



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Control de inventario y fuerza de ventas de la empresa GOLOPLUS S.A.C.,

Cercado de Lima, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Vidal Fernandez, Laydi Mireya (ORCID: 0000-0002-0262-9107)

ASESOR:

Dr. Vasquez Espinoza, Juan Manuel (ORCID: 0000-0002-1678-1361)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria:

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios por darme las fuerzas de continuar y así poder cumplir con uno de mis anhelos.

Para mi familia, en la cual estuvieron a mi lado apoyándome y siempre motivando a seguir nuestros objetivos, también a todas las personas que me apoyaron durante el proceso y también aquellos que nos compartieron sus conocimientos.

Agradecimiento:

A todas las personas que han contribuido en el proceso de mi trabajo y conclusión de mi tesis, también al Dr. Juan Manuel Vasquez Espinoza y a mis amigos quienes me motivaron en todo momento y finalmente a la universidad Cesar Vallejo por brindarme los conocimientos que obtuve durante mi formación profesional.

Página del Jurado


Declaratoria de autenticidad

Yo, Laydi Mireya Vidal Fernandez con DNI N.º 72797491, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 11 de Diciembre del 2019

.....


Laydi Mireya Vidal Fernandez

ÍNDICE

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	10
2.1 Tipo y diseño de investigación	10
2.2 Operacionalización de variables	11
2.3 Población, muestra y muestreo	14
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	14
2.5 Procedimiento	15
2.6 Métodos de análisis de datos	16
2.7 Aspectos éticos	16
III.RESULTADOS	17
IV. DISCUSIÓN	25
V. CONCLUSIONES	30
VI. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS	36

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo es determinar la relación que existe entre ambas y reconocer su importancia. Por otro lado se sustentan el control de inventario Soto & Vásquez define que el control de inventario se basa principalmente en los ingresos y salidas en base a las mercaderías vendidas, por ello se realiza el estado de resultados que cuenta con una información necesaria en las ventas , también la fuerza de ventas lado Kotler define que las fuerza de ventas son análisis, planeación, implementación y control de actividades en la cual realizar para obtener estrategias, también se enfoca en el reclutamiento del personal en la cual dividen sus responsabilidades de manera alineada.

La investigación fue de tipo aplicada de enfoque cuantitativo, presento un estudio descriptivo correlacional con un diseño no experimental transversal. La población consto de 70 colaboradores de dicha empresa, con una muestra de 70, en la recolección de datos y análisis se utilizó la técnica de la encuesta, en la cual fue valida por expertos conocedores del tema.

Los resultados obtenidos después de la recolección, análisis de los datos concluye que ambas variables influyen mucho en la empresa ya que tienen una relación fuerte entre ellas.

Palabras claves: Inventario, fuerza de ventas, colaboradores

ABSTRACT

The objective of this work was to determine the relationship between the two and recognize their importance. On the other hand, the inventory control is supported. Soto & Vásquez defines that the inventory control is mainly based on the income and exits based on the merchandise sold, therefore the income statement is made that has a necessary information on sales , also the sales force Kotler side defines that the sales force are analysis, planning, implementation and control of activities in which to perform to obtain strategies, also focuses on the recruitment of personnel in which they divide their responsibilities in an aligned manner.

The research was applied as a quantitative approach, I present a descriptive correlational study with a non-experimental cross-sectional design. The population consisted of 70 employees of this company, with a sample of 70, in the data collection and analysis the survey technique was used, in which it was validated by experts knowledgeable about the subject.

The results obtained after the collection, analysis of the data concludes that both variables greatly influence the company since they have a strong relationship between them.

Keywords: Inventory, sales force, collaborators

I. INTRODUCCIÓN

En estos tiempos se puede observar en las empresas u organizaciones que se basan en las ventas y los productos para tener un mejor rendimiento, pero están teniendo varios problemas como el desabastecimiento de ello por la falta de evaluación e importancia que puedan tener, por ello no pueden progresar efectivamente en el mercado y buscan alternativas en la cual les resulte más rentable. El objetivo de toda empresa peruana y otras partes del mundo es obtener utilidades en la cual la gran parte se enfocan en las ventas y de un adecuado control de inventarios, ya que si no hay suficiente producto no se podrá realizar las ventas y pueden afectar a la empresa u organización.

En el ámbito internacional se abarca en tener un buen control en base a sus productos y sus ventas, ya que actualmente no toman mucha importancia, por ello reciben constantes quejas e incluso llega a que el consumidor desconfíe del producto y ya no lo adquiera como es en el caso de varias empresas extranjeras que tienen el mismo inconveniente.

Quinde y Ramos (2018) tiene como objetivo principal el ingreso que son las ventas en las cuales van a determinar la rentabilidad de las compañías, en base al análisis del control de inventario, como el caso de la empresa Disena Ramirez S.A. en la cual presento un efecto en su rentabilidad por ello realizaron un estudio para hallar el problema y solucionarlo, se basó en el tipo descriptivo, obteniendo la información precisa a través de un informe técnico que determino la situación de la empresa y se pudo analizar y llegar a la conclusión que el inventario limita la gestión eficiente para los pedidos, también en base a los estados financieros y ratios se puede ver las señales anticipadas en las cuentas del inventario.

En base a lo mencionado anteriormente se puede observar que hay empresas u organizaciones en la cual tienen los mismos inconvenientes por la que intentan buscar soluciones mediante diversas investigaciones y así mismo realizar más innovaciones en base al control de inventarios en las ventas.

En el ámbito nacional de igual manera se observa los problemas mencionados anteriormente en la cual pueden afectar a la empresa u organización ya que el cliente no va a tener confianza y va a reducir el pedido del producto, ello afecta a la rentabilidad ya que al no ver muchos clientes los productos no salen y puede generar desperdicios.

De acuerdo con Giraldo (2017) en su noticia define que toda empresa u organización tiene que tener un estricto control en base a sus ventas en la cual se deben basar en las cantidades disponibles o faltantes que pueden surgir dentro. Por ejemplo, es el caso de las empresas de seguros en la cual utilizan el aplicativo chatbot, ello ayuda a tener un buen control en el inventario e incrementar sus ventas, todo ello se basa en la información faltante que existe, también mediante el aplicativo interactúan con el cliente y los orientan brindando información sobre el producto.

Diario Gestión (23 de Junio del 2019) en su noticia sustenta que en el Perú indica que podrían situarse en un nivel enfocado durante ese tiempo ya que en el mes de Julio se continuó con la baja tendencia que fue identificada por el Instituto Nacional de estadística e informática por Renan Quispe. Todo ello a base del alto nivel de inventario del año pasado que daño a la producción y por ende a las ventas en el primer año del semestre, en la cual indico que es peligroso mantener un elevado nivel de stock en almacén cuando no surge un movimiento económico continuo por ello se vuelve más pausado la rotación de producción y la rotación de dinero.

Asimismo, en el ámbito local, al enfocarlo en la empresa Goloplus S.A.C se puede ver todos los problemas mencionados en la cual se observó que no cuenta con la información precisa entre los productos disponibles y los productos faltantes para la venta. Todo ello genera un malestar porque los vendedores no pueden llegar a su meta indicada por la falta de productos y sus ventas van reduciendo ya que los clientes no se sienten confiables porque les ocasionan inconvenientes en la entrega del producto y la fidelización del cliente va reduciendo.

Pinzón, Pérez y Arango (2010) su objetivo es solucionar el problema que se pueden observar en las organizaciones u empresas, en la cual propone la metodología en base a la filosofía “Justo a Tiempo” y del enfoque de Harrington para el beneficio de procesos. Todo ello se realizó con la selección de un proceso crítico en base a la descripción de sus movimientos, diseño de los diagramas de procesos mostrando como base el diagnóstico e identificación de oportunidades de mejoramiento. De todo ello se generó un nuevo desarrollo de actividades y otro diagrama de flujo con el fin de conseguir la documentación del proceso. En conclusión, como proponen los indicadores para el control del proceso en la cual se hace recalcar en distribuir y fortalecer las relaciones de la entidad u organización con sus clientes y proveedores.

Duran (2012) su objetivo principal es dar a conocer las técnicas de la administración de inventario como un elemento clave para la optimización de las utilidades en las organizaciones, en la cual para hallar todo lo mencionado utilizó la metodología de análisis documental, por ello desarrollaron etapas como los fundamentos teóricos, revisión de las investigaciones y las recomendaciones que se plantearon al realizar la investigación. Todo ello concluyó que al entender y usar un elevado número de técnicas en el inventario los resultados a futuro son de manera óptima, con mayor ganancia y su competitividad incrementará en el mercado.

Fangruo (2000) This article studies the problem that arises based on the sales and inventory of a company, in which the article proposes a compensation package to reduce said behavior, all this is evaluated on a movement basis in which a plan will be determined of compensation used in annual installments and all this will help to reduce small problems that may arise.

Garrido y Cejas (2017) tuvo como objetivo analizar la optimización de la gestión de inventario en base a la aplicación de modelos estadísticos con la finalidad de descartar costos propios al producto que en las pymes del Cantón Riobamba Ecuador, su metodología se basó en los documentales y aplicación de modelos matemáticos en base a las herramientas estadísticas que ayudaron a plantear y proyectar la administración de productos. Todo ello se efectuó en diversas empresas que constaron de 3 ubicadas en el cantón de Riobamba, en la cual lograron efectuar el diagnóstico correspondiente del costo y la cantidad, llegando a una conclusión que la administración de los inventarios garantiza las ganancias de las pymes, incrementando los ingresos y el total de los activos.

Apunte y Rodríguez (2016) su objetivo fue diseñar un sistema de control de inventarios en base a los casos de estudio en la cual se demostró la necesidad, ventajas y el diseño del control para diagnosticar los efectos y consecuencias que genera la ausencia del sistema de control de inventario en empresas que pertenecen al sindicato de choferes profesionales verificando que cumplan con los estándares del control de inventario, en la cual adoptaron los métodos de análisis y síntesis bibliográfica, fue un enfoque investigativo y el tipo de investigación descriptiva unida a la investigación de campo, obteniendo como resultado positivos al realizar el diseño e implementación del proyecto dirigido a empresas del sindicato de choferes y orientada al sistema de gestión de inventarios.

