



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Gestión de inventario textil hombre y su incidencia con el nivel
de ventas de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo**

**TESÍS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Contador Público**

AUTOR:

Swayne Vasquez, Jose Enrique (orcid.org/0000-0002-0352-4411)

ASESOR:

Mg. Suarez Santa Cruz, Liliana del Carmen (orcid.org/0000-0003-2560-7768)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento.

CHICLAYO – PERÚ

2023

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios por la vida y la salud que me brinda y por iluminarme, a mis queridos padres, Rosa Jesús Vásquez Marquina, Gilberto Edmundo Swayne Llaque a mis hermanos: Ivonne, Dean, Karim, Walther, Gustavo y Jessica. El agradecimiento al amor eterno mí amada esposa Kely, a mi hijo Joaquín; mi presente, mañana y futuro por el tiempo que no compartido para poder culminar esta hermosa carrera profesional

A Uds. Papá Sixto, Mamá Chea, Mamá Lola, Hermano Cronwell, Tío Augusto y Tía Iris Elisabeth.

José Swayne

Agradecimiento

Gracias a Dios y a la virgen María por el don de la sabiduría de poder seguir luchando por mis sueños y metas, A mis queridos padres y hermanos, a mi esposa e hijo por el constante aliento a concluir esta formación profesional, a los compañeros del aula por el mutuo apoyo para lograr el objetivo trazado, a los docentes que comparten sus conocimientos su experiencia en el quehacer diario de la carrera profesional

José Swayne

Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de Tablas	v
Índice de Grafico y Figuras	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I.INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1 Tipo y Diseño de investigación	15
3.2 Variables y Operacionalización.....	17
3.3 Población y muestra.....	20
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.5 Procedimiento.....	23
3.6 Métodos de análisis de datos.....	23
3.7 Aspectos éticos	24
IV. RESULTADOS.....	25
V. DISCUSIÓN.....	50
VI. CONCLUSIONES.....	52
VII. RECOMENDACIONES.....	53
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS	58

Índice de tablas

Tabla 1: Dinámica de la cuenta 70	14
Tabla 2: Operacionalización de la variable Gestión de Inventario de Textil Hombre	18
Tabla 3: Operacionalización de la variable Nivel de Ventas	19
Tabla 4: Población.....	20
Tabla 5: Alfa de Cronbach.....	22
Tabla 6: Correlación de Pearson.....	25
Tabla 7: Existencia física disponible.....	26
Tabla 8: Producto con más rotación	27
Tabla 9: Conocimiento de stock de área textil hombre.....	28
Tabla 10: Comprobación de saldos con tarjetas kardex.....	29
Tabla 11: Proveedores alternativos	30
Tabla 12: Ambiente apropiado para recepción de mercadería	31
Tabla 13: Sistemas para el ingreso de mercaderías.....	32
Tabla 14: Espacio disponible para trabajar organizadamente	33
Tabla 15: Sustento de salida de mercaderías con documentos	34
Tabla 16: Control de salida de mercaderías del almacén.....	35
Tabla 17: Personal capacitado para ventas	36
Tabla 18: Cumplimiento de objetivos propuesto.....	37
Tabla 19: Contabilización de ventas para control	38
Tabla 20: Acceso a los reportes de ventas durante campañas	39
Tabla 21: Aplicación de ratios de rentabilidad	40
Tabla 22: Identificación de productos sin stock	41
Tabla 23: Stock para evitar pérdidas de ventas.....	42
Tabla 24: Acceso a mercadería.....	43
Tabla 25: Accesibilidad a tallas y modelos	44
Tabla 26: Margen de producto en función a rotación de mercadería.....	45
Tabla 27: Ventas Enero - Junio 2018-2017	46
Tabla 28: Ventas Julio - Diciembre 2018-2017.....	47
Tabla 29: Verificación de mercadería en piso.....	48
Tabla 30: Determinación de productos con más ventas	49

Índice de figuras

Figura 1: Relación entre la gestión de inventarios y las ventas.....	25
Figura 2: Existencia física disponible.....	26
Figura 3: Producto con más rotación.....	27
Figura 4: Conocimiento de stock de área textil hombre.....	28
Figura 5: Comprobación de saldos con tarjetas kardex	29
Figura 6: Proveedores alternativos.....	30
Figura 7: Ambiente apropiado para recepción de mercadería.....	31
Figura 8: Sistemas para el ingreso de mercaderías	32
Figura 9: Espacio disponible para trabajar organizadamente.....	33
Figura 10: Sustento de salida de mercaderías con documentos	34
Figura 11: Control de salida de mercaderías del almacén	35
Figura 12: Personal capacitado para ventas	36
Figura 13: Cumplimiento de objetivos propuesto	37
Figura 14: Contabilización de ventas para control.....	38
Figura 15: Acceso a los reportes de ventas durante campañas.....	39
Figura 16: Aplicación de ratios de rentabilidad.....	40
Figura 17: Identificación de productos sin stock.....	41
Figura 18: Stock para evitar pérdidas de ventas	42
Figura 19: Acceso a mercadería.....	43
Figura 20: Accesibilidad a tallas y modelos.....	44
Figura 21: Margen de producto en función a rotación de mercadería	45
Figura 22: Verificación de mercadería en piso	48
Figura 23: Determinación de productos con más ventas	49

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado Gestión de inventario de textil hombre y su incidencia con el nivel de ventas de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, tiene como objetivo general determinar la incidencia de la gestión de inventarios de textil hombres en los niveles de venta de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo.

La investigación tuvo un diseño correlacional, no experimental, descriptivo, transversal, la técnica utilizada fue la encuesta y el análisis documental, siendo sus instrumentos el cuestionario y la guía de análisis documental. La población estuvo conformada por 08 personas, las mismas que fueron parte de la muestra.

Se llegó a la conclusión que las ventas por los períodos enero a junio 2018 frente al mismo período del 2017 mostró una tendencia a crecimiento, sin embargo, en el segundo periodo del año 2018 (Julio-diciembre) estas han decrecido en S/ 22,715, siendo que la ropa juvenil hombre, juvenil hombre urbano y sport hombre decrecieron en 0.752%, 1.88% y 4.32% respectivamente, en comparación a las ventas del año 2017. Así mismo, la gestión de inventarios de textil hombres en los niveles de venta de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo si tiene incidencia sobre las ventas toda vez que la correlación de Pearson arrojó un resultado de 0.800326731 y un coeficiente de determinación de 0.6302.

Palabras Claves: Gestión de Inventarios, Ventas, Incidencia.

Abstract

The present research work entitled Man-made textile inventory management and its incidence with the sales level of the Oechsle S.A, Store, Chiclayo, has as a general objective to determine the incidence of the management of men's textile inventories in the sales levels of the Oechsle S.A, store Chiclayo

The research had a correlational, non-experimental, descriptive, cross-sectional design, the technique used was the survey and the documentary analysis, its instruments being the questionnaire and the document analysis guide. The population was made up of 08 people, who were part of the sample.

