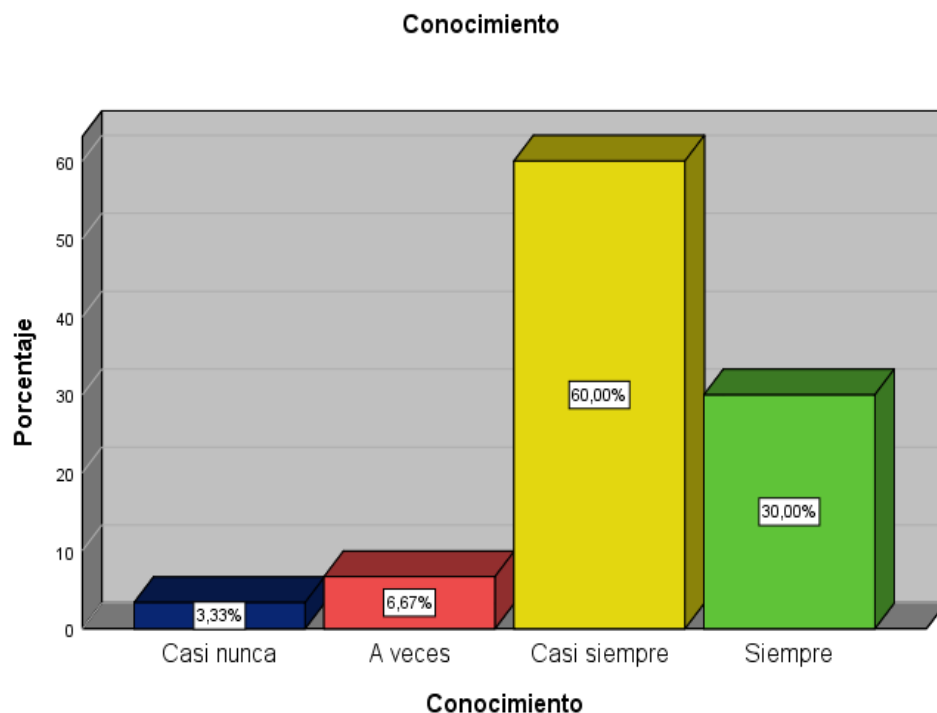
Tabla 7.

Dimensión: Conocimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	3,3	3,3	3,3
	A veces	2	6,7	6,7	10,0
	Casi siempre	18	60,0	60,0	70,0
	Siempre	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Figura 7.

Dimensión: Conocimiento



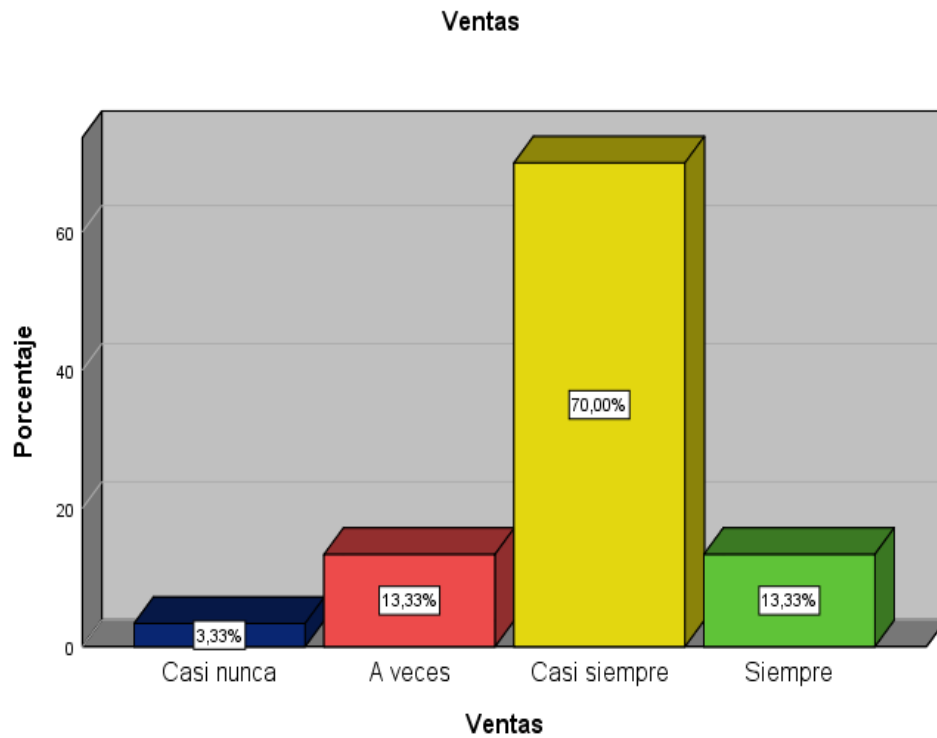
Interpretación: En la tabla 7 y figura 7, se observan los resultados obtenidos relacionados con la dimensión Conocimiento, donde el 60.0% indica que casi siempre los trabajadores, tienen el conocimiento de las actividades logísticas, las estrategias y productos enfocados en satisfacer a los clientes, generando demandas sobre los bienes, el 30,0% señala que siempre se da este conocimiento en los trabajadores, el 6,7% manifiesta que a veces lo tienen en cuenta el 3,3% indica que casi nunca tienen el conocimiento del enfoque.

Tabla 8.

Variable: Ventas

Válido		Frecuencia	Porcentaje		
			Porcentaje	válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	1	3,3	3,3	3,3
	A veces	4	13,3	13,3	16,7
	Casi siempre	21	70,0	70,0	86,7
	Siempre	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Variable: Ventas



Interpretación: En la tabla 8 y figura 8 pueden observarse los resultados en relación con la variable Ventas, el 70.0% indica que casi siempre la empresa es productiva respecto de sus productos, la modalidad de sus ventas, cantidad de pedidos y costos de ventas, el 13,3% señala que siempre es productiva la empresa, el 6,7% manifiesta que a veces en la modalidad de ventas, el 13,3% indica que a veces es productiva y el 3,3% casi nunca es productiva respecto a sus productos.