Sánchez, Vargas, Reyes y Vidal (2011) su objetivo se basó en los servicios que brindan dentro del área del almacén en la cual el objetivo es que ofrezcan una rapidez y seguridad en el entorno del inventario y evitar errores consecutivos, por ello se implementan formatos como el Word y Excel que permiten automatizar tareas del almacén, todo ello se efectuó mediante los informes por los usuario y el seguimiento y control de los materiales que ingresan y salen para que al final se llegue a cumplir con los objetivos planteados.

Molina y Benet (2018) su objetivo es obtener un análisis en base a los sistemas utilizados para controlar las fuerza de ventas en la cual se basan en el comportamiento del vendedor para verificar si cumplen lo establecido en la organización en la cual pretendió contribuir con el ámbito profesional en base a la finalidad que quieren lograr cada entidad, así como el tipo de producto por ello se realizó un análisis de los sistemas que son utilizados para controlar la fuerza de ventas, todo ello se concluyó la gran utilidad para las pymes que a menudo carecen de dichos problemas en la cual cuyo contenido pueden servir para recalcar sobre los sistemas de control de la fuerza de ventas y sugerir desarrollos posteriores.

León (2013) el objetivo primordial es conocer la influencia de la fuerza de ventas en el entorno interno y externo de la empresa, por ello se utilizó la metodología documental, produciendo un ingreso y fin del ciclo productivo y llegando a concluir que es importante tener una excelente fuerza de ventas para realizar el cambio y la diferenciación de la empresa u organización y se pueda mantener con el transcurso de los años y tener una alta gama de competencia.

Escobar, Linfati y Jaimes (2017) el objetivo es encontrar la política del inventario del stock de seguridad en la cual se basan en la metodología basada en simulación Montecarlo y por ello se muestra la eficiencia y la efectividad de la metodología para la maximización esperada.

Parada (2009) su objetivo principal es aplicar los métodos de clasificación de ABC en base a una variable o parámetro de base cuantitativo para la clasificación de los productos existentes y soporte a una gestión eficiente y orientada al cliente, en la cual el estudio revela la pertenencia teórica y práctica de los métodos empleados para la toma de decisiones.

Vila, Kuster y Escamila (2015) su objetivo fue enfocado en el análisis de los efectos que causan una buena formación en las ventas en la cual se basan de tres ámbitos que son el rendimiento, desempeño y capacidad de liderazgo del jefe de ventas hacia sus vendedores en la cual se basó de 50 jefes de ventas con su correspondiente equipo , llegando a la conclusión que si hay una buena comunicación entre ambos puede ver mejores resultados y que puedan planificar bien la formación de sus propios vendedores.

Kuster y Canales (2006) tiene como finalidad la necesidad de las empresas que se enfocan en tener un buen equipo comercial que garantice las ventas confiables y lo más importante obtener una alto grado de satisfacción del cliente obteniendo mega tendencias que se producen en el entorno, todo ello se enfocó en las informaciones recolectadas llegando a una conclusión que al tener ventas exitosas las tareas y funciones podrían tener coordinación entre ellas y se desarrollarían habilidades que les ayude a obtener ventajas competitivas al lardo plazo.

Sanabria, Torres y López (2016) comercio electrónico y nivel de ventas en las mipymes del sector comercio, industria y servicios de Ibagué, la investigación se bajó de las ventas de las micro, pequeñas y medianas empresas que actualmente es reconocer la importancia de ello, su enfoque fue mixta del tipo muestreo, llegando a una conclusión que el comercio electrónico tiene relación con el mejoramiento del negocio y el aumento de las ventas.

Chew, Velasquez y Viveros (2017) tuvo como objetivo incorporar la información sobre los clientes potenciales y vendedores para el beneficio de la venta, todo ello se realizó con un pre calculo en las ventas esperadas de las asignaciones de la distribución de clientes potenciales entre los vendedores que maximice la venta total obteniendo el resultado del problema de programación lineal binario. Después de todos los pasos se trabaja numéricamente un caso de estudio hipotético en la cual llegan a concluir el potencial práctico de la misma.

Quezada (2015) tiene como objetivo analizar distintos métodos contables para la implementación del control de inventario con el objetivo de resolver con prontitud el problema que se presenta, en la cual estuvo basado en las encuestas con 60 contadores, gerentes y administradores de las Mype en Lima Metropolitana, en la cual llegaron a la conclusión que a nivel micro y pequeña empresa hace conveniente la sistematización de los profesos contables con el fin de mejorar la administración y control de inventario, asimismo en la eficaz y prontitud de los requerimientos brindados para las diferentes

unidades operativas, accediendo el interés de las actividades de mayor relevancia empresarial.

Rodríguez y Oliveros (2018) tuvo como objetivo establecer un elemento de gestión de inventario para reducir costos de almacén con el método de análisis ABC, en la cual tuvo una investigación preexperimental y la población se estableció del año 2015 y 2016, todo ello tuvo como resultado que en base al costo de la demanda histórica y el costo con el modelo de gestión de inventario propuesto se evidencio la mejora en los costos de la demanda y en conclusión la propuesta basada en el modelo de la gestión de inventarios mejora y produce un ahorro en los costos de inventario del almacén de la empresa Manpower Perú E.I.R.L de 23.21 %.

Arnaiz,Gomez,Pesantes y Tamay(2015) tuvo como objetivo realizar una gestión de almacén de dicha distribuidora en la cual no cuenta con una adecuada gestión en base a las ventas y perjudica al servicio del cliente, en base a ello se realizó él estuvo y fue de tipo aplicado, preexperimental. Todo ello tuvo como conclusión que en base al análisis de clasificación ABC y al modelo de lote económico se pudo reducir tiempo del servicio al cliente.

Germania (2013) en la cual se enfocó en conocer los objetivos, actividades, riesgos y requerimiento del área en la que se aplicó la fórmula para establecer los volúmenes adecuados, el estudio fue cuantitativo en base a un estudio de campo mediante las entrevistas a diferentes empresas en la cual llegaron a una conclusión que el modelo integra básicamente herramientas técnicas que permiten determinar los stocks de la mercadería y planificar objetivos al corto, mediano y largo plazo.

Maldonado (2014) cuyo objetivo principal es apoyar a las ventas de dicha institución y desarrollar una inteligencia de negocios, todo ello estuvo enfocada en la investigación básica aplicada y su muestra se basó en las reuniones que consistieron de 39reuniones, en la cual llegaron a la conclusión que se debe definir puntos estratégicos pero basándose en los datos históricos reales de dicha empresa.

Quillupamgui,Coello,Cando y Culqui (2019) busca automatizar toda la información en la cual se lleve un control en los ingresos y egresos en base a la gestión del cliente,productos,pedidos,control de stock, en la cual registren diariamente los productos en la cual se contabilizaron 25 solicitudes de pedidos, en la cual finalmente logran

brindar los datos precisos de las ventas mediante los reportes que se van a realizar por cliente ,también el seguimiento puntual y el estado contable de la empresa.

Ysla,Paredes y Oliveros(2016) cuyo objetivo es mejorar los inventarios y aumentar la eficiencia logística en donde se realizó la investigación aplicada donde tuvo como muestra 153 y 3 productos mediante ello se elaboró un programa anual de adquisiciones, efectivizando la gestión de inventario, en la cual se logró incrementar la eficiencia logística en la empresa Astillero Luguensi E.I.R.L.

Manzo, Mendoza, Rodríguez, Gutiérrez (2016) su objetivo es diagnosticar las clases de modelos de gestión en la cual manejen los hoteles en manta y recomendar la implementación del modelo ABC y 5s, en la cual se basó en un estudio cualitativo, descriptivo, no experimental de corte transversal en base a todo ello se dio como resultado que existen similitudes en base a las entrevistas en la cual amerita la necesidad de implementar modelos de gestión los cuales permiten elevar el nivel de efectividad y eficacia en procesos organizativos y gestión.

Delfino (2005) su objetivo es tener un inventario de las asociaciones Áfido-Planta en el Perú en la cual actualmente las dispersas en la literatura entomológica se agruparon y ordenó sistemáticamente, en total se registran 460 asociaciones en las cuales se basan en los inventarios, asociaciones, plantas.

Silva, Chagas, Paulo (2010) whose objective is to analyze the process they have based on production and supply, in which the study was based on interviews, observation and analysis of documents in which it was possible to analyze and verify, all this helped to verify the weaknesses they had In order to improve in the future, scientific models were also taken to improve supply management.

Palacio, Ortega y Rojas (2008) su objetivo es informar sobre la diversidad de los peces en la cual se basó en el departamento de Ucayali y Huánuco obteniendo 3967 individuos, en la cual se concluyó que el habitat hay abundantes hábitats ya que son importantes para la población que habitan ahí.

Ospina,Rodas y Botero (2007) dicha investigación presenta un modelo de programación lineal en la cual llegaron a los resultados de la optimización en base a producir y almacenar los productos en la cual integra el modelo del sistema de inventario en la organización y generar el beneficio a futuro.

De acuerdo a Acosta,Ibarra y Mora (2015) define que el control de inventario se basa principalmente en el dominio de los productos que verifican si hay existencias dentro de la empresa u organización, en la cual se basan en objetos o servicios.

Para Salas (2017) sustenta que los inventarios sirven como el ingreso de un proceso de producción y finalizado para satisfacer las necesidades del cliente ya que se considera como una inversión de recursos financieros y se basa en la tomas de decisión dentro de la organización.

Los inventarios han surgido de épocas antiguas en las cuales han ido sumando su importancia ya que ayuda a tomar decisiones beneficiosas para la empresa. Hemeryth y Sánchez (2013) dicho tema sustenta que los inventarios son bienes intangibles o materias primas en las cuales se ven la disponibilidad de ello para poder comercializarlo. También hablar de ello no solo se basa en los productos terminados también en los que están en proceso ya que son necesarios que se cuenten como productos en curso.

En base a las diversas teorías del tema fuerza de ventas hay una en particular que resalto con mayor fuerza en la cual es la teoría formulista que se basó del análisis AIDA. En la cual Lazarsfeld (2014) sustenta que fue un modelo clásico ya que describe la importancia de las ventas que están constituidas por la atención, interés, deseo, acción, todo ello ayudara a captar o atraer a sus clientes.