It was concluded that the management of men's textile inventories at the sales levels of the Oechsle S.A, Chiclayo has yes impact on sales since the Pearson correlation showed a result of 0.800326731 and a Coefficient of determination of 0.6302

Keywords: Inventory Management, Sales, Incidence

I. INTRODUCCIÓN

La problemática a nivel internacional, Meana (2017), la revista Gestión de Inventarios UF0476, manifestó que el objetivo del inventario es reconocer la real existencia de un bien, así como el tipo de mercadería que posee la compañía por un repaso material de sus existencias. Es preciso ejecutar inventarios para comparar resultados con la existencia física en almacén. Así mismo propone aplicar procesos gestión de inventarios que permitan determinar los requerimientos de mercadería y la evaluación de los costos de inventario por almacenaje. Así mismo identificar componentes que actúan en gestión y control de inventario en cadena de suministro.

Así mismo, en Colombia, (Redacción Revista Logística, 2016) menciona que el uso de innovaciones en tecnología provocó situaciones que no se asimilaban correctamente, por lo que los tipos de inventarios necesitan avanzar en ir un paso hacia adelante para observar otros instrumentos adicionales, que unidas brindan un resultado eficaz. La importancia en reducir períodos y costos involucra control absoluto de operaciones de los inventarios, significan procesos fundamentales en la cadena de suministro, llegando a ser el mayor activo de las compañías, hasta el 40% en algunos casos. La mejora en la gestión, así como en procedimientos operativos, es prioridad para competir a nivel internacional.

De igual forma en España, la revista de negocios OBS (Business School, 2018) menciona algunas técnicas para gestionar inventarios que se adaptan a las necesidades y escenario comercial donde esté activa; explica que debe de mantenerse artículos en establecimientos de clientes hasta que se logre vender; así mismo realizando el análisis ABC, éste fracciona la reserva en tres clases; bienes con precio elevados en cantidades pequeñas, productos con menor precio y cantidad media se gestionan, grupos independiente para lograr rentabilidad; empresas que mantienen stock bajo y solo adquieren materia prima al inicio de un proceso de producción. Bulk shipments, es un método que se identifica por remisión de productos a granel, garantiza la reposición del mismo y será mejor

como si realizara de forma moderada y Dropshipping en donde excluimos costes que se mantiene en artículos o productos en nuestras en espera que sean solicitados.

En la problemática de México, Coto (2017), explica que las pequeñas empresas no deben realizar inventarios por lo que no sabrían cómo controlar, y ejecutar sus inventarios al finalizar cada periodo, adicionando costo en sus movimientos de operación. Tener práctica maratónica, los empleados realizan el conteo en primeras horas, seguido aparecen diferencias por el cansancio. La meta fundamental en toma de inventarios, sería comprobar lo existente más el importe de mercaderías, para proteger la inversión y deleite de los consumidores.

En el Brasil, Reis y Maruyama (2017), hace mención sobre las empresas que deben poner en práctica las continuas capacitaciones; así mismo es de importancia la reducción de las amenazas externas, como la gestión del almacén logístico, punto básico para al éxito de la empresa como parte de la estrategia. Los amplios ambientes mejoran la acción de inventario e influenciará sobre el flujo de material tomando como inicio en línea de producción a nivel de servicio, esto se verá reflejado en resultados rentables y productivos. Los progresos tecnificados en instrucciones internas son primordiales en la supervivencia de la empresa. En este informe se quiere experimentar las buenas prácticas y uso de materiales con metodología de manufactura reducen costo como el desperdicio y de esta manera ser eficaces en la producción.

Entre tanto, Zhao, Huang y Zhang (2016), expresan la actividad más costosa en una empresa, es el proceso de preparación de pedidos de mercadería. La eficiente gestión del producto y su ubicación es primordial para la reducción del tiempo de búsqueda, así como el tiempo de viaje en el proceso. Este estudio está basado en caso de un constructor de carretas elevadoras, que presentó una mala gestión de almacenes como demora en la elección de las carretas que sirvió para el transporte de productos terminados, ocasionando desperdicio de recursos material y retardo de la entrega. En la resolución de este problema primero se identificaron detalles sobre los métodos vinculados. Luego propuso un prototipo de carretillas ascendentes y plataforma de gestión orientada al ciclo de vida. Se

construyó un técnico prototipo llamado sistema gestión de almacén de carretillas elevadoras en la nube. El modelo y la arquitectura del sistema están perfeccionados con elementos para técnicas de almacenamiento en general, se pueden establecer para llevar a la aplicación fácilmente al entorno del almacén general.

En realidad, problemática nacional, la revista virtual Conexión Esan (Esan, 2016) publicada en Lima, nos da algunos alcances sobre la necesidad de efectuar una buena gestión de inventarios y almacenes. Esta situación se da porque los procesos influyen de manera directa en la gestión área de compras, por lo que representa importes de inversión con porcentaje importante en sus activos. El registro de inventarios, así como una apropiada dirección de almacenes son actividades que deben desarrollarse con claridad, mejorando las operaciones logísticas. El éxito se verá reflejado en muchos beneficios en lo funcional, en gestión; sobre todo en lo económico.

Así mismo en Bagua, Cruz (2016) acotó la falta de control interno en empresas públicas y privadas genera deficiencias funcionales; teniendo como caso la unidad de Gestión Educativa Local Bagua; no trabajaba con kardex para registro de los materiales, el manejo de kardex no garantizaba lo que encontraba en almacén, por lo que se originó que el área efectuara una deficiente distribución de materiales, comprometiendo el objetivo y metas de la institución, generando la disminución de presupuesto de la entidad. Por lo que se sugirió el diseño y aplicación de una escala de medición, clasificación y control para mejorar los procedimientos logísticos.

En realidad problemática de Amazonas, Aguinaga (2016), explicó en la DIRESA de la región, surgieron dificultades en gestión de Stock en el almacén de medicamentos e insumos, ya que se comprobaba diferencia del inventario físico versus el registro; por lo que un control interno incorrecto y restringido por insuficiente capacitación del personal, falta de medicamentos en almacén, incumplimiento con objetivos y metas; perjudica a la población usuaria de los servicios de salud. Ante esta situación se sugirió desarrollar un sistema de control interno, orientado a controlar y gestionar el almacén de medicamentos e insumos.