4.2. Estadística inferencial

Hipótesis general

H1: La gestión de almacenes incide en las ventas en IDISAC, Lima 2022

H0: La gestión de almacenes no incide en las ventas en IDISAC, Lima, 2022

Tabla 9.

Correlaciones

Gestión de Almacenes y venta

		Gestion_Almacenes	Ventas
Rho de Spearman	Gestion_Almacenes	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	30
	Ventas	Coeficiente de correlación	,536**
		Sig. (bilateral)	,002
		N	30

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

Interpretación: Una vez aplicado el coeficiente Rho de Spearman, puede señalarse que existe una correlación positiva considerable entre las variables Gestión de Almacenes y Ventas, al obtener coeficiente de 0.536, de la misma manera podemos observar un Sig. Bilateral 0.002 lo que mediante la regla (Sig. $0.000 \leq 0.05$) permite aceptar la hipótesis alterna que señala que existe relación significativa entre la Gestión de Almacenes y Ventas de la Empresa IDISAC Lima 2022. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 01

H1: La gestión de almacenes incide en la fuerza de ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Ho: La gestión de almacenes no incide en la fuerza de ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Tabla 10.

Correlaciones

Gestión de Almacenes y Fuerza de Ventas

			Gestión_de _Almacenes	Fuerza_de_ Ventas
Rho de Spearman	Gestión_de_Almacenes	Coeficiente de correlación	1,000	,517**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	30	30
	Fuerza_de_Ventas	Coeficiente de correlación	,517**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	30	30

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

Interpretación: Luego de aplicar el coeficiente Rho de Spearman, existe una correlación entre las variables gestión de almacenes y fuerza de ventas positiva y considerable que se dio al obtener un coeficiente de 0,517, de la misma manera podemos observar el valor del Sig. Bilateral 0,003 que al ser aplicado a la regla ($\text{Sig. } 0,003 \leq 0,05$), lo que nos permite aceptar la hipótesis alterna, esta señala que, La gestión de almacenes incide en las en la fuerza de ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Hipótesis específica 02

H1: La gestión de almacenes incide en el riesgo en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Ho: La gestión de almacenes no incide en el riesgo en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Tabla 11.

Correlaciones

Gestión de Almacenes y riesgo

		Gestión de	
		Almacenes	Riesgo
Rho de Spearman	Gestión de Almacenes	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,475**
		N	30
	Riesgo	Coeficiente de correlación	,475**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	30

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

Interpretación: Luego de aplicar el coeficiente Rho de Spearman, existe una correlación entre las variables gestión de almacenes y Riesgo positiva media que se dio al obtener un coeficiente de 0,475; de la misma manera podemos observar el valor del Sig. Bilateral 0,008 que al ser aplicado a la regla (Sig. $0,008 \leq 0,05$), lo que nos permite aceptar la hipótesis alterna, esta señala que, La gestión de almacenes incide en el riesgo en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Hipótesis específica 03

H1: La gestión de almacenes incide con el conocimiento en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Ho: La gestión de almacenes no incide con el conocimiento en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Tabla 12.

Correlaciones

Gestión de Almacenes y Conocimiento

		Gestión_de_		
		Almacenes	Conocimiento	
Rho de Spearman	Gestión_de_Almacenes	Coeficiente de correlación	1,000	,654**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Conocimiento	Coeficiente de correlación	,654**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Interpretación: Luego de aplicar el coeficiente Rho de Spearman, existe una correlación entre las variables gestión de almacenes y conocimiento positiva y considerable que se dio al obtener un coeficiente de 0,654; de la misma manera podemos observar el valor del Sig. Bilateral 0,000 que al ser aplicado a la regla (Sig. $0,000 \leq 0,05$), lo que nos permite aceptar la hipótesis alterna, esta señala que, La gestión de almacenes incide con el conocimiento en la empresa IDISAC, Lima 2022.

V. DISCUSIÓN

Después de haber realizado el análisis descriptivo e inferencial podemos indicar que existe una relación con el objetivo general que fue: Determinar cómo incide la gestión de almacenes en las ventas en la empresa IDISAC Lima, 2022, para la gestión de Ventas, el 70.0% de los trabajadores, la organización estudiada, expresaron que en la misma se establecen y desarrollan las funciones necesarias para una gestión de ventas satisfactoria para la organización, en cuanto a la gestión de almacenes expresan el 56.5% indica que se da el proceso de actividad logística desde que se recibe el producto hasta que son entregados como consumo reduciendo costos en operaciones de transporte con aplicación de la fiabilidad. Por otro lado, se obtuvo un coeficiente de 0,536, lo que indica que existe una correlación positiva considerable entre las variables estudiadas, además de un sig. Bilateral 0,002, lo que reveló la aceptación de la hipótesis alterna que señala que existe relación significativa entre la gestión de almacenes incide sobre las ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Tales resultados concuerdan por lo expuesto por Cerro y Huerta (2021) en su investigación, su principal resultado fue que existe una correlación positiva entre las variables gestión de almacén y ventas, concluyendo que, existe correlación entre ambas variables, pues la 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 $Rho = 0.155$. Tal como se puede apreciar bastante contraste con nuestra investigación, resultados que tiene similitud con nuestros resultados encontrados en la investigación.

Así mismo, existe concordancia con el trabajo realizado por Guevara (2021) en su investigación sobre la gestión de almacenes para mejorar la eficiencia de la empresa, coincidiendo en su conclusión que la gestión de almacenes mejora la eficiencia y esta tiene relación con la reducción de los costos en los diferentes procesos especialmente en los costos de almacenamiento.

Ortiz et al (2018) indica que el principal objetivo de la gestión de almacenes es tener reducción de costos, fiabilidad, rapidez, maximización de productos

disponibles, minimizar el número de operaciones de transportes y poca manipulación de mercadería en sus procesos de almacenamiento, estas características llevan a realizar una buena gestión de almacenes optimizando sus procesos.