Para Marshall y Johnson define que administrar la fuerza de ventas es un factor primordial para la planeación de las ventas estratégicas en la cual consta de una estructura organizacional donde se basan de actividades de un grupo de personas.

De acuerdo a Morales (2014) sustenta que la función de las ventas es una oportunidad para realizar distintos tipos de ventas de productos o servicios para poder influenciar en las decisiones de las ventas del consumidor.

La investigación permitió brindar aportes a la empresa y dar a entender la importancia de ello como por ejemplo mantener actualizado el inventario para evitar inconvenientes todo ello se realizó a través de las recolecciones de datos de otras empresas similares al rubro. Los resultados que se obtiene beneficiaron a la empresa ya que al obtener todo ello se propone una estrategia para poder ayudar a la fuerza de ventas.

En base a Valderrama (2015) define la justificación metodológica en base a las técnicas como las encuestas, formularios, etc., en la cual se va a obtener un aporte al estudio del

problema en la cual se está investigando. También define la justificación teórica en la cual indica que son teorías que tratan de dar una explicación ante los problemas planteados, también se descubre nuevas definiciones.

De acuerdo a Bernal (2010) deduce que la justificación practica ayuda a solucionar los problemas planteados para poder llegar a una solución brindando estrategias para el beneficio del investigador.

Problema general: ¿Qué relación existe entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019? ¿Qué relación existe entre costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019? ¿Qué relación existe entre el costo general y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019? ¿Qué relación existe entre productos en proceso y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019?

Objetivo general: Determinar la relación que existe entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Determinar la relación que existe entre el costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Determinar la relación que existe entre el costo general y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Determinar la relación que existe entre productos en proceso y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Hipótesis General: Existe relación significativa entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Existe relación significativa entre el costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Existe relación significativa entre el costo general y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Existe relación significativa entre productos en proceso y fuerza de ventas por cliente de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

2.1.1 Enfoque: cuantitativo

De acuerdo con Bernal (2010) señala que representa un conjunto de procesos en la cual se presenta un orden riguroso partiendo de una idea que va planteándose y con ello derivando objetivos y preguntas de investigación, en la cual se determinan variables y establecen hipótesis. (p.4)

2.1.2 Nivel: Descriptiva correlacional

En base a Carrasco (2019) dicha investigación se basa en el descriptivo correlacional en la cual se enfoca en diversas preguntas como ¿cuántos son? ¿Dónde estás?, etc. Todo se basa para tener un enfoque en las características interna y externas en el tiempo concreto y determinado. (p.123).

2.1.3. Diseño Metodológico: No experimental de corte transversal o transaccional

Sipriani (2017) señala que el diseño no experimental son observaciones del fenómeno tal como se dan en un contexto natural para analizarlos es decir no surgen manipulaciones en las variables, no se tiene el control directo, ni se puede influir en ellas, solo se basan en las situaciones ya existentes. (p.152.)

2.1.4. Tipo de investigación: Aplicada

Carrasco (2019) deduce que la investigación aplicada es diferente ya que tienen objetivos prácticos que están bien definidos para realizar cambios en una parte de la realidad ya que la investigación cuenta con aportes de teorías científicas.

2.1.5. Método de investigación: Hipotético deductivo

De acuerdo a Bernal (2010) define que consiste en un procedimiento en la cual busca falsear las hipótesis en la cual se pueden deducir conclusiones que deben confrontarse con los hechos.

2.2 Operacionalización de variables

2.2.1. Variable: Control de inventario

Los inventarios registran las entradas y salidas al costo en la cual se necesita para conocer la mercadería vendida, por ello se utiliza una cuenta de resultados llamada costo de ventas. Al preparar el estado de resultado se cuenta con la información necesaria en las cuentas de ventas, costo e inventario final. (Soto & Vásquez, 2014, p.2)

Dimensión 1: Costo directo

Quijano (2009) se enfoca en los que aportan directamente en el proceso de un producto o la prestación de servicios en la cual está basado la materia prima y mano de obra.

Los indicadores son: materia Prima, Empaques

Dimensión 2: Costo generales

Jaramillo y Orbe (2017) define que los costos generales se enfocan más como los gastos que son necesarios para la fabricación y de ello se aplica de manera global como la mano de obra, impuestos, etc.

Los indicadores constan de: Material indirecto, Kardex

Dimensión 3: Productos en procesos

Landabur (2015) define que son secuencias en las cuales se realiza la producción es decir el tiempo que tarda y se basa inicialmente desde la salida de los materiales primas.

Los indicadores: Producción, Productos tangibles

Variable 2: Fuerza de ventas

La administración de fuerzas de ventas se enfoca en el análisis, planeación, la implementación y el control de las actividades que se realiza para poder realizar una estrategia, también se enfoca en el reclutamiento del personal y las 3 capacitaciones, por ello se pueden dividir las responsabilidades de manera alineada en la cual fundamenta las estructuras de fuerza de ventas. Por ello se han evolucionado con el tiempo. (Kotler, 2017, p.35).

Dimensión 1: Estructura territorial

Castell (2016) define que se basa en la ordenación de un territorio en la cual tengan consumidores de la misma exigencia o necesidad que demuestran para realizar las ventas con mayor éxito.

Los indicadores: Área geográfica, Organización

Dimensión 2: Estructura por producto

Mejía (2012) deduce que se enfoca en la agrupación en función a sus características que tienen cada uno de ellos, también se basa en diferentes formas y facilita la innovación.

Los indicadores: Línea de producto, Innovación

Dimensión 3: Estructura por cliente

Kotler y Armstrong (2013) Se basan en el mismo interés que tienen y se agrupan las actividades para poder atender los requisitos de los clientes definidos.

Los indicadores: Necesidades, Atención al cliente

Tabla 1

Matriz de operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	ESCALA
Control de inventario	Soto & Vásquez (2014) define que los inventarios registran las entradas y salidas al costo en la cual se necesita para conocer La mercadería vendida.	Los resultados serán determinados a partir de los instrumentos de la investigación. En las cuales están compuestos por dimensiones de costos directos, costos generales y productos en proceso con los indicadores materia prima, empaques, material directo, Kardex, producción y productos tangibles.	Costos directo	Materia Prima	El costo de la materia prima varia en base a los productos elaborados y listos para el consumo. En base al proceso que realizan la calidad de la materia prima debe ser alta.	Likert
				Empaques	El costo del empaque se basa en el diseño. El procedimiento del empaque como el material y peso son factores que determinan el costo del empaque.	
			Costos generales	Material indirecto	Los materiales indirectos generan costos estándares. Dentro del costo se encuentra identificado los materiales indirectos	
				Kardex	La empresa Goloplus S.A.C cuenta con el Kardex estructuralizado. Se mantiene un registro de Kardex mensualmente.	
			Productos en Procesos	Producción	El proceso de producción cuenta con un buen protocolo. Se realiza un control, organización y comunicación en el proceso de producción	
				Productos Tangibles	Los productos tangibles necesarios son fáciles de obtener. Al obtener errores en el proceso del producto tangible se puede realizar mejoras.	
Fuerza de ventas	Para Kotler define que en las compañías se pueden dividir las responsabilidades en la cual se diferencian mediante diferentes estructuras y es más simple cuando la entidad vende una línea de productos a otra entidad.	Los resultados serán determinados a partir de los instrumentos de la investigación. Todo ello está basado por las siguientes dimensiones estructura territorial, estructura por producto y estructura por cliente con sus respectivos indicadores como son las líneas de productos, innovación, necesidades y atención al cliente.	Estructura territorial	Área geográfica	Las zonas repartidas están basadas en el área geográfica. Se realiza un mapa de las áreas geográficas de acuerdo a los días de visita.	Likert
				Organización	Ante un problema se organizan bien para obtener soluciones y buenos resultados Se logra un buen desenvolvimiento y organización entre los directivos	
			Estructura por producto	Líneas de productos	La empresa Golo Plus S.A.C ofrece diversas líneas de producto. Las ventas incrementan en base a las diversas líneas de producto que se presentan.	
				Innovación	La empresa Golo Plus S.A.C se adapta con facilidad a las innovaciones. Los productos se van rediseñando en base a la innovación	
			Estructura por cliente	Necesidades	Se identifica rápidamente las necesidades del cliente Los productos llegan a cubrir la mayor necesidad	
				Atención al cliente	Realizan un buen asesoramiento e información a los clientes. Interactúan los colaboradores con respeto y dan soluciones a los clientes ante un problema.	

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población

El estudio consta de 70 colaboradores de la empresa Goloplus S.A.C. En base a Carrasco (2017) describe que la población son elementos que basan el ámbito espacial donde se cumple el desarrollo del trabajo de investigación es decir la unidad de análisis.

2.3.2. Muestra

La muestra es igual al número de población que son 70 colaborados, por ende, se vuelve muestra de tipo censal. De acuerdo a Carrasco (2017) describe que es una representación de la población en la cual las características son esenciales para obtener resultados óptimos (p.237).

Lopez (1998) define que la muestra censal representa a la totalidad de la población (p.123).

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica: Encuesta

Para obtener la información clara sobre la investigación se utilizará la encuesta en la cual se usará la escala de Likert.

Carrasco (2017) define que es una técnica social para la investigación debido a su sencillez y objetividad de los datos que se obtienen. (p.317)

2.4.2. Instrumento de recolección de datos: Cuestionario

El cuestionario permite una respuesta directa mediante las preguntas que se les entrega en cada una de ellas. (Carrasco, 2017, p.318)

2.4.3. Validez del instrumento El instrumento ha sido validado con el método de juicio de expertos, siendo éstos los docentes siguientes:

El instrumento ha sido validado con un juicio de docentes en las cuales son:

Tabla 2: Firmas de los expertos de investigación

Apellidos y nombres	Grado académico	Fecha
Villanueva Figueroa Rosa Elvira	Dra. Administración	13/06/2019
Carranza Estela Teodoro	Dr. Administración	14/06/2019
Rosel Cesar Alva Arce	Dr. Administración	14/06/2019

Fuente: Propia

En base a Hernandez, Fernandez y Baptista (2010) deduce que los juicios de expertos son el grado de un instrumento que evalúa la variable según los expertos.

2.4.4. Confiabilidad

Para poder obtener la confiabilidad del instrumento se realizara la prueba piloto en la cual se han elegido a 10 colaboradores, así mismo se mostrara si el Alfa de Cronbach es fiable.