Esta situación no fue distinta en nuestra Ciudad de Chiclayo, OECHSLE S.A., es una tienda por departamentos que abrió sus puertas el 14 de diciembre del año 2013, perteneciente del grupo empresarial Intercorp. Con participación en los sectores banca, seguros, retail, bienes raíces, educación y más, su domicilio fiscal está ubicado en A.v. Andrés A. Cáceres. s/n P.J. Diego Ferre. El desabastecimiento de mercadería en las distintas áreas de ventas es constante; específicamente en el área de textil de hombres, donde se identificó que los procesos de entradas y salidas de mercadería se presentan a diario, siendo el objetivo una buena gestión del manejo de mercadería y de información, actualmente en Chiclayo vemos que las empresas manejan sus inventarios de manera informal, ya que su red de conexión es desde sus sedes centrales en la ciudad de Lima, no invierten mucho en un sistema de distribución de mercadería y control de inventarios adecuado, es por eso que es necesario hacer una planificación de campañas de ventas ligadas a una reposición automática y constante según los requerimientos de piso de ventas.

El planteamiento del problema se determinó así: ¿De qué manera la gestión de Inventario de textil hombre incide en el nivel de ventas de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo ?.

La investigación se justificó científicamente porque utilizó el método científico, utilizaron técnicas, instrumentos y herramientas para el estudio de la gestión de Inventario de textil hombre y su incidencia con el nivel de ventas de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo que fue poco eficiente pero indispensable.

En tanto, la justificación institucional contribuyó para el beneficio de la empresa mediante la toma de decisiones operativas mejoró sus ingresos, disminuyó costos y alcanzó una mejor rentabilidad; de esta manera se dió la consolidación empresarial en el mercado del retail en textil hombre.

La justificación social, demostró las necesidades y beneficios que obtuvo la sociedad donde se ubicó la empresa.

Asimismo, se planteó como objetivo general: Determinar la incidencia de la gestión de inventarios de textil hombres en niveles de venta de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo y como objetivos específicos, fueron: 1.- Evaluar la gestión de inventarios de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, 2.- Analizar el nivel de ventas de textil hombre de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo y 3.- Identificar las causas de la gestión de inventario de textil hombre que inciden con el nivel de ventas de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo.

Se planteó la hipótesis de la siguiente forma: H1- La Gestión de inventario de textil hombre si incide con el nivel de ventas de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo. Ho - la gestión de inventario de textil hombre no incide con el nivel de ventas de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo.

II. MARCO TEÓRICO

Para esta Investigación es necesario mostrar algunos antecedentes que permitieron evaluar el desarrollo de las variables.

En los trabajos anteriores se encontró en Argentina, Salas (2016), objetivo general analizar métodos de mercadería importada, centro de colocación de compañía retail. La metodología de investigación fue descriptiva, propositiva. Concluyendo la ausencia de procedimientos específicos en centro de distribución que tuvo como consecuencia, desorganización en atención a pedidos de las tiendas. Esta deficiencia se vio reflejada en temporadas de demanda, por lo que el personal debía laborar hasta en madrugada en días consecutivos, y en los días posteriores a la demanda, la tienda sufre una baja en productividad por el cansancio del personal.

Así mismo en Ecuador, Carrasco (2015), tuvo como objetivo general detallar componentes de control interno para inventarios de extensos almacenes ferreteros del Perú y de Sodimac Piura 2016. En la investigación se manejó el diseño cualitativo descriptivo bibliográfico documental. Empleando técnica de revisión bibliográfica y documental y herramienta de recopilación de información; Se determinó que la ferretería debería realizar el análisis de su rentabilidad en el período contable; en relación de ingresos por ventas, así como de gastos incurridos y se debería realizar un análisis minucioso y fijar beneficios como utilidades.

Por otro lado, en Colombia, Arrieta (2015), realizó una investigación que tuvo como objetivo la revisión de inventarios de almacenes en la empresa. La investigación fue cuantitativa de tipo descriptiva. La población estuvo compuesta por los trabajadores de la empresa; el método usado fue análisis documental. Concluyó para gozar de figura comercial en clientes es importante tener la habilidad en gestionar los bienes, con principal prioridad en inventarios; sin restar importancia en operaciones de compras, ventas, servicio al cliente, distribución en inventarios y almacén.

Así mismo en Chile, Núñez (2015), cuyo objetivo fue identificar cada elemento que se vincula con el personal que labora en la empresa, así como en la gestión de ventas y marketing; teniendo siempre presente los objetivos de la compañía. Se realizó la investigación exploratoria, descriptiva. La técnica usada fue encuesta con muestra de 327 trabajadores, llegando a la conclusión que los trabajadores del área comercial, tienen un rol de comunicación indispensable con distintas áreas de la compañía, por la frecuente interacción y contacto con clientes.

En el ámbito nacional, Gómez (2017), tuvo como objetivo, establecer ocurrencia de revisión interna de inventarios en rentabilidad de la compañía central de belleza SAC. La investigación fue descriptivo correlacional, con diseño no experimental; la población estuvo conformada por 9 personas que laboran en la empresa; la herramienta utilizada fue el cuestionario y la entrevista; se llegó a conclusiones; el control interno de inventarios influyó de manera favorable en la rentabilidad de ventas, también se vió reflejado en el control del kardex, elección de recurso humano con valores ético, morales; como la protección de inventarios con exámenes proyectadas, ha generado beneficios económicos. El control practicado en las revisiones físicas, en la toma de inventarios permanentes; y el rastreo a saldos del stock de mercadería comparados con registros perennes, han generado rentabilidad de activos.

En trabajos previos en Chimbote, Velásquez (2018), explica que en la oficina de logística los jefes de área llenan un formato manual y es entregado a los trabajadores de la oficina de almacén, los formatos se extravían en el desorden de la recepción documentaria, tiene como resultado pérdida de documentación y retraso en atención; el objetivo principal es la organización de control en los procesos de almacén manejando aplicativo virtual. La metodología desarrollada fue descriptiva aplicada, la población de estudio fue de 19 personas que laboraban en la empresa, la técnica usada fue la encuesta. Se llegó a la conclusión en poner en marcha el aplicativo virtual, para que el personal administrativo realice de manera oportuna sus actividades en la empresa.

Así mismo, Crespo y Valenzuela (2017), tuvo como objetivo explicar la guía gestión de inventarios y adquisiciones, redujo precios. Se utilizó técnica

deductiva, con diseño de investigación correlacional, se utilizó la observación directa, así como entrevistas al recurso humano área de compras, se realizó revisión de documentaria de la empresa, cuestionarios y encuestas; la población objetivo fue el recurso humano de la empresa. Se concluyó que no existe sistema de gestión de inventarios para el apropiado abastecimiento de materia prima, lo escaso de técnicas para la clasificación de inventarios, falta de clasificación de la mercadería.