En relación con el primer objetivo específico que fue: Determinar cómo incide la gestión de almacenes en la fuerza de ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022, para el 63,3% indica que los trabajadores, las estrategias y los productos están enfocados en la satisfacción de los clientes, generando demandas sobre los bienes de la empresa, el 20,0% señala que siempre se da este enfoque de los procesos trabajador, estrategia y productos, así mismo el 13,3% manifiesta que a veces se realizan los procesos y el 3,3% casi nunca se llevan a cabo este enfoque. Por otro lado, se obtuvo un coeficiente de 0,517, lo que indica que existe una correlación positiva considerable entre las variables estudiadas, además de un Sig. Bilateral 0,003 que revelo aceptar la hipótesis alterna que señala que, la gestión de almacenes incide sobre la fuerza de ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Tales resultados coinciden con lo expuesto por Vidal (2019) quien en su investigación se encontró una significancia de $\alpha=0,000$; con la existencia de una relación significativa entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C. Así mismo, concuerda el valor del coeficiente de correlación que es de 0.827**, la importancia radica en que el control de inventario a través de la gestión de almacenes y la fuerza de ventas mantiene una correlación positiva muy fuerte, coincidentemente con nuestros resultados que la correlación es positiva y considerable. Y más aún, cuando indica que se dividen las responsabilidades, las cuales se encuentran diferencias por la estructura misma y hace más simple las ventas a las diferentes entidades, favoreciendo su flujo y la satisfacción de los clientes, lo que contrasta con nuestra investigación.

Por otro lado, existen coincidencias con las investigaciones de Quinde y Ramos (2018) que plantea el ingreso en las ventas para determinar la rentabilidad en relación con el análisis de inventario la concordancia se dio al verificar que el problema era el inventario del almacén que limitaba la gestión eficiente de los pedidos he ahí la importancia de los almacenes con base en la gestión de

almacenes y en las fuerzas de ventas dado que los estados financieros y ratios fueron positivos que estuvieron en función a la fuerza de ventas por lo que coincide con nuestra investigación al generar mandas en las ventas sobre los bienes enfocados en la satisfacción de los clientes. Importancia de la fuerza de ventas.

Para Douglas et al., (2021). La fuerza de ventas es aquella que está constituida en una organización empresarial por todo el personal del área cuya actividad es la venta de los productos (B/S) y son los que aceptan y cierran los pedidos, este proceso debe de tener la planificación, implementación y el análisis (Sales, 2018).

En lo referente al segundo objetivo específico, el mismo que fue: Determinar cómo incide la gestión de almacenes en el riesgo en la empresa IDISAC, Lima 2022; donde el 70,0% indica que los trabajadores manifiestan que, casi siempre, los sucesos que afectan negativamente a los objetivos preestablecidos son analizados y evaluados priorizando las alternativas de solución de la empresa, el 26,7% señala que a veces se toman en cuenta estos sucesos, así mismo el 3,3% siempre se consideran. De la misma forma, se obtuvo un coeficiente de 0,536, lo que indica que existe una correlación positiva considerable entre las variables estudiadas un Sig. Bilateral 0,002 que revelo aceptar la hipótesis alterna que señala que, la gestión de almacenes incide sobre las ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022. Así mismo, se obtuvo un coeficiente de 0,475, lo que indica que existe una correlación positiva media entre las variables estudiadas además de un Sig. Bilateral 0,008 que revelo aceptar la hipótesis alterna que señala que, la gestión de almacenes incide sobre los riesgos en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Estos resultados coinciden con Serrano (2020) en su trabajo de investigación Control interno y su incidencia del área de almacén en la zona de trabajo utcubamba, ha determinado en relación con la evaluación y valoración de los riesgos que la empresa dentro del área de almacén difunde los tipos de riesgos y las consecuencias como la gestión de beneficios en las labores, y la concordancia con la nuestra radica en que casi siempre se dan las prevenciones de riesgo; por ello de acuerdo a lo hallado también converge con nuestra investigación cuando el 40% estuvo de acuerdo con que la institución identifica los riesgos internos y externos del trabajo que se realiza.

También concuerdan con los investigadores Vidal & Vásquez (2019) dentro de su investigación, indican que los riesgos son inherentes a las actividades de control, por lo que es importante implementar las actividades y la importancia radica en gestionar los riesgos desde los relacionados con los controles y registros en la empresa, con las verificaciones respectivas, en cada área para evitar contingencias, lo cual coincide cuando en nuestra investigación los objetivos preestablecidos son analizados y evaluados priorizando las alternativas en la solución de los riesgos.

Se define el riesgo como la probabilidad de que ocurra un suceso, que afecte negativamente los objetivos preestablecidos, este suceso debe ser analizado para reconocerlo, evaluarlo y suprimirlo de acuerdo con la jerarquía de alternativas de solución observadas (Estupiñán, 2018).

En relación con el tercer objetivo específico que señala: Determinar cómo incide la gestión de almacenes en el conocimiento en la empresa IDISAC, Lima 2022. El 60,0% indica que casi siempre los trabajadores, tienen el conocimiento de las actividades logísticas, las estrategias y productos enfocados en satisfacer a los clientes, generando demandas sobre los bienes, el 30,0% señala que siempre se da este conocimiento en los trabajadores, el 6,7% manifiesta que a veces lo tienen en cuenta el 3,3% indica que casi nunca tienen el conocimiento del enfoque. De la misma manera, se obtuvo un coeficiente de 0,654, lo que indica que existe una correlación positiva considerable entre las variables estudiadas un Sig. Bilateral 0,000 que revelo aceptar la hipótesis alterna que señala que, la gestión de almacenes incide sobre el conocimiento en la empresa IDISAC, Lima 2022.