Todo ello estuvo conformado por 24 preguntas y al realizar el proceso se obtuvo como resultado de la variable 1 el valor de 0,625 lo que demuestra que es confiable y la variable 2 con el varo de 0.752 que demuestra la excelente confiabilidad.

Tabla 3: Confiabilidad del instrumento control de inventario y fuerza de ventas

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,66	24

Fuente: SPSS versión 22

2.5 Procedimiento

Primero, se realizó las preguntas en las cuales se efectuarán de forma clara y concisa.

Segundo, se coordinó y solicito la autorización para la participación de todos los colaboradores.

Tercero, se efectuó la encuesta.

2.6 Métodos de análisis de datos

Valderrama (2015), menciona que el enfoque cuantitativo determina y emplea el análisis y recolección de datos para contestar al planteamiento del problema de investigación, también arreglar las técnicas estadísticas para comprobar si es verdadero o falso la hipótesis (p. 106).

Aquellos datos serán planteados mediante el programa estadístico SPSS versión 23, que ayudan a obtener resultados, de la misma manera realizar una interpretación.

2.6.1. Análisis descriptivo

En base a Hernández, Fernandez y Baptista (2010), define que el investigador busca describir sus datos para luego ejecutar un análisis estadístico en la cual se van a relacionar las variables. En la cual se realiza un análisis estadístico descriptivo para cada uno de los ítems para comprobar o refutar las hipótesis planteadas. (p.287).

2.6.2. Análisis inferencial

En base a Hernández, Fernandez y Baptista (2010), deduce que el análisis inferencial tiene como prioridad dos procedimientos en las cuales son probar hipótesis poblacionales y estimar parámetros.

2.7 Aspectos éticos

El proceso de las encuestas fue efectuado de forma positiva ya que colaboraron amablemente con el fin de obtener buenos resultados en la investigación, también las identidades de las personas fueron de manera reservada en la cual se les respeto.

Los aportes teóricos en loa antecedentes y de los autores fueron empleadas correctamente sin alterar los datos originales del autor siempre asumiendo la responsabilidad ética.

III.RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo

Variable: Control de Inventario

3.1.1. Dimensión: Costos directos

Tabla 4: *Frecuencia de la dimensión Costos directos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	23	32,9
	Medio	21	62,9
	Alto	26	100,0
	Total	70	100,0

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 4, según la perspectiva de los 70 colaboradores de la empresa Goloplus S.A.C., respecto a la dimensión “Costos directos” se obtuvieron las siguientes respuestas: 23 empleados que representan un 32.9% lo percibe con un nivel bajo; un 30% con un nivel medio; y unas 26 colaboradoras que suman un 37.1% lo considera con un nivel alto.

3.1.2. Dimensión: Costos generales

Tabla 5: *Frecuencia de la dimensión Costos generales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	17	24,3
	Medio	36	75,7
	Alto	17	100,0
	Total	70	100,0

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 5, según la perspectiva de los 70 colaboradores de la empresa Goloplus S.A.C., respecto a la dimensión “Costos generales” se obtuvieron las siguientes respuestas: 17 empleados que representan un 24.3% lo percibe con un nivel bajo; un 51.4% con un nivel medio; y unas 17 colaboradoras que suman un 24.3% lo considera con un nivel alto.

3.1.3. Dimensión: Productos en proceso

Tabla 6

Frecuencia de la dimensión Producto en proceso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos			
Bajo	14	20,0	20,0
Medio	36	51,4	71,4
Alto	20	28,6	100,0
Total	70	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 6, según la perspectiva de los 70 colaboradores de la empresa Goloplus S.A.C., respecto a la dimensión “Productos en proceso” se obtuvieron las siguientes respuestas: 14 empleados que representan un 20.0% lo percibe con un nivel bajo; un 51.4% con un nivel medio; y unas 20 colaboradoras que suman un 28.6% lo considera con un nivel alto.

Variable: Fuerza de ventas

3.1.4. Dimensión: Estructura territorial

Tabla 7

Frecuencia de la dimensión Estructura territorial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos			
Bajo	19	27,1	27,1
Medio	26	37,1	64,3
Alto	25	35,7	100,0
Total	70	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 7, según la perspectiva de los 70 colaboradores de la empresa Goloplus S.A.C., respecto a la dimensión “Estructura territorial” se obtuvieron las siguientes respuestas: 19 empleados que representan un 27.1% lo percibe con un nivel bajo; un 37.1% con un nivel medio; y unas 25 colaboradoras que suman un 35.7% lo considera con un nivel alto.

Dimensión: Estructura producto

Tabla 8

Frecuencia de la dimensión Estructura producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos			
Bajo	20	28,6	28,6
Medio	33	47,1	75,7
Alto	17	24,3	100,0
Total	70	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 8, según la perspectiva de los 70 colaboradores de la empresa Goloplus S.A.C., respecto a la dimensión “Estructura producto” se obtuvieron las siguientes respuestas: 20 empleados que representan un 28.6% lo percibe con un nivel bajo; un 47.1% con un nivel medio; y unas 17 colaboradoras que suman un 24.3% lo considera con un nivel alto.

3.1.5. Dimensión: Estructura cliente

Tabla 9

Frecuencia de la dimensión Estructura cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos			
Bajo	29	41,4	41,4
Medio	35	50,0	91,4
Alto	6	8,6	100,0
Total	70	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 9, según la perspectiva de los 70 colaboradores de la empresa Goloplus S.A.C., respecto a la dimensión “Estructura cliente” se obtuvieron las siguientes respuestas: 29 empleados que representan un 41.4% lo percibe con un nivel bajo; un 50% con un nivel medio; y unos 6 colaboradores que suman un 8.6% lo considera con un nivel alto.

3.2. Prueba de normalidad

Se basa en los conjuntos de datos en las cuales se verifican el tipo estadístico paramétrico o no paramétrico y se pueda interpretar en base a la normalidad.

En base al tamaño de muestra, indica si es mayor a 50 se aplicará el estadístico Shapiro-Wilk, pero si es menor a 50 se aplicará el estadístico Kolmogorov-Smirnov

Tabla 10

Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Control de inventario (agrupado)	,214	70	,000	,861	70	,000
Fuerza de ventas (agrupado)	,190	70	,000	,830	70	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Siguiente la regla de decisión respecto al tamaño de la muestra, se decidió emplear el estadístico Kolmogorov-Smirnov, dado que el presente estudio está conformado por 70 colaboradores; además, de acuerdo a la Tabla 10, se evidencia que las variables “Control de inventario” y “Fuerza de ventas” mantiene una significancia de “0.000”; por lo cual, se procede a rechazar la H_0 y se acepta la H_a , la cual menciona que la distribución de la muestra no sigue una distribución normal. Por ello, el presente estudio se empleará estadísticos no paramétricos para poder comprobar las hipótesis planteadas.

3.3. Estadística inferencial

Para el presente estudio se aplicó pruebas no paramétricas, y además, considerando que se usó como instrumento un cuestionario tipo Likert, se utilizará la Prueba de Rho de Spearman, para corroborar las hipótesis planteadas.

Según Hernández (2014), deduce que el coeficiente de correlación de Spearman, es una prueba estadística, es utilizada para un análisis profundo.

3.2.1. Prueba de hipótesis general

HG: Existe relación significativa entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Ho: El control de inventario no tiene relación con fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Ha: El control de inventario tiene relación con fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Tabla 11

Coefficiente de correlación de la hipótesis general

		Control de inventario (agrupado)	Fuerza de ventas (agrupado)
Rho de	Control de inventario (agrupado)	1,000	,827** ,000
		N	70
Spearman	Fuerza de ventas (agrupado)	,827** ,000	1,000
		N	70

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

De acuerdo a la regla de decisión se establece que la significancia asumida es de un $\alpha=0,05$ y al observar la Tabla 12 se encontró una significancia de $\alpha=0,000$; por ende se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (Ha); además, se comprende que la hipótesis alterna es equivalente a la hipótesis general (HG), la cual menciona que existe relación significativa entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Así mismo, en la Tabla 12 se detalla el valor del coeficiente de correlación que es de 0.827**, lo cual en concordancia con la Tabla 11, se interpreta que el control de inventario y la fuerza de ventas mantiene una correlación positiva muy fuerte.

3.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

HE1: Existe relación significativa entre el costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Ho: El costo directo no tiene relación con fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Ha: El costo directo tiene relación con fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Tabla 12

Coefficiente de correlación de la hipótesis específica 1

		Costos directo (agrupado)	Fuerza de ventas (agrupado)
Costos directo	Coefficiente de correlación	1,000	,760**
	Sig. (bilateral)		,000
Rho de Spearman (agrupado)	N	70	70
	Coefficiente de correlación	,760**	1,000
Fuerza de ventas (agrupado)	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

De acuerdo a la regla de decisión se establece que la significancia asumida es de un $\alpha < 0,05$ y al observar la Tabla 13 se encontró una significancia de $\alpha = 0,000$; por ende, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (Ha); además, se comprende que la hipótesis alterna es equivalente a la hipótesis específica 1 (HE1), la cual menciona que existe relación significativa entre el costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Así mismo, en la Tabla 13 se detalla el valor del coeficiente de correlación que es de 0.760**, lo cual en concordancia con la Tabla 11, se interpreta que el costo directo y la fuerza de ventas mantiene una correlación positiva muy fuerte.

3.2.3. Prueba de hipótesis específica 2

HE2: Existe relación significativa entre los costos generales y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Ho: Los costos generales no tiene relación con fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Ha: Los costos generales tiene relación con fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Tabla 13

Coefficiente de correlación de la hipótesis específica 2

		Costos generales (agrupado)	Fuerza de ventas (agrupado)
Costos generales	Coefficiente de correlación	1,000	,733**
	Sig. (bilateral)		,000
Rho de Spearman (agrupado)	N	70	70
	Coefficiente de correlación	,733**	1,000
Fuerza de ventas (agrupado)	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

De acuerdo a la regla de decisión se establece que la significancia asumida es de un $\alpha < 0,05$ y al observar la Tabla 14 se encontró una significancia de $\alpha = 0,000$; por ende, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a); además, se comprende que la hipótesis alterna es equivalente a la hipótesis específica 2 (HE2), la cual menciona que existe relación significativa entre los costos generales y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Así mismo, en la Tabla 14 se detalla el valor del coeficiente de correlación que es de 0.733**, lo cual en concordancia con la Tabla 11, se interpreta que los costos generales y la fuerza de ventas mantiene una correlación positiva muy fuerte.