También, Velezmoro (2018), tuvo como objetivo general establecer la incidencia de gestión de inventarios en la situación económica y financiera de la empresa. La investigación realizada fue no experimental descriptivo. Se utilizó la técnica encuesta, entrevista y análisis documentario; la población estuvo representada por recurso humano que laboró en la empresa. Se concluyó que existe relación entre gestión de inventarios y situación económica financiera de la empresa; así mismo se determinó que egresos e ingresos en los que se incurren, no están organizados de manera oportuna e influyen los inventarios.

Entre tanto en Bagua, Oré (2016), cuyo objetivo general fue diseñar una estructura de control interno, que lleve a mejorar la gestión de inventarios en la empresa, con metodología descriptiva, técnica de encuesta y análisis documental, la población estuvo integrada por personal que labora en la empresa; así mismo en la problemática se pudo evidenciar el poco interés para organizar la mercadería, por la ausencia de control interno; por lo que el principal objetivo fue proyectar una plataforma de control interno operativo. Se concluyó que no existieron instrumentos de gestión y esto originó un deficiente control de inventarios, utilizando con frecuencia el análisis documentario.

En el ámbito local, Pérez (2019), en su tesis tuvo como objetivo general el diseño de una plataforma de control interno para la mejora en gestión de existencias en la empresa; la metodología que se utilizó fue descriptiva, las técnicas fueron la entrevista y análisis documentario. La población objetivo fueron tres trabajadores del área de almacén. Se concluyó que la no utilización de formatos, informes de existencias, así como en procesos de recepción,

acumulación en el despacho de mercadería, la no realización de inventarios mensuales obstaculiza las múltiples operaciones en el área almacén.

En trabajos previos en Chiclayo, Vidarte (2016), cuyo objetivo fue implementar una herramienta administrativa siendo eficiente para una mayor organización en los inventarios. La metodología fue descriptiva y analítica, técnicas de análisis documental y observación. En la investigación se llegó a la conclusión que la constructora no cuenta con un sistema de gestión para la realización de actividades, debido a la falta de un manual de organización y funciones.

En teorías concernientes la investigación, se define a los inventarios como grupo de objetos tangibles o intangibles que cuenta una empresa, accediendo la compra, venta o elaboración antes de comercializar, en periodo económico determinado. (Aznar, 2016).

La correcta gestión de los inventarios tiene como objetivo confirmar o verificar las existencias que dispone la empresa; es necesario realizar inventarios para confrontar la existencia física disponible en los almacenes; estos inventarios nos ayudó a tener localizada nuestras existencias en todo momento, conocer el costo de las existencias, se pudo conocer el beneficio o pérdida al cierre contable de la empresa, se determinó qué producto tiene más rotación para tomar decisiones oportunas sobre las ventas versus inventarios; y tener conocimiento del stock con que se cuenta en tienda.(Mena, 2017).

El manejo de una correcta gestión de almacén es importante para las empresas. Las actividades de gestión de inventarios tienen que ver con métodos de registro de información relevante; formas de movimiento, objetos de clasificación y modelo de reinventario, clasificado por técnicas de control. Los principales objetivos de la gestión de inventarios se definen en; reducir al mínimo posible los niveles de existencias y asegurar el recurso de existencias (producto terminado, producto en curso, materia prima, insumo, etc.) en el momento oportuno. (Bonilla, 2016).

Según Laveriano (2015), permitió controlar las existencias reales o en producción además de la comparación con las necesidades actuales y futuras estableciendo el stock ideal considerando la demanda, niveles de existencias y adquisiciones proyectadas.

La logística de los inventarios ha crecido a media de las economías, según las regiones posee herramientas que la hacen vulnerable frente a los distintos elementos que la conforman pudiendo ser elemento principal del abastecimiento de mercadería en los distintos negocios apoyándose en tecnologías de última generación. (Murphy, 2015).

La prioridad del control de inventario según Mora, (2016), radica en efectuar un registro de inventarios como la utilidad que consiguen la mercadería en almacén, referente a la suma de un producto indispensable y resguardar la demanda posible, por lo que ser oportunos y tener a disposición la mercadería necesaria en el tiempo y lugar deseado; garantizando calidad de productos y mejores precios (p.94).

Según Sierra, Guzmán y García (2015), en su libro administración de almacenes y control de inventario, estos se clasificaron de acuerdo a su naturaleza; así mismo la naturaleza de éstos se determinó en relación a la utilidad que se destinan y se dividen en: inventarios de manufactura, materias primas, partes, materiales en proceso, ensambles y sub ensambles, bienes terminados y refacciones o suministros; inventarios de preservación y mantenimiento, refacciones, herramientas, partes de máquinas equipos, lubricantes, artículos de limpieza, artículos de ferretería, materiales de consumo general. (p.13); inventarios de artículos de oficina, papelería, impresiones, artículos de consumo general. (p.13); inventarios de activos fijos, maquinaria y equipo, muebles, terrenos, edificaciones, transportes, otros. (p.13); estos inventarios no son consumibles, por lo que se lleva un control diferente a los inventarios de consumo general. (p.13).

Existe una diversidad de inventarios como, perpetuos, son los que facilitaron en algún instante el costo del inventario final de lo vendido, la utilidad, pérdida, intermitentes, el control es constante al año, inventario final; se ejecuta al cierre

contable y mediante este se comprobó la lista de bienes que tenemos sin considerar el estado físico del bien; inventario inicial, se dará a la apertura de las operaciones contables del negocio; inventario físico, detalle real de cada clase de mercancía que hay en almacén, para comprobar el grado de eficacia en los sistemas de controles; inventario en tránsito tiene como finalidad abastecer y sostener las operaciones de la empresa con proveedores y clientes; inventario máximo, establece un rango o nivel máximo de inventarios en el almacén, inventario máximo, establece un rango o nivel inmenso de inventarios en establecimiento. (Pérez, 2016).

Control de Inventarios los errores más comunes que se suelen dar al gestionar el stock de una tienda de venta de vestuarios fueron: no prever picos de venta, supone tener dinero guardado para poder afrontar la compra de más mercadería y tener un espacio reservado en el almacén para ella, quedarse sin producto ya sea porque se haya tenido un pedido extra que no esperaba o porque las previsiones fueron bajas y tener un proveedor que pueda suministrar de urgencia más artículos; tiene localizado un proveedor alternativo, genera caos en el almacén, se debe establecer normas básicas de orden y manipulación, además de asegurar que todo el personal conozca como se gestiona el stock, la relación con el proveedor debe ser directa y sincera para que las transacciones que se realicen sean viables en el tiempo. (Díaz, 2017).

De acuerdo con la Contraloría General de la República (2014, p.52-53), explica que instituciones públicas deben considerar tres áreas para manejar sus almacenes, área de recepción; la entrada de mercancía tiene que pasar por planeación en sus procesos, teniendo en consideración que esta va a salir a la venta o su traslado por diversas áreas de la entidad. Debe de tener un ambiente extenso y adecuado para recibir y recopilar la mercancía, considerando que ésta debe permanecer en almacén el menor tiempo posible (2014, p.52).