Los resultados antes mencionados concuerdan con la del investigador Casavilca (2021) quien ha determinado que el 58% revela que siempre las empresas ferreteras cuentan con un sistema de comunicaciones, este sirve para la ubicación de cada bien con exactitud, un área de almacén en tiempo real, la cantidad de productos que posee, un plan de mejora para la distribución y almacenamiento y además cuáles son los más comercializados, vale decir para una buena logística, así mismo el 39,50% evidencio que casi siempre estas cuentan con este sistema de comunicación para su localización, control de precios de los productos y la buena atención de clientes, coincide en el sentido

que dentro de los resultados los trabajadores tienen el conocimiento de la logística que involucra lo anteriormente encontrado por Casavilca, además de las estrategias y el enfoque en la satisfacción de los clientes que generan las demandas de bienes.

De la misma forma Serrano (2020) en su investigación ha obtenido como resultado que el 59% está muy de acuerdo en que la comunicación sea parte de la retroalimentación en el área del almacén por ser parte fundamental para el conocimiento del nivel de inventario, como parte de la gestión de almacenes, es aquí donde se evidencia la coincidencia cuando los trabajadores aplican las estrategias y conocen las actividades logísticas en el almacén comunicación que ayuda en la generación de las demandas con enfoque a los clientes y que el 60% de la población involucrada con el conocimiento de las actividades logísticas en nuestra investigación.

Según Cruz (2021), los conceptos relacionados con la gestión del conocimiento tienen como objetivo descubrir y organizar el conocimiento que ya existe en los subsistemas organizacionales, formalizarlo, distribuirlo y patentarlo de una manera que promueva la ventaja organizacional.

VI. CONCLUSIONES

1. En relación con el objetivo general, se concluye que, se obtuvo un coeficiente de 0,536; correspondiente a una correlación positiva y considerable con un valor de 0,002 (valor \leq 0,05) entre las variables, señalando que existe correlación significativa entre gestión de almacenes y ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022. Lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.
2. En cuanto al primer objetivo específico se concluye que, se obtuvo un coeficiente de 0,517; que corresponde a una correlación positiva y considerable con un p valor de 0,003 (p-valor \leq 0,05), lo que señala que existe relación significativa entre la variable de estudio gestión de almacenes y la dimensión fuerza de ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022. Lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.
3. En cuanto al segundo objetivo específico, se concluye que, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,475; que corresponde a una correlación positiva media con un p valor igual a 0,008 (p-valor \leq 0,05), lo mismo que señala que existe correlación significativa entre la variable gestión de almacenes y la dimensión riesgo en la empresa IDISAC, Lima 2022. Lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.
- 4.- En cuanto al tercer objetivo específico, se concluyó que, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,654; que corresponde a una correlación positiva y considerable con un p valor igual a 0,000 (p-valor \leq 0,05), lo mismo que nos señala que existe correlación significativa entre la variable de estudio gestión de almacenes y la dimensión conocimiento en la empresa IDISAC, Lima 2022. Lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

VII. RECOMENDACIONES

- 1.- Se recomienda a la empresa mantener las estrategias de los procesos de la gestión de almacenes toda vez que existen resultados positivos sin embargo se deben plantear mejoras en función a la reducción de costos, fiabilidad, minimizar el número operaciones de transporte y la poca manipulación de mercadería en sus procesos de almacenamiento esto se debe hacer a través de las actividades que realiza el personal involucrado en el almacenaje y la distribución tales como controlando el nivel del inventario utilizando la técnica primero en entrar primero en salir hacia los canales respectivos de las ventas y se lograra en la empresa una distribución fluida disminuyendo los cuellos de botella.
- 2.-Se recomienda la empresa de la misma manera mantener las actividades y las acciones que se están realizando en los procesos que involucran la fuerza de ventas lo que se debe hacer es mejorar estos procesos impulsando más la satisfacción a los clientes mediante encuestas de opinión generando más demandas de los productos con esto la empresa lograra el impulso de las ventas, incrementando los ingresos de la organización lo que redundara en los trabajadores.
- 3.- Se recomienda a la empresa muy aparte del mantenimiento de las acciones que actualmente se llevan a cabo, acciones para la mejorar los riesgos por ello lo que se debe hacer generar un plan con la finalidad de aproximarse a sucesos que ocasionan daños futuros analizando y evaluando los riegos involucrando alternativas como la actitud proactiva en la anticipación de estos hechos, con revisiones periódicas mensualmente logrando la empresa la reducción de riegos y el conocimiento de sucesos que pudieran ocurrir y por ende la reducción de las consecuencias sobre los objetivos preestablecidos de la empresa.
- 4.- Se recomienda a la organización continuar con las acciones de información sobre objetivos y metas a todo el personal, conocimiento que en la actualidad están favoreciendo el logro de las mismas, sin embargo, lo que también se debe hacer es la codificación de ese conocimiento existente, con lo cual la empresa lograría dentro de sus subsistemas la organización y formalización

de los canales de comunicación e información coadyuvando al desarrollo de los beneficios organizativos.

REFERENCIAS

- Ascencio Castillo, V. H., & Julcahuanca Jiménez, A. E. (2022). La gestión de almacén de una empresa de equipos y servicios de Tecnologías de la Información–LIMA, 2021.
- Al-Sharif, D., & Hamas, Y. (2021). Online Smes Warehouse Management: Challenges and Opportunities. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(15), 17-26.
- Ali, S. A., Memon, Z. A., Sheikh, S. A., & Khan, M. H. (2020). Warehouse Management System and KANBAN Technique: A Review.
- Álvarez Villafana, M. A. (2021). Los procesos de gestión de almacenes en tiendas Ripley Chimbote, 2021.
- Aravindaraj, K., & Chinna, P. R. (2022). A systematic literature review of integration of industry 4.0 and warehouse management to achieve sustainable development goals (sdgs). *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 100072.
<https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100072>
- Ariza Rodríguez, E. R. (2021). Estrategias empresariales enfocadas en implementar mecanismos para captar clientes potenciales en FINSOCIAL 2021.
- Acuña Vega, L. M., & Asto Salazar, G. A. (2019). Aplicación de gestión de almacenes para mejorar la productividad en la empresa Frenos Pedro Pablo, San Juan de Lurigancho, 2019.
- Calzado-Girón, D. (2020). La gestión logística de almacenes en el desarrollo de los operadores logísticos. *Ciencias Holguín*, 26(1), 59-73.
- Cerro Pasapera, D. A., & Huerta Condori, M. M. (2021). Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil SAC Piura año 2021.
- Cerro Pasapera, D. A., & Huerta Condori, M. M. (2021). Gestión de almacén y su incidencia en las ventas de la distribuidora Continental Textil SAC Piura año 2021.