3.2.4. Prueba de hipótesis específica 3

HE3: Existe relación significativa entre los productos en procesos y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

H_0 : Los productos en procesos no tiene relación con fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

H_a : Los productos en procesos tiene relación con fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.

Tabla 15

Coefficiente de correlación de la hipótesis específica 3

		Productos en proceso (agrupado)	Fuerza de ventas (agrupado)
Rho de	Productos en proceso (agrupado)	1,000	,733** ,000
	N	70	70
Spearman	Fuerza de ventas (agrupado)	,733** ,000	1,000
	N	70	70

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

De acuerdo a la regla de decisión se establece que la significancia asumida es de un $\alpha < 0,05$ y al observar la Tabla 15 se encontró una significancia de $\alpha = 0,000$; por ende, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a); además, se comprende que la hipótesis alterna es equivalente a la hipótesis específica 3 (HE3), la cual menciona que existe relación significativa entre los productos en proceso y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Así mismo, en la Tabla 15 se detalla el valor del coeficiente de correlación que es de 0.733**, lo cual en concordancia con la Tabla 11, se interpreta que los productos en proceso y la fuerza de ventas mantiene una correlación positiva muy fuerte.

IV. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como propósito identificar o analizar los diferentes estudios, también hacer una comparación con los resultados obtenidos e identificar los factores asociados y obtener más información. Todo ello se argumentará en base a los principales hallazgos del presente estudio. En la cual el objetivo general planteado en la investigación muestra la relación entre el control de inventario y la fuerza de venta por ende se realizará diversos análisis en base a las nuevas aportaciones que se han hallado.

Objetivo general: Determinar la relación que existe entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. En base a los resultados obtenidos (0.827) se determinó que ambas tienen una relación correlacional positiva muy fuerte.

En base a los resultados tienen relación con la teoría de Cortes que enfoca la relación que hay entre la logística en la empresa en la cual aplico el inventario para disponer un producto que requiere el cliente. También tiene coherencia con los resultados de las investigaciones siguientes:

Duran (2012) titulado administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas visión gerencial el objetivo planteado en dicha investigación se asimila al proceso que se está efectuando para la recolección de datos y llegan a al resultado la similitud de ambas por ello se puede verificar como manejar adecuadamente el control de inventario para que se puede obtener éxitos, ganancias, operatividad y llegar a la conclusión la optimización de las utilidades.

Garrido y Cejas (2017) en su artículo científico titulado la gestión de inventario como factor estratégico en la administración de empresas, dicho estudio se asimila ya que se analiza la gestión de inventario para poder entender los costos propios de una pyme en la cual se asimila en la conclusión de obtener una administración eficaz en la cual garantice ganancias y aumentos en ingresos.

Objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre el costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (0.760) en la cual determino que ambas tienen una correlación fuerte. En base a los resultados tienen relación con las siguientes investigaciones:

Apunte y Rodríguez (2016) en su artículo titulado diseño y aplicación de sistema de gestión en Inventarios en empresa ecuatoriana Ciencias Holguín, su relación con la investigación es en el diseño que tienen en base a un sistema de inventarios en la que demostró la necesidad de aplicarlo dentro de la empresa u organización, también las ventajas y el diseño como los efectos y consecuencias que ello genera en la cual se obtuvieron resultados positivos igual a lo investigado que indica las ventajas que traen a futuro.

Por otro lado Pinzón, Pérez y Arango (2010) en su artículo científico en la universidad EAFIT titulado Mejoramiento en la gestión de inventarios, propuesta metodológica científica, cuyo objetivo es solucionar el problema que se pueden observar en las organizaciones u empresas, en la cual propone la metodología a partir del conocimiento “Justo a Tiempo” y del enfoque de Harrington para el beneficio del desarrollo, llegando a una conclusión proponer indicadores para el control del proceso en la cual se hace resaltar en ampliar y fortalecer las relaciones de la empresa u organización con sus clientes y proveedores.

Ysla, Paredes y Oliveros (2016) en su trabajo titulado Propuesta de mejora de la gestión de inventarios para incrementar la eficiencia logística en la empresa Astillero Luguensi E.I.R.L. – Chimbote 2016, cuyo objetivo es mejorar los inventarios y aumentar la eficiencia logística en donde se realizó la investigación aplicada donde tuvo como muestra 153 y 3 productos mediante ello se elaboró un programa anual de adquisiciones, efectivizando la gestión de inventario, en la cual se logró incrementar la eficiencia logística en la empresa Astillero Luguensi E.I.R.L.

Objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre el costo general y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. De acuerdo a los resultados se obtuvo (0.733) manteniendo una correlación positiva muy fuerte. En la cual tienen relación con los datos obtenidos en las siguientes investigaciones:

Manzo, Mendoza, Rodríguez, Gutiérrez (2016) titulado diagnóstico de los modelos de gestión de inventarios de alimentos en empresas hoteleras en las cuales su objetivo es diagnosticar las clases de modelos de gestión en la cual manejen los hoteles en manta y recomendar la implementación del modelo ABC, concluyendo que existen similitudes en base a las entrevistas en la cual amerita la necesidad de implementar

modelos de gestión los cuales permiten elevar el nivel de efectividad y eficacia en procesos organizativos y gestión.

Quillupamgui, Coello, Cando y Culqui (2019) en su artículo titulado sistema de facturación para la compra y venta de la empresa “proalbac” ello busca automatizar toda la información en la cual se lleve un control en los ingresos y egresos en base a la gestión del cliente, productos, pedidos, control de stock, en la cual registren diariamente los productos en la cual se contabilizaron 25 solicitudes de pedidos, en la cual finalmente lograran brindar los datos precisos de las ventas mediante los reportes que se van a realizar por cliente, también el seguimiento puntual y el estado contable de la empresa.

Kuster y Canales (2006) titulado evaluación y control de la fuerza de ventas: Análisis exploratorio se basa en el éxito comercial en la que tiene como objetivo la necesidad de la empresa tener un equipo comercial que les ayude a garantizar las ventas para obtener el mayor grado de satisfacción de los clientes, por ello deduce que existen mega tendencia que influyen en el crecimiento en la cual se relaciona con la investigación ya que ambas desean obtener ventas exitosas en la cual se basan de las funciones y tareas desarrollando habilidades que le permiten obtener una formación de las ventajas competitivas al largo plazo.

Objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre productos en proceso y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. En base a los resultados de ambas se dio (0.733) estableciendo una correlación fuerte entre ellas. Todo ello se relaciona con diversas investigaciones como:

Molina y Benet (2018) en su artículo the sales force control systems, teniendo como objetivo un análisis en base a los sistemas utilizados para controlar la fuerza de ventas en la cual se basan en el comportamiento del vendedor para determinar si cumplen los objetivos establecidos por la organización, en la cual se concluyó la gran utilidad para las pymes que a menudo carecen de dichos problemas en la cual cuyo contenido pueden servir para reflexionar sobre los sistemas de control de la fuerza de ventas y sugerir desarrollos posteriores.

Sánchez, Vargas, Reyes y Vidal (2011) en su artículo sistema de Información para el control de inventarios del almacén del ITS reporte de proyecto conciencia tecnológica, están dirigido para realizar las mejoras en el Instituto Tecnológico de Saltillo (ITS) en

el departamento de recursos materiales y servicios, en el área de almacén, la finalidad del proyecto es que ofrezcan rapidez y seguridad en el manejo de inventario y evitar errores repetitivamente, en el cual se basan en la información de las tecnologías y realizan una implementación en el proceso de prueba y correcciones, es decir que trabajan de forma Manual con los formatos Word y Excel, para para dar un seguimiento adecuado y cumplir con los objetivos del programa de gestión de calidad.

Arnaiz, Gomez, Pesantes y Tamay (2015) en su estudio titulado gestión de almacenes y su influencia en el tiempo del proceso de atención al cliente en la distribuidora American Service Peruvian S.A.C. tuvo como objetivo realizar una gestión de almacén de dicha distribuidora en la cual no cuenta con una adecuada gestión en base a las ventas, en la cual tuvo como conclusión que en base al análisis de clasificación ABC y al modelo de lote económico se pudo reducir tiempo del servicio al cliente.

Germania (2013) en su artículo titulado modelo de gestión de inventarios para empresas comerciales de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura en la cual se enfocó en conocer los objetivos, actividades, riesgos y requerimiento del área, concluyendo el modelo que integra básicamente herramientas técnicas que permiten determinar los stocks de la mercadería y planificar objetivos al corto, mediano y largo plazo.

Hipótesis general: Existe relación significativa entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. En base a los resultados en la tabla 10 se encontró una significancia de $\alpha=0,000$ en la cual indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, por otro lado, menciona que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas ya que obtuvo un coeficiente de correlación de 0.827.

Hipótesis específica 1: Existe relación significativa entre el costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. En base a los resultados se observó en la tabla 11 obtuvo una significancia de $\alpha=0,000$, por ello se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a), por ello se deduce que existe relación significativa entre el costo directo u fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019, con un valor detallado de la coeficiente de correlación de 0.760 en la cual en base a la tabla 9, se interpretó que ambas variables mantienen una correlación positiva muy fuerte.

Hipótesis específica 2: Existe relación significativa entre el costo general y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. En base a los resultados obtenidos en la tabla 12 deduce que se encontró una significancia de $\alpha=0,000$ por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, en la cual hay una relación significativa entre ambas, por otro lado se detalla el valor de coeficiente que obtuvo 0.733 que indica una correlación positiva fuerte, todo ello en base a la tabla 9.

Hipótesis específica 3: Existe relación significativa entre productos en proceso y fuerza de ventas por cliente de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019. Se obtuvo como resultado en base a la tabla 13 una significancia de $\alpha=0,000$, en la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, también detalla el coeficiente de correlación que es 0.733 en la cual concuerda con la tabla 9 que los productos en proceso y fuerza de ventas mantiene una correlación positiva muy fuerte.