Área almacén; debe de considerarse un área apropiada para descargar la mercancía, teniendo en cuenta el ciclo de almacenamiento y se pueda actuar de

manera organizada, sin inconvenientes. Contraloría General de la República, (2014., p.52).

Área de entrega; es un área adecuada para tal fin, por ejemplo, en elaboración de pedidos ya que es una de las acciones relacionadas a gestionar pedidos y su distribución, la salida de mercancía es acreditada con documentación acreditada, Contraloría General de la República (2014, p.53).

La variable gestión de ventas, se considera contar con los recursos humano competente de manera periódica; como la inspección de formatos o plantillas de control, (Ehrhardt y Brigham 2015).

Gerencia (2019), explica que definir las ventas tiene varios significados, dependiendo del contexto que se maneje; se podría realizar el canje de mercadería y servicios por dinero. Desde la perspectiva legal, es el traspaso del derecho de propiedad de un bien a cambio de dinero; y el punto de vista contable financiero, las ventas es el importe cobrado de productos o servicios proporcionados.

Para Jobber & Lancaster (2012), el significado de venta es la operación, resultado de vender; es decir trasladar la posesión de algo a una persona, para luego realizar el pago por un precio determinado. Este término se utiliza para explicar la operación en sí como los elementos que se ofrecen.

Definiendo gestión de ventas; es la orientación del personal de realizar las ventas y operaciones de marketing en la empresa. La gestión de ventas certifica el cumplimiento de objetivos propuestos desde incorporación, adiestramiento y estimulación de los encargados de ventas hasta el valor de su trabajo y motivación (Cortinas, 2018).

Para el registro de las ventas Acebrón (2009), indica que las ventas se registran en la cuenta 70 del plan contable general empresarial, al realizarse ventas, éstas correspondan a servicios y deberán registrarse en la sub cuenta 704 Venta de servicios.

Así mismo, la contabilización de las cuentas por cobrar según plan contable general empresarial del Ministerio de Economía y Finanzas (2019), la organización del plan contable general empresarial, en cuentas de resultados ubicamos la cuenta 70 ventas, cuenta que se utilizó para el registro de ventas realizadas por la empresa.

La cuenta 70 concentra las subcuentas de las entradas por concepto ventas de bienes y/o servicios de la actividad económica del negocio, la misma que distingue las ventas entre relacionadas y las ventas realizadas a terceros.

La nomenclatura de las subcuentas del plan contable general empresarial, es como sigue; 701 mercaderías, corresponde a ventas de productos destinados para su venta, diferenciando mercadería fabricada, de extracción, agropecuaria y piscícola y otras; 702 productos terminados, son ventas de productos fabricados, productos de extracción terminados, productos agropecuarios y piscícolas, inmuebles y otros; 703 subproductos, desechos y desperdicios, incluye venta de productos en proceso de producción o en almacenamiento de existencias, con valor de recuperación reducido; 704 prestación de servicios, incluye ingresos por prestación de servicios; 709 devoluciones sobre ventas, comprende devolución ventas de mercadería señaladas en las subcuentas 701 a la 703.

Tabla 1

Dinámica de la cuenta 70

12	Cuentas por cobrar Comerciales - Terceros	3680
121	Facturas, Boletas y otros Comprobantes por cobrar	
1212	Emitidas en cartera	
40	Tributos	587.56
	Contraprestación y aportes al sistema de Pensiones y de saldos por pagar	
401	Gobierno Central	
4011	IGV	
40111	IGV - Cuenta Propia	
70	Ventas	3092.44
70	Mercaderías	
7011	Mercadería manufacturada	
70111	Terceros	
	Por la venta de mercaderías	

Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas. Plan Contable General Empresarial.2018

La rentabilidad económica en ventas es necesario conocer la eficiencia del proceso de venta que involucra medidas a futuro y sabe optimizar los recursos de la empresa. Se debe tener presente cómo realizar el cálculo de las utilidades que está creando la empresa respecto a su inversión. (Polo, 2019).

El desabastecimiento afecta a los niveles de la cadena de abastecimiento; las ventas al por menor influyen sobre la capacidad de la empresa y satisfacer las necesidades de adquisición del cliente; al realizar la visita del cliente al punto de venta, se podría considerar la importancia la buena gestión del stock, evitando perdidas de venta por desabastecimiento falta de stock o stock out. (Ceupe. 2019).

El margen de un producto está determinado en gran medida por su demanda a mayor rotación y menores competidores su margen será el esperado, los productos que están presentes en varios tipos negocios tienen un margen menor, pues la venta esperada se tendría que considerar con todos los negocios que tiene este producto. (Fisher y Marshall 2015).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación.

En el desarrollo de la investigación se efectuó análisis de forma detallada, ¿Cómo incide la gestión de inventarios de textil de hombres en el nivel de ventas de la tienda Oechsle S.A.? vinculando las variables de investigación.

3.1.1 Enfoque

Para Hernández, Fernández y Baptista Lucio, (2014), explica el enfoque cuantitativo considerando cifras numerales que deben ser analizados, investigados y comprobados. (p.4)

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, por lo que la recolección de información que se obtuvo se demostró estadísticamente.

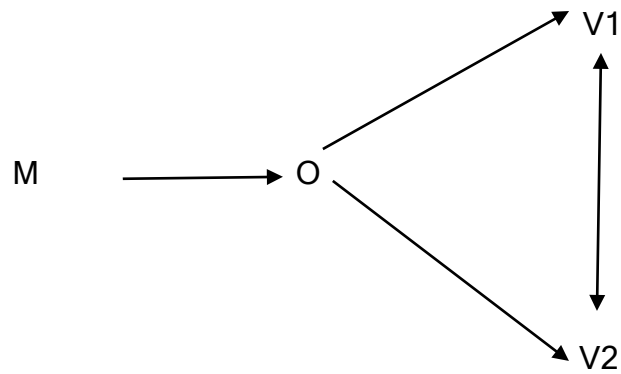
3.1.2. Alcance

Explicativo, se busca explicar de qué manera la variable independiente incide en la dependiente; es decir, va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos y están dirigidas a identificar las causas de los eventos físicos o sociales, características que muestran y cómo se dan sus interrelaciones. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Correlacional, permitió establecer la correspondencia que existe entre las dos variables a estudiar. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.1.3. Diseño No experimental de Corte Transversal

En el diseño de investigación no experimental, no hubo manipulación de las dos variables y se pudo observar los fenómenos en su ambiente natural para luego analizarlos.