- Chávez López, S. (2018). El concepto de riesgo.
- Čolaković, A., Čaušević, S., Kosovac, A., & Muharemović, E. (2020, June). A review of enabling technologies and solutions for iot based smart warehouse monitoring system. In International Conference "New Technologies, Development and Applications" (pp. 630-637). Springer, Cham.
- Cruz Padilla, J. M. (2021). Gestión por competencias y productividad laboral de la fuerza de ventas empresa EPSON PERÚ SA.
- Chuquipiondo Cardenas, G. E. Gestión de almacén en la MYPE del sector comercio: caso empresa ferretería y multiservicios MILSA SRL-Callería, 2020.
- Chávez Vescance, J. D., Montes González, J. A., Caicedo Tamayo, A. M., Ochoa Angrino, S., Serna Collazos, A., & Valencia Molina, C. T. (2018). Competencias y estándares TIC desde la dimensión pedagógica: Una perspectiva desde los niveles de apropiación de las TIC en la práctica educativa docente. Sello Editorial Javeriano-Pontificia Universidad Javeriana, Cali.
- Contreras Jerónimo, Y. L., & Granados Andrade, M. R. (2019). Mejora continua en la gestión de almacén y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa "Wander" SAC-Huancayo, 2017.
- Córdova Tello, D. M., & Maldonado Cabello, J. J. (2020). La gestión de almacenes y el control de inventarios en la empresa Inversiones GKS Cercado de Lima, Lima-Perú 2020.
- Crespo López, F. (2018). Descripción detallada del sistema EWM de gestión de almacenes de SAP.
- Domínguez Vásquez, P. E. (2018). Plan de mejora en la gestión de almacenes para una empresa comercializadora de equipos.
- Díaz, P. L., & Barbosa Quintero, S. (2020). Gestión de almacenamiento y control de inventario en alcaldías del Alto Magdalena-caso Guataqui y Nariño Cundinamarca (Doctoral dissertation).

- Elizalde-Marín, L. (2018). Gestión de almacenes para el fortalecimiento de la administración de inventarios. Observatorio de la economía Latinoamericana, (noviembre).
- Fernández Cabrera, M. A. (2019). Gestión De Almacenes e Inventarios En La Botica Farhisa–Ferreñafe 2017.
- Guevara Segura, C. V. (2022). Gestión de almacén para mejorar la eficiencia operativa en la empresa Corporación Ramos SCRL, Chiclayo 2021.
- García Gómez, D. A., Cedeño Rementeria, Y., Ríos Menas, I., & Morell Pérez, L. (2019). Índice integral de calidad para la gestión de almacenes en entidades hospitalarias. Gaceta Médica Espirituana, 21(1), 21-33.
- Gómez, D. A. G., Acosta, M. G., & Araque, Y. C. (2020). Evaluación de la gestión de almacenes. Estudio de entidades del municipio Sancti Spiritus, Cuba. In Tendencias en la Investigación Universitaria: Una visión desde Latinoamérica. Vol. X (pp. 574-590). Universidad Continente Americano.
- Hernanz Herrero, A. (2018). Sistemas de información y gestión del conocimiento: análisis y diseño de la implantación de un sistema de gestión de almacén.
- Khan, M. G., Huda, N. U., & Zaman, U. K. U. (2022). Smart Warehouse Management System: Architecture, Real-Time Implementation and Prototype Design. Machines, 10(2), 150.
- Lamba, N., & Thareja, P. (2021). Developing the structural model based on analyzing the relationship between the barriers of green supply chain management using TOPSIS approach. Materials Today: Proceedings, 43, 1-8.
- Lirios, C. G., Guillén, J. C., Aguayo, J. M. B., Valdés, J. H., & Torres, R. S. (2015). Especificación de un modelo de comunicación de riesgos ambientales ante el cambio climático. Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento, 3(6), 71-89.
- Lu,P.,Liu,P. & Xu,J.(2021).Design of Intelligent Warehouse Management System Based on MVC. International Journal of Advanced Network, Monitoring and Controls,6(2) 79-87. <https://doi.org/10.21307/ijanmc-2021-020>

Makaci, M., Reaidy, P., Evrard-Samuel, K., Botta-Genoulaz, V., & Monteiro, T. (2017). Pooled warehouse management: An empirical study. *Computers & Industrial Engineering*, 112, 526-536.

DOI: 10.1016/j.cie.2017.03.005

Kim, T.Y. (2018, July 5). Data-driven Warehouse Management in Global Supply Chains (No. EPS-2018-449-LIS). ERIM Ph.D. Series Research in Management. Erasmus University Rotterdam. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1765/109103>

Kondou masaharu, kamoshida ryota, yoshitake Hiroshi, kazama yoriko, & takahashi emi. (2018). Warehouse management system and warehouse management method. Europäisches patentamt.

Mayorga Berrios, J. D. S., Muñoz Montenegro, F. I., & Torres Varela, E. D. C. (2019). Relación entre la inteligencia emocional y el desempeño laboral de los ejecutivos de ventas de la empresa comercial la Curacao sucursal León, en el segundo semestre del año 2018.

Mohammadehsan torabizadeh, m. torabizadeh, noordin mohd yusof, n. mohd yusof, azanizawati ma'aram, a. ma'aram, & awaluddin Mohamed Shaharoun, A. Mohamed Shaharoun. (2020). Identifying sustainable warehouse management system indicators and proposing new weighting method. *Journal of cleaner production*, 248, 119190.