V. CONCLUSIONES

La investigación desarrollada se efectuó en base al problema que surgen dentro de la empresa mencionada, en la cual se realiza un breve análisis para poder llegar a una solución, todo ello se realizó recolectando información de diversas fuentes y realizando un proceso de cuestionario en la cual verificara su relación entre las variables mencionada. Por ello se analizó llegaron a la conclusión:

Se determinó que existe relación entre el control de inventario y fuerza de venta, en la cual indica que es muy importante tener en cuenta el control en base a todos los productos para que las ventas se incrementen.

Se determinó que existe relación significativa entre el costo directo y fuerza de ventas, concluyendo la mayor importancia que obtiene y por ende se debe de conocer a la perfección ya que es un gasto que afecta directamente a la producción de los producto o servicios que ofrece una empresa e influye en las ventas en base a los precios de cada producto.

Se determinó que existe relación significativa entre el costo general y fuerza de ventas, en la cual ambas influyen para el análisis en base a los costos de ventas y obtener una mayor ganancia a futuro.

Se determinó que existe relación significativa entre productos en proceso y fuerza de ventas por cliente, concluyendo la influencia entre el proceso ya que en base a ello se obtendrán productos de buena calidad y los clientes se sientan augustos, en la cual las ventas se aumentarán con el transcurso de los años.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Al tener en cuenta el control de inventario y fuerza de venta se determina el buen progreso en la empresa u organización por ello es muy importante que los colaboradores de dicha empresa tengan en cuenta la importancia y los beneficios que traen al obtener a aplicar ambas variables.

Segunda: Monitoreo mensual en la cual se vean detalladamente el stock de los productos también realizar un seguimiento en sus ventas para evaluar el rendimiento de cada uno de ellos.

Tercero: Se recomienda actualizaciones constantes en base al control de inventario y en las ventas para poder aplicar a la empresa u organización y facilite su funcionamiento y el buen control que debe haber dentro de ella para tener un incremento óptimo.

Cuarta: Realizar un sistema de control que supervise diariamente los ingresos y salida de cada producto y el progreso de ventas.

REFERENCIAS

- Acosta,J.,Ibarra,M y Mora,F. (2015). Administración de almacenes y control de inventarios. Mexico: Eumed.
- Apunte, R. y Rodriguez,A.(2016). Diseño y aplicación de sistema de gestión en inventarios en empresa Ecuatoriana. *Ciencias holguín.pp. 1-14*. Doi: 181546432006
- Arnaiz, F., Gomez, P.,Pesantes,E.y Tamay,W.(2015). Gestión de almacenes y su influencia en el tiempo del proceso de atención al cliente en la distribuidora American Service Peruvian S.A.C... *Ingnofis. 1(1):75-88*. Doi: //doi.org/10.18050/ingnosis.v1i1.1949
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación.3 edic. Colombia: Pearson.
- Castell,M.. (2016). Dirección de ventas organización del departamento de ventas y gestión de vendedores.14 edic.. Madrid: HESIC.
- Chew, L., Velasquez, V., Viveros, L. (2017). Metodología basada en análisis de decisiones para distribuir geográficamente una fuerza de ventas. *Ingeniería investigación y tecnología. 255-266*. Doi: <http://dx.doi.org/10.22201/fi.25940732e.2018.19n3.022>
- Delfino, M. (2005). Checklist of aphid-plant associations in Peru. *Ecología aplicada .4 (1,2)*. ISSN 1726-2216.
- Durán,y.(2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Revista visión general. pp. 55-78*.Doi: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf> oid 465545892008
- Escobar, J.,Linfati,R.,Jaimes,W.(2017). Inventory management for distributors of perishable products. *Reflexión Article.Vol.35.1*. Doi: <http://dx.doi.org/10.14482/inde.35.1.8950>
- Fangruo,C.(2000). Sales Force Incentives and inventory management. *Informes. Vol. 2, No. 2*. ISSN: 1526-5498
- Garrido,I.y Cejas,M.(2017). La gestión de inventario como factor estratégico en la administración de empresas. *Negotium.p.p13*.Doi: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78252811007>
- Germania, A. (2013). Modelo de gestión de inventarios para empresas comerciales de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.*Redaly. pp. 11-26*. Doi: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521752181003>

- Giraldo,O.(2017), *¿Cómo administrar el inventario de tu empresa con un chatbot?*. Gestión. Recuperado de:<https://gestion.pe/tecnologia/administrar-inventario-empresa-chatbot-130507>
- Gestión. (2019). Los inventarios se situarían en un nivel deseado en dos meses. Recuperado de: <https://archivo.gestion.pe/noticia/339777/inventarios-se-situarian-nivel-deseado-dos-meses?ref=gesr>
- Hemeryth , F.y Sanchez,J. (2013). Implementación de un sistema de control interno operativo en los almacenes, para mejorar la gestión de inventarios de la constructora A&A S.A.C. de la ciudad de Trujillo - 2013” (Licenciado). Universidad privada Antenor Orrego.
- Hernández, R.,Fernandez,C. y Baptista,M. (2010). Metodología de la investigación. 5edic.mexico: mcgraw-hill
- Jaramillo,M. y Orbe,H.. (2017). COSTOS Modalidad Órdenes de Producción. Ecuador: UTN.
- Kotler,A.. (2017). Marketing.16 edic.. Mexico: Person.
- Kuster, I.,Canales,P.(2006). Evaluación y control de la fuerza de ventas: análisis exploratorio. *Redaly*. pp. 42-57 .Doi:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43300903>
- Kotler,A y Armstrong,G . (2013). Fundamentos del Marketing. Mexico: PEARSON.
- Landabur,A. (2015). Costeo por procesos. Chile: CCG.
- Lazarsfeld,P. (2013). El vendedor, el proceso y las técnicas: modelo Aida. 1955: Influencia personal.
- León,I.(2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial . *Revista de ciencias sociales*. pp. 379-389.Doi:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28026992014>
- Mejia,M.. (2012). Técnicas de ventas. Mexico: Red Tercer Milenio S.C..
- Mark W,J y Greg W.,M. (2010). administración de ventas. México D.F: McGraw-Hill
- Maldonado,I.(2014). Solución de inteligencia de negocios y toma de decisiones en la gestión administrativa de boticas.*Ucv-hacer*. Vol. 3, núm. 2. Doi:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521751976006>
- Manzo, E., Mendoza, D., Rodríguez,R. Y Gutierrez,B.(2016). Diagnóstico de los modelos de gestión de inventarios de alimentos en empresas hoteleras.*Ecociencia*. Vol. 4, No. 3. ISSN: 1390-9320.

- Molina,M.,Benet,A.(2012). The sales force control systems. *Wpom Vol 3, N° 1 (16-27)*. Doi: <https://doi.org/10.4995/wpom.v3i1.1064>
- Ospina,L.,Rodas,P. Y Botero,M.(2007). Modelo de programación para integrar producción, inventario y ventas en empresas industriales. *Scientia Et Technica*. pp. 101-104 .Doi: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84920454019> .
- Palacio,V.,Ortega,H y Rojas,M.(2008). Inventario rápido de la Ictiofauna En La Cuenca Del Bajo Pachitea, Perú. *Rev. peru. biol. 15(1)* .ISSN: 1727-993
- Parada,O.(2009). Un enfoque multicriterio para la toma de decisiones en la gestión de inventarios. *Cuadernos de administración*. pp. 169-187.Doi: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20511730009>
- Pinzon, I.,Perez,G. Y Arango,D.(2010). Mejoramiento en la gestión de inventarios. *Revista universidad Eafit*. pp. 9-21. Doi: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=21520989002>
- Quillupangui, A.,Coello, M.,Cando, H y Culqui, A.(2019). Billing system for the purchase and sale of the company “Proalbac”. *3c tecnología. Glosas de innovación aplicadas a la pyme*. ed. 31 vol. 8 n. ° 3. Doi: <http://dx.doi.org/10.17993/3ctecno/2019.v8n3e31.44-67>
- Quijano,T.. (2009). Contabilidad de costos. Colombia: Porter
- Quezada,P.(2015). Audit as a basis in the inventory control in micro and small businesses. *Anales Científicos*, 76 (2). Doi: <http://dx.doi.org/10.21704/ac.v76i2.782>
- Quinde,A&Ramos,K.(2018). Valuación y control del inventario y su efecto en la rentabilidad. *Revista observatorio de la economía latinoamericana*.11-33. ISSN: 1696-8352
- Rodriguez,B y Oliveros,G.(2018). Gestión de inventarios para reducir los costos del almacén de Manpower Perú E.I.R.L.*Ingnofis*. 4(1):15-28.Doi: <https://doi.org/10.18050/ingnosis.v4i1.2058>
- Salas.H.. (2017). Inventarios manejo y control. Colombia.2 edic.: Ecoe ediciones
- Sanabria, L., Torres, A.,Lopez,M.(2016). Comercio electrónico y nivel de ventas en las mipymes del sector comercio, industria y servicios de Ibagué. *Revista Ean*. pp. 132-154 .Doi. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20645903010>

- Sanchez,M.,Vargas,M.,Reyes,A.,Vidal,L.(2011). Sistema de información para el control de inventarios del almacén del its.*Conciencia Tecnologica. pp. 41-46*.Doi: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94419100007>
- Silva, Nicolle., Chagas,R. Y Paulo.C.(2010). Analysis of inventory management in a small business. *Ijm&P. Pp. 37-50*.Doi:<https://www.redalyc.org/pdf/4495/449544414003.pdf>
- Soto,C.,Vasquez,F.. (2014). contabilidad de costos, componentes del costo con aproximaciones a las Nic 02 Y Niif 08. Bogotá: Ediciones de la U
- Ysla,J.,Paredes,L.,Oliveros,G.(2016). Propuesta de mejora de la gestión de inventarios para incrementar la eficiencia logística en la empresa astillero Luguensi E.I.R.L. – Chimbote 2016.*Base.Vol.2, 288-289*.Doi: <https://doi.org/10.18050/ingnosis.v2i2.2000>.
- Valderrama,S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos
- Vila, N.,Kuster,I. Y Escamilla.A. (2015). Formación para fuerza de ventas mexicana. *Revista de Ciencias Sociales. pp. 358-372*.Doi: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28042299007>

ANEXOS

Anexo 1:


Matriz de consistencia

Título: CONTROL DE INVENTARIO Y FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA GOLOPLUS SAC, CERCADO DE LIMA, 2019					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		METODOLOGÍA
			Variables y Dimensiones	INDICADORES	
<p>Problema General ¿Qué relación existe entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019?</p> <p>Problemas Específicos ¿Qué relación existe entre costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre el costo general y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre productos en proceso y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación que existe entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.</p> <p>Objetivos Específicos Determinar la relación que existe entre el costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre el costo general y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre productos en proceso y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.</p>	<p>Hipótesis General Existe relación significativa entre el control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.</p> <p>Hipótesis Específicos Existe relación significativa entre el costo directo y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.</p> <p>Existe relación significativa entre el costo general y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.</p> <p>Existe relación significativa entre productos en proceso y fuerza de ventas por cliente de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019.</p>	<p>VI. Control de inventario</p> <p>1. Costos directo</p> <p>2. Costos generales</p> <p>3. Productos en procesos</p> <p>V2. Fuerza de ventas</p> <p>1. Estructura territorial</p> <p>2. Estructura por producto</p> <p>3. Estructura por cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materia Prima • Empaques • Material indirecto • Kardex • Producción • Productos tangibles • Área geográfica • Organización • Líneas de productos • Innovación • Necesidades • Atención al cliente 	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de Estudio: Aplicativo</p> <p>Tipo de diseño: No experimental</p> <p>Diseño de estudio general: Transversal</p> <p>Diseño de estudio específico: Correlacional</p> <p>Método de investigación: Hipotético – deductivo</p> <p>Población Colaboradores</p> <p>Muestra Censal</p> <p>Técnica: Likert</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 2

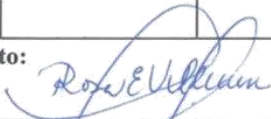
Matriz de juicios de expertos de las variables Control de Inventario y Fuerza de ventas

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "CONTROL DE INVENTARIO Y FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA GOLOPLUS S.A.C., CERCADO DE LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Vidal Fernandez, Laydi Mireya							
Apellidos y nombres del experto: Villanueva Figueroa, Rosa Elvira							
Doctora en Administración, Mg. Gestión Pública, Mg. Marketing y Comercio Internacional, Mg. Educación, Lic. en Administración							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Fuerza de ventas	Estructura territorial	Área geográfica	Las zonas repartidas están basados en el área geográfica. Se realiza un mapa de las áreas geográficas de acuerdo a los días de visita.	1=Totalmente desacuerdo 2=Desacuerdo 3=Indiferente 4=Acuerdo 5=Totalmente acuerdo	/		
		Organización	Ante un problema se organizan bien para obtener soluciones y buenos resultados Se logra un buen desenvolvimiento y organización entre los directivos		/		
	Estructura por producto	Líneas de productos	La empresa Golo Plus S.A.C ofrece diversas líneas de producto.		/		
			Las ventas incrementan en base a las diversas líneas de producto que se presentan.		/		
	Innovación	La empresa Golo Plus S.A.C se adapta con facilidad a las innovaciones.	/				
		Los productos se van rediseñando en base a la innovación	/				
	Estructura territorial	Necesidades	Se identifica rápidamente las necesidades del cliente		/		
			Los productos llegan a cubrir la mayor necesidad		/		
		Atención al cliente	Realizan un buen asesoramiento e información a los clientes.		/		
	Interactúan los colaboradores con respeto y dan soluciones a los clientes ante un problema.		/				
Firma del experto:			Fecha				
			13/06/2019				


Nota: Las dimensiones e indicadores, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "CONTROL DE INVENTARIO Y FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA GOLOPLUS S.A.C., CERCADO DE LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Vidal Fernandez, Laydi Mireya							
Apellidos y nombres del experto: Villanueva Figueroa, Rosa Elvira							
Doctora en Administración, Mg. Gestión Pública, Mg. Marketing y Comercio Internacional, Mg. Educación, Lic. en Administración							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPL E	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Control de inventario	Costos directo	Materia Prima	El costo de la materia prima varia en base a los productos elaborados y listos para el consumo.	1=Totalmente desacuerdo 2=Desacuerdo 3=Indiferente 4=Acuerdo 5=Totalmente acuerdo	/		
			En base al proceso que realizan la calidad de la materia prima debe ser alta.		/		
		Empaques	El costo del empaque se basa en el diseño.		/		
			El procedimiento del empaque como el material y peso son factores que determinan el costo del empaque.		/		
	Costos generales	Material indirecto	Los materiales indirectos generan costos estándares.		/		
			Dentro del costo se encuentra identificado los materiales indirectos		/		
	Productos en procesos	Kardex	La empresa Goloplus S.A.C cuenta con el Kardex estructuralizado.		/		
			Se mantiene un registro de Kardex mensualmente.		/		
		Producción	El proceso de producción cuenta con un buen protocolo.		/		
			Se realiza un control, organización y comunicación en el proceso de producción		/		
Productos tangibles	Productos tangibles	Los productos tangibles necesarios son fáciles de obtener.	/				
		Al obtener errores en el proceso del producto tangible se puede realizar mejoras.	/				
Firma del experto: 			Fecha <u>13/06/2019</u>				


Nota: Las dimensiones e indicadores, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "CONTROL DE INVENTARIO Y FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA GOLOPLUS S.A.C., CERCADO DE LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Vidal Fernandez, Laydi Mireya							
Apellidos y nombres del experto: <u>Dr. CAROLINA ESTELA TEGON</u>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Fuerza de ventas	Estructura territorial	Área geográfica	Las zonas repartidas están basados en el área geográfica.	1=Totalmente desacuerdo 2=Desacuerdo 3=Indiferente 4=Acuerdo 5=Totalmente acuerdo	/		
			Se realiza un mapa de las áreas geográficas de acuerdo a los días de visita.				
	Organización	Ante un problema se organizan bien para obtener soluciones y buenos resultados	/				
		Se logra un buen desenvolvimiento y organización entre los directivos	/				
	Estructura por producto	Líneas de productos	La empresa Golo Plus S.A.C ofrece diversas líneas de producto.		/		
			Las ventas incrementan en base a las diversas líneas de producto que se presentan.		/		
		Innovación	La empresa Golo Plus S.A.C se adapta con facilidad a las innovaciones.		/		
			Los productos se van rediseñando en base a la innovación		/		
	Estructura territorial	Necesidades	Se identifica rápidamente las necesidades del cliente		/		
			Los productos llegan a cubrir la mayor necesidad		/		
Atención al cliente		Realizan un buen asesoramiento e información a los clientes.	/				
		Interactúan los colaboradores con respeto y dan soluciones a los clientes ante un problema.	/				
Firma del experto: 			Fecha <u>14/06/19</u>				

Nota: Las dimensiones e indicadores, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "CONTROL DE INVENTARIO Y FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA GOLOPLUS S.A.C., CERCADO DE LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Vidal Fernandez, Laydi Mireya							
Apellidos y nombres del experto: <u>Dr. CARRANZA ESTERZA TEODORO</u>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Control de inventario	Costos directo	Materia Prima	El costo de la materia prima varia en base a los productos elaborados y listos para el consumo.	1=Totalmente desacuerdo 2=Desacuerdo 3=Indiferente 4=Acuerdo 5=Totalmente acuerdo	/		
			En base al proceso que realizan la calidad de la materia prima debe ser alta.		/		
		Empaques	El costo del empaque se basa en el diseño.		/		
			El procedimiento del empaque como el material y peso son factores que determinan el costo del empaque.		/		
	Costos generales	Material indirecto	Los materiales indirectos generan costos estándares.		/		
			Dentro del costo se encuentra identificado los materiales indirectos		/		
		Kardex	La empresa Goloplus S.A.C cuenta con el Kardex estructuralizado. Se mantiene un registro de Kardex mensualmente.		/		
	Productos en procesos	Producción	El proceso de producción cuenta con un buen protocolo.		/		
			Se realiza un control, organización y comunicación en el proceso de producción		/		
		Productos tangibles	Los productos tangibles necesarios son fáciles de obtener. Al obtener errores en el proceso del producto tangible se puede realizar mejoras.		/		
Firma del experto: 			Fecha <u>14/06/19</u>				

Nota: Las dimensiones e indicadores, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "CONTROL DE INVENTARIO Y FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA GOLOPLUS S.A.C., CERCADO DE LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Vidal Fernandez, Laydi Mireya							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Abel Cesar Alva Are							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSEERACIONES / SUGERENCIAS
Control de inventario	Costos directo	Materia Prima	El costo de la materia prima varia en base a los productos elaborados y listos para el consumo.	1=Totalmente desacuerdo 2=Desacuerdo 3=Indiferente 4=Acuerdo 5=Totalmente acuerdo	/		
			En base al proceso que realizan la calidad de la materia prima debe ser alta.		/		
		Empaques	El costo del empaque se basa en el diseño.		/		
			El procedimiento del empaque como el material y peso son factores que determinan el costo del empaque.		/		
	Costos generales	Material indirecto	Los materiales indirectos generan costos estándares.		/		
			Dentro del costo se encuentra identificado los materiales indirectos		/		
	Productos en procesos	Kardex	La empresa Goloplus S.A.C cuenta con el Kardex estructuralizado.		/		
			Se mantiene un registro de Kardex mensualmente.		/		
		Producción	El proceso de producción cuenta con un buen protocolo.		/		
			Se realiza un control, organización y comunicación en el proceso de producción		/		
Productos tangibles	Productos tangibles	Los productos tangibles necesarios son fáciles de obtener.	/				
		Al obtener errores en el proceso del producto tangible se puede realizar mejoras.	/				
Firma del experto:			Fecha <u>14 / 06 / 19</u>				