Dónde

- M = Muestra
- O = Observa
- V1 = Variable independiente
- V2 = Variable dependiente

3.2 Variables y operacionalización

3.2.1. Variables

Variable independiente, gestión de inventario Bonilla, (2016), la gestión de inventarios es fundamental y su aplicación es decisiva de toda organización. El trabajo concerniente a la gestión de inventarios se relacionó con identificar las técnicas de registro, puntos de movimiento, formas de categorización y modelos de inventario, determinados por los métodos de control.

Variable dependiente, ventas Jobber & Lancaster, (2012), es la acción y efecto de vender es decir transferir la propiedad de algo a otra persona y con ello el pago de un precio pactado. La palabra se usa para denominar la operación en sí, como a la suma de cosas que se venden. Comparar el mismo argumento de la teoría.

3.2.2. Operacionalización

Tabla 2

Operacionalización de la variable Gestión de Inventario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Técnica e instrumentos	Escala			
Gestión de Inventarios	Objetivos	Verificación de existencias	El responsable de la gestión de inventarios de la tienda Oechsle realiza inventarios para confrontar la existencia física disponible en los almacenes del área de textil hombre.	Encuesta / Cuestionario	Likert			
		Rotación de productos	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle determina que producto tiene mas rotación en el área de textil hombre.					
		Stock	El responsable de la gestión de inventarios de la tienda Oechsle tiene conocimiento del stock con que se cuenta el área de textil hombre.					
	Tipos	Inventarios intermitentes	En el área de textil hombre de la tienda Oechsle se verifican constantemente los inventarios para comprobar que los saldos coincidan con los formatos de control.			Encuesta / Cuestionario	TA: Totalmente de acuerdo A= De acuerdo I= Indiferente D= En desacuerdo TD= Totalmente en desacuerdo	
		Abastecimiento	Proveedor alternativo					La tienda Oechsle cuenta con proveedores alternativos que suministran de urgencia la mercadería al área de textil hombre.
	Areas	Almacenamiento	Recepción					La tienda Oechsle cuenta con espacios apropiados para recibir la mercadería del área de textil hombre.
			Recepción					En el área de textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten ingresar la mercadería recepcionada.
Entrega			En el área de textil hombre de la tienda Oechsle se dispone de espacio suficiente para trabajar organizadamente.					
		Entrega	En el área de textil hombre de la tienda Oechsle, la salida de la mercadería esta sustentada con documentos pertinentes.					
		Entrega	En el área de textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten controlar la mercadería que sale del almacén.					

Fuente. Bonilla, (2016)

Tabla 3*Operacionalización de la variable Nivel de Ventas.*

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Técnica e instrumentos	Escala
Ventas	Gestión	Personal capacitado	La tienda Oechsle cuenta con personal capacitado para realizar la venta.	Encuesta / Cuestionario	TA= Totalmente de acuerdo A= De acuerdo I= Indiferente D= En desacuerdo TD= Totalmente en
		Objetivos	La tienda Oechsle lleva a cabo una buena gestión de ventas que asegura el cumplimiento de objetivos propuesto.		
	Contabilización	Registro	En la tienda Oechsle se contabilizan todas las ventas para un mejor control.	Análisis documental	
		Reportes	En la tienda Oechsle se tiene acceso a los reportes de ventas que se generan durante la campaña de ventas.		
	Rentabilidad	Procesos	En la tienda Oechsle se aplican ratios de rentabilidad para analizar las ventas. La tienda Oechsle durante la campaña de ventas, puede identificar que productos ya no cuenta con stock en piso de ventas.		
	Abastecimiento	Stock	En la tienda Oechsle se cuenta con stock suficiente evitando así pérdidas de venta por desabastecimiento.		
			En la tienda Oechsle se tiene acceso a toda la mercadería comprometida en la campaña de ventas.		
Margen del producto	Rotación	En la tienda Oechsle durante la campaña de ventas, se cuenta con todas las tallas y modelos de la mercadería involucrada en la venta. En la tienda Oechsle el margen de un producto está determinado por su mayor rotación de ventas.			

Fuente. Jobber & Lancaster, (2012)

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Hernández, Fernández y Baptista (2014), definen a la población como un conjunto de personas que tienen características o evento a estudiar y que se encuadran dentro de los criterios de inclusión. La población lo conformó 08 trabajadores del área de ventas de la tienda Oechsle Chiclayo.

Tabla 4

Población Variable Independiente

Área	Cant.
Plataforma o Almacén	04
Total	04

Variable Dependiente

Área	Cant.
Ventas	04
Total	04

Fuente. Elaboración propia

3.3.2 Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2014), definen un subgrupo de la población o universo, delimita a la población en estudio y generalizar resultados para establecer parámetros. La muestra estuvo conformada por las 08 personas integrantes de la población

3.4 Técnicas e instrumentos recolección de datos.

3.4.1 Técnicas

Encuesta, en el desarrollo de la investigación se manejó ésta técnica porque permitió recoger opinión de los trabajadores, para realizar la medición de la variable gestión de inventarios.

El análisis documental, radicó en la obtención de reportes de ventas, que permitió el análisis comparativo de ventas del período actual con el anterior de la sección hombres y se determinó la variación.

3.4.2 Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario, fué de tipo Likert frecuencia de 10 preguntas cerradas, que estuvieron elaboradas en base a indicadores y dimensiones presentes en la operacionalización de variables.

Guía de análisis documental, tuvo información detallada sobre las ventas de la empresa Oechsle Chiclayo.

3.4.3 Validez y confiabilidad

Validez, la determinación en la validez de las herramientas fue validada a través del juicio de dos expertos, quienes dieron la conformidad, visando los formatos elaborados por la Universidad César Vallejo.

Confiabilidad, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach, Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, (2014), explica que el coeficiente de confiabilidad es demostrativo cuando se aproxime al coeficiente uno (1).

Tabla 5*Alfa de Cronbach*

K:	La cantidad de ítems
$\sum Si^2$:	Sumatoria de las varianzas de los Ítems
S_T^2 :	La varianza de la suma de los Ítems
α	Coefficiente de Alfa de Cronbach

Fuente. Elaboración propia

Alfa Variable Independiente

K	10
$\sum Vi$	3.33
Vt	2.00

SECCIÓN 1	1.11
SECCIÓN 2	-0.667
ABSOLUTO S2	0.667

A	0.74
---	------

Alfa Variable dependiente

K	10
$\sum Vi$	6.58
Vt	60.14

SECCIÓN 1	1.11
SECCIÓN 2	0.891
ABSOLUTO S2	0.891

A	0.99
---	------

3.5 Procedimiento

Consistió en comprender las variables que fueron indispensables para preparar la operacionalización, por lo que se llegó a plantear el instrumento exacto para colección de datos.

La segunda fase se obtuvo la validación del instrumento el cual pertenece a un cuestionario con 10 preguntas, aplicadas a los encuestados.