Doi: 10.1016/j.jclepro.2019.119190.

Mohammed Musthafa Sheriff, I., & John Aravindhar, D. (2022). NLP-Oriented Voice-Based Order Picking System in a Warehouse Management: A Systematic Review. *Smart Data Intelligence*, 185-198.

Paredes Valles, A., & Santa María Freitas, F. S. (2022). Gestión de almacén y su influencia en el cumplimiento de metas en la empresa F&P Constructora ENALTA SAC, periodo 2019.

Posso Pacheco, R. J., & Bertheau, E. L. (2020). Validez y confiabilidad del instrumento determinante humano en la implementación del currículo de educación física.

- Ramirez, C., Júnior, A. L. N., Siluk, J. C., & Ataíde, L. D. (2022). A literature overview about warehouse management. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 42(2), 153-175.
- Rodríguez Bernal, M. F. (2018). Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para el almacén de materia prima en la Compañía de Diseño, Montaje y Construcción-CMD SAS.
- Salazar Mosquera, s. y. (2021). Aplicación de un modelo de inventarios abc y su influencia en la gestión de almacenes en cabze srl cajamarca, 2020.
- Tanaka manabu, saika tatsuya, okajima keigo, & ono hideki. (2019). Warehouse management apparatus, freezing warehouse, and warehouse management method. *Europäisches patentamt*.
- Tello Portilla, R. (2019). La gestión de almacenes y la atención oportuna a los clientes en la empresa Anypsa Corporation SA, Carabayllo 2019.
- Timaná Yarlequé, C. L. (2021). Propuesta de un sistema de gestión de almacén (SGA) para la mejora en el proceso logístico del café en la empresa Norandino Piura-2019.
- Tynong, A. (2021). Machine learning for planning in warehouse management.
- Wang daiming, & Chen tao. (2021). Warehouse management display equipment and warehouse management method. *Europäisches Patentamt*.
- XIANG WEIFENG. (2019). Warehouse management system and warehouse-in management and warehouse-out management method. *Europäisches Patentamt*.
- Yan hong, yan Wei, zou Wei, yang yifeng, wang chengrui, fan wenbin, gou yazhou, & zhang fan. (2018). warehouse management display device and warehouse management method. *Europäisches patentamt*.
- Zheng nenghuan. (2021). Warehouse management method and warehouse management system. *Europäisches Patentamt*.
- Zhang zhijing, jin weisheng, zeng jianjun, liu jie, li zhijuan, sun xiaoru, chen jiayu, tian xiaomin, wang tao, & zhang kai. (2021). Material warehouse-in and warehouse-out management system and method for warehouse management. *Europäisches Patentamt*.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variable

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALADA DE MEDICIÓN
GESTIÓN DE ALMACENES	Se llama así a los procesos logísticos que atreves de tratamiento e información generan datos, sobre la recepción y almacenamiento del propio almacén que parte desde un punto de consumo relacionado con materiales, materias primas, insumos o acabados (Salazar, 2019).	Es un método que obedece a la necesidad de identificar las existencias para su flujo obedeciendo a las dimensiones Recepción, Almacenamiento y Distribución, según la cantidad y valor en el almacén.	Recepción	Espacio Manejo de Materiales Inspección y Documentación	Likert
			Almacenamiento	Productos Espacio Artículos	
			Distribución	Medio Documento revisión Cotejo	
VENTAS	Es el proceso de determinar las exigencias y aspiraciones de una persona u organización empresarial mostrando una mercancía o servicio, de manera que el consumidor se motive y tome la decisión favorable de hacer la compra (Arribasplata, Núñez Y Tapia 2019).	Es el método que obedece a la necesidad distribuir y entregar según los pedidos obedeciendo a las dimensiones Fuerza de ventas, Riesgo y Conocimiento.	Fuerza de ventas	Efectividad Eficiencia Servicio al cliente	Likert
			Riesgo	Margen de ventas Stock de inventarios Venta por promociones	
			Conocimiento	Información previa Entendimiento del producto	

Anexo 2. Matriz de consistencia
Gestión de almacenes y su incidencia en las ventas en la Empresa IDISAC, Lima 2022

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnicas e Instrumentos
<p>Problema General ¿Cómo incide la gestión de almacenes a las ventas en IDISAC, Lima 2022?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo incide la gestión de almacenes a en la fuerza Ventas en IDISAC, Lima 2022?</p> <p>¿Cómo incide la gestión de almacenes en el riesgo en IDISAC, Lima 2022?</p> <p>¿Cómo incide la gestión de almacenes en el conocimiento en IDISAC, Lima 2022?</p>	<p>Objetivo General Determinar la incidencia de la gestión de almacenes a las ventas en IDISAC, Lima 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar la incidencia de la gestión de almacenes en la fuerza de ventas en IDISAC, Lima, 2022.</p> <p>Determinar la incidencia de la gestión de almacenes en el riesgo en IDISAC, Lima, 2022.</p> <p>Determinarla incidencia de la gestión de almacenes en el conocimiento en IDISAC, Lima 2022.</p>	<p>Hipótesis General La gestión de almacenes incide en las ventas en IDISAC, Lima 2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>La gestión de almacenes incide en la fuerza de ventas en la empresa IDISAC, Lima 2022.</p> <p>La gestión de almacenes incide en el riesgo en la empresa IDISAC, Lima 2022.</p> <p>La gestión de almacenes incide con el conocimiento en la empresa IDISAC, Lima 2022.</p>	<p style="text-align: center;">Técnica Encuesta</p> <p style="text-align: center;">Instrumento Cuestionario</p>

San Borja, 19 de septiembre de 2022

Señores:

Escuela de Administración

Universidad César Vallejo – Campus LIMA NORTE

A través del presente, RONALD VINCENT CROSS BARRAGAN, identificado (a) con DNI N° 43002976 representante de la empresa/institución INNOVACIONES DIAGNOSTICAS INTELIGENTES SAC con el cargo de GERENTE DE ADMINISTRACION Y FINANZAS , me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

a) RAMOS ELÍAS, ALFONSO

b)

Están autorizadas para:

a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada Gestión de almacenes y su incidencia en las ventas en la empresa Idisac, Lima 2022

Si

No

b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Si

No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,



.....
Firma y Sello

Nombre y Apellidos : RONALD VINCENT CROSS BARRAGAN

Cargo GERENTE DE ADMINISTRACION Y FINANZAS

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario para Gestión de Almacenes

Para responder piense en lo que realmente sucede en su centro laboral, no hay respuestas correctas o incorrectas, refleje su criterio, las preguntas tienen 5 niveles de respuesta, solo marque “+” o “x” la alternativa de su elección, no marque dos opciones. Sus respuestas son confidenciales y anónimas, muchas gracias por su valiosa colaboración.