Nota: Las dimensiones e indicadores, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "CONTROL DE INVENTARIO Y FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA GOLOPLUS S.A.C., CERCADO DE LIMA, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Vidal Fernandez, Laydi Mireya							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Rosel Cesar Alva Arce							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Fuerza de ventas	Estructura territorial	Área geográfica	Las zonas repartidas están basados en el área geográfica.	1=Totalmente desacuerdo 2=Desacuerdo 3=Indiferente 4=Acuerdo 5=Totalmente acuerdo	/		
			Se realiza un mapa de las áreas geográficas de acuerdo a los días de visita.				
	Organización	Ante un problema se organizan bien para obtener soluciones y buenos resultados	/				
		Se logra un buen desenvolvimiento y organización entre los directivos	/				
	Estructura por producto	Líneas de productos	La empresa Golo Plus S.A.C ofrece diversas líneas de producto.		/		
			Las ventas incrementan en base a las diversas líneas de producto que se presentan.		/		
		Innovación	La empresa Golo Plus S.A.C se adapta con facilidad a las innovaciones.		/		
			Los productos se van rediseñando en base a la innovación		/		
	Estructura territorial	Necesidades	Se identifica rápidamente las necesidades del cliente		/		
			Los productos llegan a cubrir la mayor necesidad		/		
Atención al cliente		Realizan un buen asesoramiento e información a los clientes.	/				
		Interactúan los colaboradores con respeto y dan soluciones a los clientes ante un problema.	/				
Firma del experto:			Fecha <u>14 / 06 / 19</u>				

Nota: Las dimensiones e indicadores, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Anexo 3

Instrumento variable Control de Inventario

OBJETIVO:

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

TOTAL, DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL, ACUERDO
1	2	3	4	5

ÍTE M	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	El costo de la materia prima va variando en base a los productos elaborados y listos para el consumo.					
2	En base al proceso que realizan la calidad de la materia prima es alta					
3	El costo del empaque se basa en el diseño y la reestructuración					
4	El procedimiento del empaque representa un alto costo					
5	Generan costos estándares en base a los materiales indirectos					
6	Dentro del costo se encuentra identificado los materiales indirectos					
7	La empresa Goloplus S.AC cuenta con el Kardex estructuralizado.					
8	Se lleva un registro de Kardex mensualmente.					
9	El proceso de producción se encuentra estructuralizado adecuadamente.					
10	Se realiza un control, organización y comunicación en el proceso de producción					
11	Los productos tangibles necesarios son fáciles de obtener.					
12	Al obtener errores en el proceso del producto tangible se puede realizar mejoras.					

Gracias por su colaboración

Anexo 4

Instrumento variable Fuerza de ventas

OBJETIVO:

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

TOTAL, DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL, ACUERDO
1	2	3	4	5

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Las zonas repartidas están basadas en el área geográfica.					
2	Se realiza un mapa de las áreas geográficas de acuerdo a los días de visita.					
3	Ante un problema se organizan bien para obtener soluciones y buenos resultados					
4	Se logra un buen desenvolvimiento y organización entre los directivos					
5	La empresa Golo Plus ofrece diversas líneas de producto.					
6	Las ventas aumentan en base a las diversas líneas de producto que se presentan.					
7	La empresa Golo Plus S.A.C se adapta con facilidad a las innovaciones.					
8	Los productos se van rediseñando en base a la innovación					
9	Se identifica rápidamente las necesidades del cliente					
10	Los productos llegan a cubrir la mayor necesidad					
11	Realizan un buen asesoramiento e información a los clientes.					
12	Interactúan con respeto y dan soluciones a los clientes ante un problema.					

Gracias por su colaboración

Anexo 5

Base de datos

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	D1V1	D2V
1	1	2	2	3	1	2	3	3	2	5	3	2	2	2	5	3	1	2	3	2	1	1	2	2	2,00	
2	2	2	1	2	3	5	2	2	3	3	1	3	2	2	2	5	2	2	2	2	1	1	2	2	1,75	
3	5	4	1	2	2	2	3	3	2	5	2	3	1	1	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	3,00	
4	3	2	1	1	2	1	3	1	5	2	1	2	2	3	2	5	2	4	2	2	2	2	2	2	1,75	
5	4	1	2	3	3	2	2	2	3	4	1	2	1	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	2	2,50	
6	1	2	2	2	1	2	1	2	1	5	4	2	1	3	3	2	3	4	2	2	1	1	2	2	1,75	
7	1	2	2	1	3	2	2	2	2	4	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1,50	
8	2	1	1	1	5	5	3	3	5	5	3	3	1	3	4	5	2	3	2	2	2	2	2	2	1,25	
9	5	3	2	3	2	2	2	3	5	3	2	3	2	2	2	3	5	1	3	2	2	2	2	2	3,25	
10	2	2	2	2	3	2	2	2	5	2	1	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2,00	
11	1	1	1	1	2	1	3	3	2	5	2	1	4	2	1	4	2	3	2	3	2	2	2	2	1,00	
12	1	2	2	1	2	1	1	3	2	2	2	3	2	1	5	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1,50	
13	2	1	2	1	3	2	2	2	1	5	3	2	2	3	2	5	3	3	2	2	2	2	2	2	1,50	
14	1	2	2	3	2	5	1	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2,00	
15	3	3	3	2	4	3	2	2	4	4	1	3	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2,75	
16	1	1	1	2	2	3	2	3	2	3	2	1	3	1	4	1	2	2	3	1	1	2	2	3	1,25	
17	2	2	2	1	3	1	3	5	3	1	3	2	2	3	2	1	3	3	2	1	1	4	3	3	1,75	
18	2	1	1	2	2	1	2	5	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	1	2	1	1	2	2	1,50	
19	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	3	1	2	2	2	1	3	3	2	1,00	
20	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	1	3	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2,00	
21	2	1	3	3	3	1	3	1	1	2	1	3	2	1	2	1	3	2	1	1	1	5	2	4	2,25	
22	2	1	2	3	3	1	3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	1	2	3	2	2	2,00	
23	5	2	2	2	2	2	5	2	1	2	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2,75	
24	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	1	3	2	3	2	3	1	3	4	5	1,75	
25	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	1	3	3	2	4	5	5	2,50	
26	3	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	2	2	2	3	3	3	1	4	3	4	3	4	5	3,25	
27	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	1	3	2	4	1,75	
28	1	1	1	2	3	2	3	3	1	2	2	2	1	2	3	3	3	3	2	1	1	5	1	4	1,75	
29	2	1	3	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2,00	
30	2	1	1	3	2	3	3	2	3	3	1	3	1	1	3	2	3	2	3	1	3	5	4	4	1,75	
31	2	3	2	4	4	3	4	4	2	4	3	2	4	5	4	3	5	1	4	5	4	4	4	3	2,75	
32	4	3	2	3	4	3	4	3	2	4	4	2	3	2	3	4	4	2	3	3	2	3	3	5	3,00	
33	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	4	2	1	4	4	3	5	4	3	2,50	
34	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	5	3	5	4	4	2	4	4	3,75	
35	4	2	2	4	3	2	4	4	3	3	2	4	4	3	2	4	2	1	3	3	2	4	3	3	3,00	
36	2	3	2	3	2	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	5	1	4	3	4	3	2	2	2,50	
37	3	4	3	2	2	2	4	3	4	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	1	3	1	3,00	
38	4	3	2	4	4	3	4	4	2	4	3	5	5	4	5	5	2	1	4	5	3	2	3	2	3,25	
39	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	3,00	
40	4	2	4	3	2	3	3	3	3	5	4	3	4	3	4	2	2	1	3	3	2	3	2	3	3,25	
41	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	1	4	4	4	2	4	4	2,50	
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	1	5	4	4,00	
43	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	1	4	4	3	4	2	6	3,00	
44	2	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3,00	
45	2	2	3	3	2	3	4	4	3	2	2	3	2	2	2	4	2	1	3	3	1	2	4	3	2,50	
46	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2	3	1	4,25	
47	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	1	4	4	4	4,00	
48	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	2	2	2	2	4,00	
49	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	1	1	5	3	4	4,25	
50	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	1	2	4	4	4,25	
51	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	2	1	4,00	
52	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	3	3	4	4	3	1	5	3	4	2	4	4,00	
53	5	4	5	4	4	5	4	5	3	2	2	4	4	3	5	4	4	3	2	4	5	4	4	4	4,50	
54	5	5	5	5	1	3	4	3	4	5	5	1	5	3	4	4	3	4	5	3	5	4	4	2	5,00	
55	4	4	4	5	4	5	3	2	5	2	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	3	4,25	
56	4	5	3	4	4	3	5	4	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	2	1	3	1	4,00	
57	5	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	2	1	1	2	1	2	4,25	
58	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3	4	5	3	5	5	4	2	1	3	3	4	2	4,75	
59	5	4	5	5	5	4	3	2	5	5	4	4	4	5	5	5	3	1	4	2	2	1	3	4	4,75	
60	4	3	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3	5	5	3	5	5	4	4	4	5	3	4	2	4,25	
61	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	2	4	5	4	5	3	3	3	4	1	4	4,00	
62	4	3	5	5	5	5	4	3	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4	3	4	2	4	3	4	4,25	
63	5	4	4	4	4	3	5	2	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	2	3	1	5	4	3	4,25	
64	5	3	5	5	5	4	3	3	5	5	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	2	5	4,50	
65	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	2	2	2	2	2	2	4,25	
66	4	5	3	4	4	3	5	4	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	2	1	3	1	4,00	
67	5	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	2	1	1	2	1	2	4,25	
68	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3	4	5	3	5	5	4	2	1	3	3	4	2	4,75	
69	5	4	5	5	5	4	3	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	1	4	2	2	1	3	4,75	
70	4	3	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3	5	5	3	5	5	4	4	4	5	3	4	2	4,25	
71																										

Anexo 6
Autorización

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

SOLICITO: Permiso para realizar Proyecto de Investigación

SEÑOR: GUSTAVO GALVEZ

GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA GOLOPLUS S.A.C.

Yo, Laydi Mireya Vidal Fernandez identificada con DNI N°72797491 con domicilio MZ.M1 LT17, Ventanilla respetuosamente me presento y expongo:

Que actualmente me encuentro cursando el 10mo. ciclo de la carrera profesional de Administración en la Universidad Cesar vallejo. Solicito a Ud. Permiso para realizar el Proyecto de Investigación en su Institución sobre Control de inventario y fuerza de ventas de la empresa Goloplus S.A.C., Cercado de Lima, 2019, para optar la tesis para obtener el título profesional de Administración.

Por lo expuesto

Ruego acceder mi solicitud.


LAYDI MIREYA VIDAL FERNANDEZ
DNI 72797491

Lima ,07 de Octubre del 2019


GOLOPLUS S.A.C.
GUSTAVO GALVEZ GERENTE GENERAL