Se realizó el procedimiento de tabulación con los datos obtenidos en encuestas y entrevistas en la hoja de cálculo excel, del mismo modo se realizó el procedimiento de confiabilidad en alfa de Cronbach, así mismo se redactó los resultados obtenidos. Finalmente se estableció el coeficiente de correlación de Pearson, para verificar la relación entre las variables.

3.6 Métodos de análisis de datos

Para el análisis estadístico y procesamiento de datos se manejó el programa de software hoja de cálculo Microsoft Excel.

El resultado de los cuestionarios, se procesó en hoja de cálculo Microsoft Excel conteniendo la base de datos, para agrupar la información y representarlo a través de gráficos. Así mismo, se determinó el coeficiente de correlación Pearson, para la verificación de la relación entre las variables.

La gráfica estadística, se consiguió del resultado de los cuestionarios, aplicados a personas vinculadas en la investigación, para luego ser expresados en valores numéricos en las tablas estadísticas, para comprensión de la información.

3.7 Aspectos éticos

Según Noreña, Alcaraz Moreno, Rojas y Rebolledo Malpica, (2012), en una investigación se tiene que tener cuenta los siguientes criterios éticos.

Confidencialidad, en la investigación se protegió la identidad de las personas encuestadas que participaron como informantes, sin revelar su identidad.

Objetividad, la investigación se realizó con absoluta autonomía; por lo que los hechos encontrados se fundaron en juicios imparciales.

Veracidad, la información declarada en la investigación es verdadera, realizando el cuidado la confidencialidad.

IV. RESULTADOS

Objetivo general. Determinar la incidencia de la gestión de inventarios de textil hombres en los niveles de venta de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo.

La incidencia en la gestión de inventarios sobre los niveles de ventas de la tienda Oechsle se determinó aplicando la correlación de Pearson, con el propósito de determinar si la variable gestión de inventarios, como la variable ventas se encuentran relacionadas entre sí.

Tabla 6
Correlación de Pearson

X	Y
14	14
15	17
12	12
15	14

Coefficiente de correlación **0.800326731**

Coefficiente de determinación **0.6302**

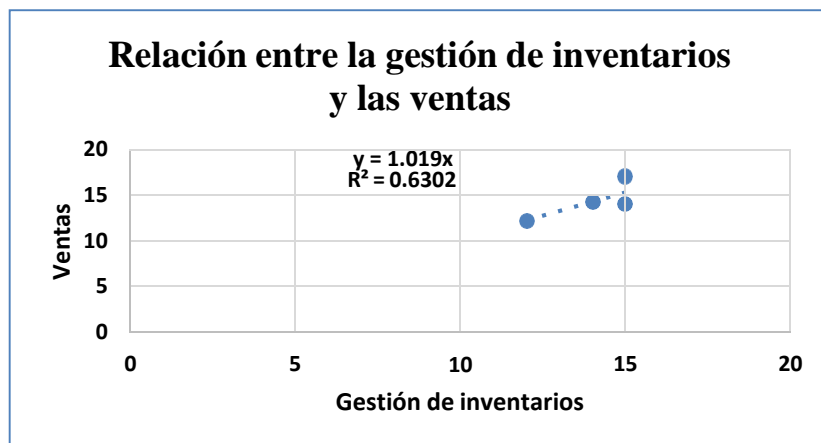


Figura 1. Relación entre la gestión de inventarios y las ventas

Análisis de resultados, la correlación de Pearson arrojó un resultado de 0.800326731 y un Coeficiente de determinación de 0.6302 lo que indica la gestión de inventarios de textil hombres en los niveles de venta de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo tiene una fuerte incidencia sobre las ventas.

El primer objetivo específico. Evaluar la gestión de inventarios de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, se trabajó con los resultados obtenidos de la encuesta.

La evaluación de la gestión de inventarios se determinó aplicando el cuestionario a las personas que laboran en plataforma y almacén con la finalidad de verificar si existe una adecuada gestión de los inventarios en la sección hombres de la tienda Oechsle .

Tabla 7

Existencia física disponible

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El responsable de la gestión de inventarios de la tienda Oechsle realiza inventarios para confrontar la existencia física disponible en los almacenes del área de textil hombre.	0	0	0	0	4	4
	0%	0%	0%	0%	100%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

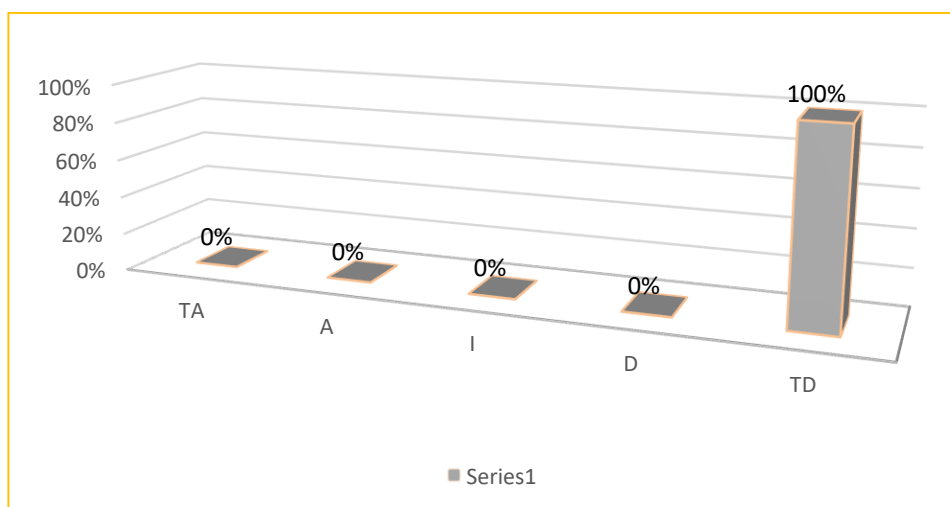


Figura 2. Existencia física disponible

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 100% está en total desacuerdo que el responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle realiza inventarios para confrontar la existencia física disponible en los almacenes del área de Textil hombre.