Nunca 1	Casi nunca 2	A veces 3	Casi siempre 4	Siempre 5
-------------------	---------------------	---------------------	--------------------------	---------------------

Ítems		Alternativas de respuestas				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Recepción						
1	El espacio asignado para la recepción de productos es el adecuado					
2	Los productos en el área de recepción se pueden manipular					
3	Las herramientas que se dan para la recepción de los productos son adecuadas					
4	Se cumplen con las etapas de recepción de productos					
5	Para la descarga de los productos existe una zona exclusiva en la recepción					
Dimensión: Almacenamiento						
6	Se almacenan los productos de forma conveniente					
7	Con la forma de almacenar se manipulan bien los productos					
8	El espacio del almacenamiento es el conveniente					
9	Se distribuyen los productos en función al espacio					
10	Hay eficiencia en el control de inventario de productos					
Dimensión: Distribución						
11	Los medios para la distribución de los productos en el almacén son los adecuados					
12	Existen rutas preestablecidas para la distribución de los productos					
13	La documentación para el ingreso de productos es adecuada a los requerimientos					
14	La documentación para la salida de los productos es adecuada a las demandas					
15	Las ubicaciones para los productos son los adecuados					

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario para ventas

Para responder piense en lo que realmente sucede en su centro laboral, no hay respuestas correctas o incorrectas, refleje su criterio, las preguntas tienen 5 niveles de respuesta, solo marque “+” o “x” la alternativa de su elección, no marque dos opciones. Sus respuestas son confidenciales y anónimas, muchas gracias por su valiosa colaboración.

Nunca 1	Casi nunca 2	A veces 3	Casi siempre 4	Siempre 5
-------------------	---------------------	---------------------	--------------------------	---------------------

Ítems		Alternativas de respuestas				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Fuerza de ventas						
1	Los recursos humanos de la fuerza de ventas realizan con eficiencia la comercialización de los productos					
2	Los recursos humanos de la fuerza de ventas están capacitados					
3	Los materiales con que cuenta ayudan en la comercialización de los productos					
4	La fuerza de ventas genera demandas sobre los productos					
5	La fuerza de ventas asegura la satisfacción del cliente					
Dimensión: Riesgo						
6	Hay saturación de stock de inventario					
7	El stock de inventarios en el almacén es conocido					
8	Para la venta por promociones se conoce al público objetivo					
9	Existen estrategias para la venta por promociones					
10	La promoción por un tiempo determinado dificulta la subida de los precios a los clientes					
Dimensión: Conocimiento						
11	Existe información detallada del cliente para la preparación en las ventas					
12	Las condiciones más ventajosas del producto hace que el cliente lo emplacé					
13	El conocimiento del producto para la atención al cliente se utiliza como una habilidad					
14	Las características del producto son de conocimiento					
15	Lo capacitan sobre información previa y entendimiento del producto.					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Lima, 09 de noviembre de 2022

CARTA N° 01.

Señor

Mg/ Dr. Dr. KERWIN JOSÉ CHAVEZ VERA

Presente.-

Asunto: Validación de instrumentos

Estimado experto reciba un cordial saludo por medio de la presente solicito de su experiencia en el área para la evaluación del presente instrumento en el cual se pretende desarrollar la investigación: Gestión de almacenes y su incidencia en las ventas en la empresa IDISAC Desarrollado por el autor: **Alfonso Ramos Elías.**

Agradeciendo por su atención que brinde a la presente, me suscribo a usted, reiterándole las muestras de mi mayor consideración y alta estima.

Atentamente,

Firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. KERWIN JOSÉ CHAVEZ VERA

Institución donde labora: Docente UCV

Especialidad: Autor en Gerencia

Instrumento de evaluación: CUESTIONARIO DE VARIABLE GESTION DE ALMACENES

Autor (s) del instrumento (s): Bach. Alfonso Ramos Elías

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X

INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL					8	40
48						

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 “Excelente”; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)


III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD

APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

48

Lima, 9 de noviembre del 2022



Dr. Kerwin José Chávez Vera
 C.E. 003058624
 Docente Investigador®

Firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. KERWIN JOSÉ CHAVEZ VERA

Institución donde labora: Docente UCV

Especialidad: Administración

Instrumento de evaluación: CUESTIONARIO DE VARIABLE VENTAS

Autor (s) del instrumento (s): Alfonso Ramos Elías

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y					X

	Responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL					8	40
						48

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)


III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD

APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

48

Lima, 9 de noviembre del 2022



Dr. Kerwin José Chávez Vera
C.E. 003058624
Docente Investigador®

Firma



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Lima, 07 de noviembre de 2022

CARTA Nº 01.

Señor

Mg/ Dr. Dra. Arica Del Valle Calanchez Urribarri

Presente.-

Asunto: Validación de instrumentos

Estimado experto reciba un cordial saludo por medio de la presente solicito de su experiencia en el área para la evaluación del presente instrumento en el cual se pretende desarrollar la investigación: Gestión de almacenes y su incidencia en las ventas en la empresa IDISAC Desarrollado por el autor: **Alfonso Ramos Elías.**

Agradeciendo por su atención que brinde a la presente, me suscribo a usted, reiterándole las muestras de mi mayor consideración y alta estima.

Atentamente,

Firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dra. África Del Valle Calanchez Urribarri

Institución donde labora: Docente UCV

Especialidad: ADMINISTRACION

Instrumento de evaluación: CUESTIONARIO DE VARIABLE GESTION DE ALMACENES

Autor (s) del instrumento (s): Bach. Alfonso Ramos Elías

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X

INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL					12	35
47						

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 “Excelente”; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD

APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

47

Lima, 9 de noviembre del 2022


Dra. África Calanchez Urribara
 CE. 000573626
 Docente investigadora

Firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dra. Africa Del Valle Calanchez Urribarri.

Institución donde labora: Docente UCV

Especialidad: ADMINISTRACION

Instrumento de evaluación: CUESTIONARIO DE VARIABLE VENTAS

Autor (s) del instrumento (s): Alfonso Ramos Elías

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X

INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL					12	35
						47

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 “Excelente”; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD

APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN. 47

Lima, 9 de noviembre del 2022



Dra. África Calanchez Urribara
CE. 000573626
Docente investigadora

Firma



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Lima, 10 de noviembre de 2022

CARTA N° 01.

Señor:

Mg/: Bocanegra Caballero Estuardo José

Presente.-

Asunto: Validación de instrumentos

Estimado experto reciba un cordial saludo por medio de la presente solicito de su experiencia en el área para la evaluación del presente instrumento en el cual se pretende desarrollar la investigación: Gestión de almacenes y su incidencia en las ventas en la empresa IDISAC Desarrollado por el autor: **Alfonso Ramos Elías.**

Agradeciendo por su atención que brinde a la presente, me suscribo a usted, reiterándole las muestras de mi mayor consideración y alta estima.

Atentamente,

Firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg: Bocanegra Caballero Estuardo José

Institución donde labora: Comando de Educación y Doctrina del Ejército

Especialidad: Docente de Logística

Instrumento de evaluación: CUESTIONARIO DE VARIABLE GESTION DE ALMACENES

Autor (s) del instrumento (s): Bach. Alfonso Ramos Elías

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X

INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						50
						50

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 “Excelente”; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD

APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

50

Lima, 10 de noviembre del 2022



Mg. Estuardo José Bocanegra Caballero
 Colegiatura N° 06027
 Acreditación Evaluación Gestión Educativa

Firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg: Bocanegra Caballero Estuardo José

Institución donde labora: Comando de Educación y Doctrina del Ejército

Especialidad: Docente de Logística

Instrumento de evaluación: CUESTIONARIO DE VARIABLE GESTION VENTAS

Autor (s) del instrumento (s): Bach. Alfonso Ramos Elías

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X

INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						50
						50

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 “Excelente”; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD

APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

50

Lima, 10 de noviembre del 2022



Mg. Estuardo José Bocanegra Caballero
 Colegiatura N° 00027
 Acreditación Evaluación Gestión Educativa

Firma

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,946	15

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,919	15

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

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

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5[Inaceptable
[0,5 ; 0,6[Pobre
[0,6 ; 0,7[Débil
[0,7 ; 0,8[Aceptable
[0,8 ; 0,9[Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestion_Almacenes	,326	30	,000	,751	30	,000
Ventas	,375	30	,000	,745	30	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se acepta la H1: los datos no siguen una distribución normal.

Como NO SIGUE UNA DISTRIBUCIÓN NORMAL se utiliza el COEFICIENTE DE SPEARMAN para las correlaciones de PRUEBAS NO PARAMETRICAS

Grado de relación según coeficiente de correlación.

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Basada en (Hernández & Fernández, 1998).

PERSONA	VARIABLE GESTION DE ALMACENES																VARIABLE VENTAS																								
	RECEPCION						ALMACENAMIENTO					DISTRIBUCION					FUERZA DE VENTAS						RIESGO					CONOCIMIENTO													
	ESPACIO	PRODUCTO	HERRAMIENTA	RECEPCION	DESCARGA	PROMEDIO DE LA DIMENSION	ALMACENAR	MANIPULAR	CONVENIENTE	DISTRIBUIR	EFICIENCIA	PROMEDIO DE LA DIMENSION	MEDIOS	RUTAS	INGRESO	SALIDA	UBICACIÓN	PROMEDIO DE LA DIMENSION	PROMEDIO DE LA VARIABLE	COMERCIALIZACION	RR.HH	MATERIALES	DEMANDA	SATISFACION	PROMEDIO DE LA DIMENSION	SATURACION	INVENTARIOS	PROMOCIONES	ESTRATEGIAS	precios	PROMEDIO DE LA DIMENSION	CLIENTE	CONDICIONES	CONOCIMIENTO	CARACTERISTICAS	CAPACITACION	PROMEDIO DE LA DIMENSION	PROMEDIO DE LA VARIABLE			
1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
5	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	3	5	5	4	1	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4		
6	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4		
7	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4		
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
9	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4		
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
11	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	
12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
13	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	5	3	3	3	4	3	3	
14	2	5	2	3	5	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	
15	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	
16	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
17	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
18	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
19	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	
20	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	3	5	4	3	3	5	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	
21	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	
22	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	1	3	5	5	1	3	5	1	5	5	5	5	5	4	4	4	
23	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	3	3	4	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	
24	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	3	5	5	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	
25	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	3	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	
26	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	
27	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	3	3	5	5	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	
28	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	5	3	3	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	
29	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	
30	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CHAVEZ VERA KERWIN JOSE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis Completa titulada: "Gestión de almacenes y su incidencia en las ventas en la empresa Idisac, Lima 2022", cuyo autor es RAMOS ELIAS ALFONSO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, 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 Completa 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.

LIMA, 17 de Enero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CHAVEZ VERA KERWIN JOSE CARNET EXT.: 003058624 ORCID: 0000-0003-2842-2099	Firmado electrónicamente por: KJCHAVEZVE el 17- 01-2023 09:13:40

Código documento Trilce: TRI - 0521805