Tabla 8

Producto con más rotación

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El responsable de la gestión de inventarios de la tienda Oechsle determina que producto tiene más rotación en el área de Textil hombre.	0	0	0	1	3	4
	0%	0%	0%	25%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

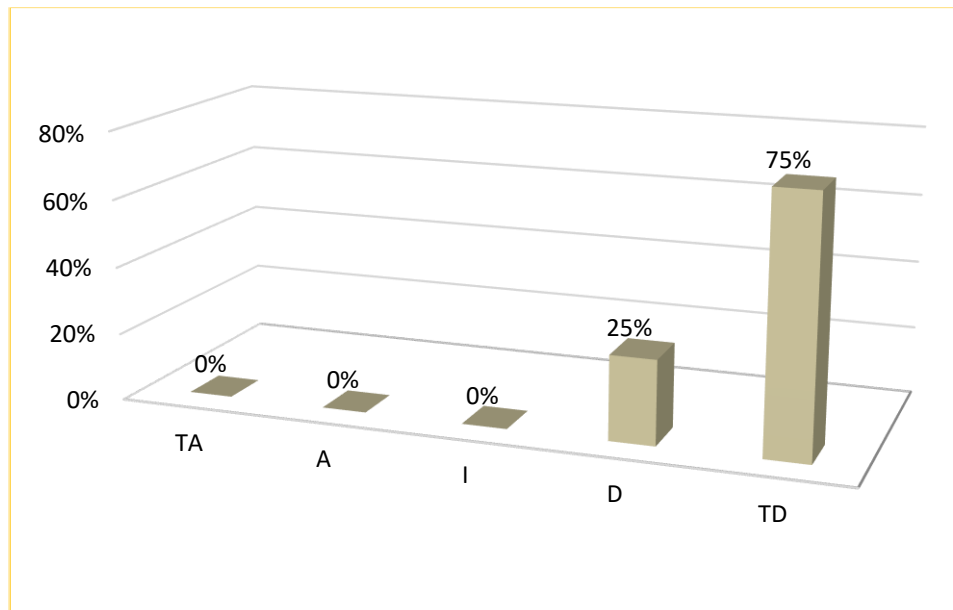


Figura 3. Producto con más rotación

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que el responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle determina que producto tiene más rotación en el área de Textil hombre y el 25% está en desacuerdo.

Tabla 9

Conocimiento de stock de área textil hombre

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle tiene conocimiento del stock con que se cuenta el área de Textil hombre.	0	0	1	0	3	4
	0%	0%	25%	0%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

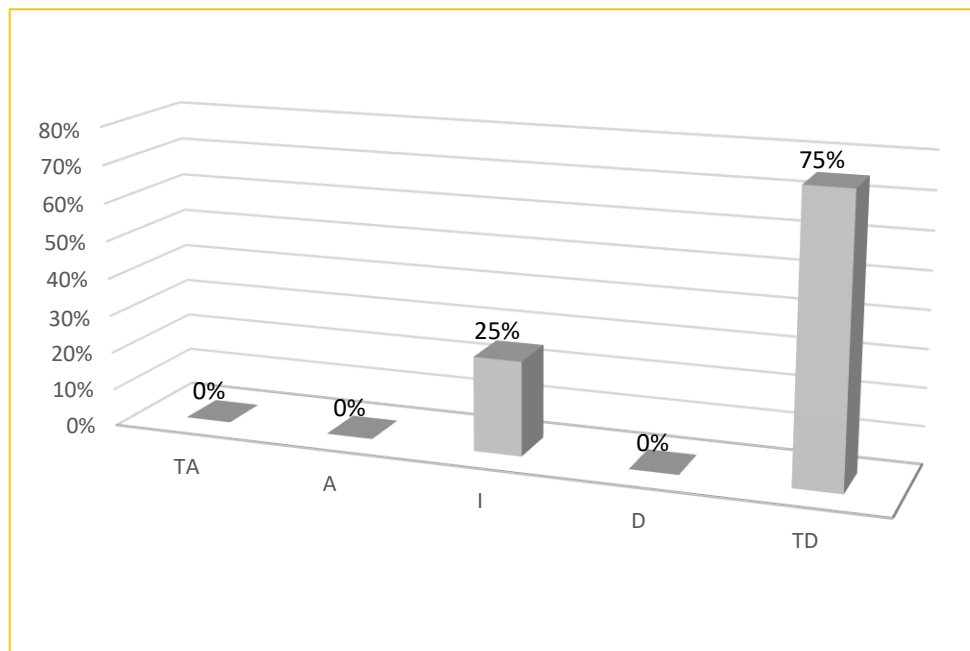


Figura 4. Conocimiento de stock de área textil hombre

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que el responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle tiene conocimiento del stock con que se cuenta el área de Textil hombre y el 25% es indiferente.

Tabla 10

Comprobación de saldos con tarjetas kardex

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle se verifican constantemente los inventarios para comprobar que los saldos coincidan con las tarjetas kardex .	0	0	1	0	3	4
	0%	0%	25%	0%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

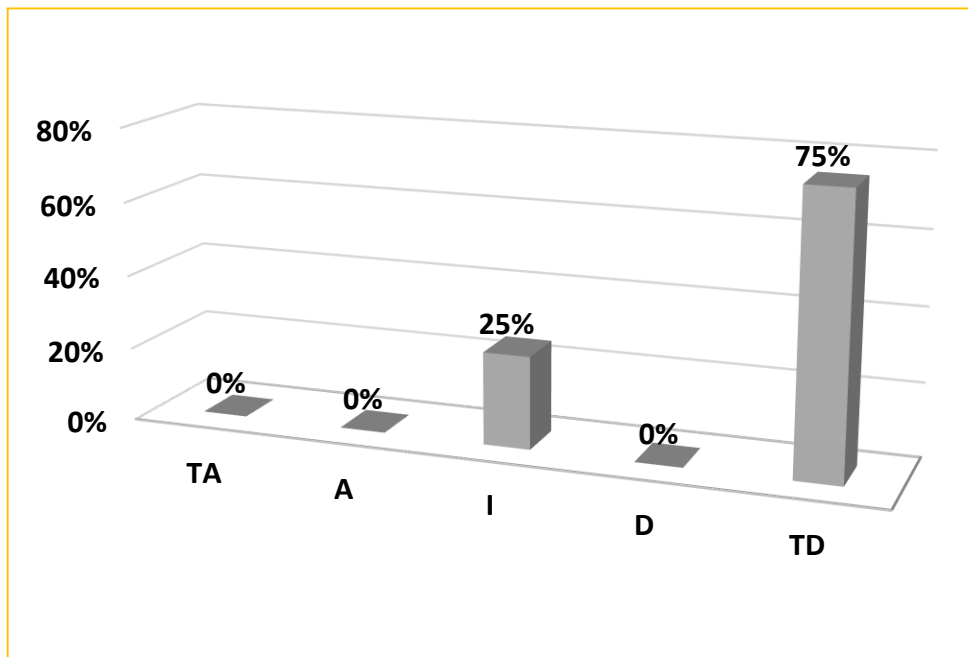


Figura 5. Comprobación de saldos con tarjetas kardex

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que en el área de Textil hombre de la tienda Oechsle se verifican constantemente los inventarios para comprobar que los saldos coincidan con las tarjetas kardex, y el 25% es indiferente.

Tabla 11

Proveedores alternativos

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La tienda Oechsle cuenta con proveedores alternativos que suministran de urgencia la mercadería al área de Textil hombre.	0	0	0	3	1	4
	0%	0%	0%	75%	25%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento de aplicado

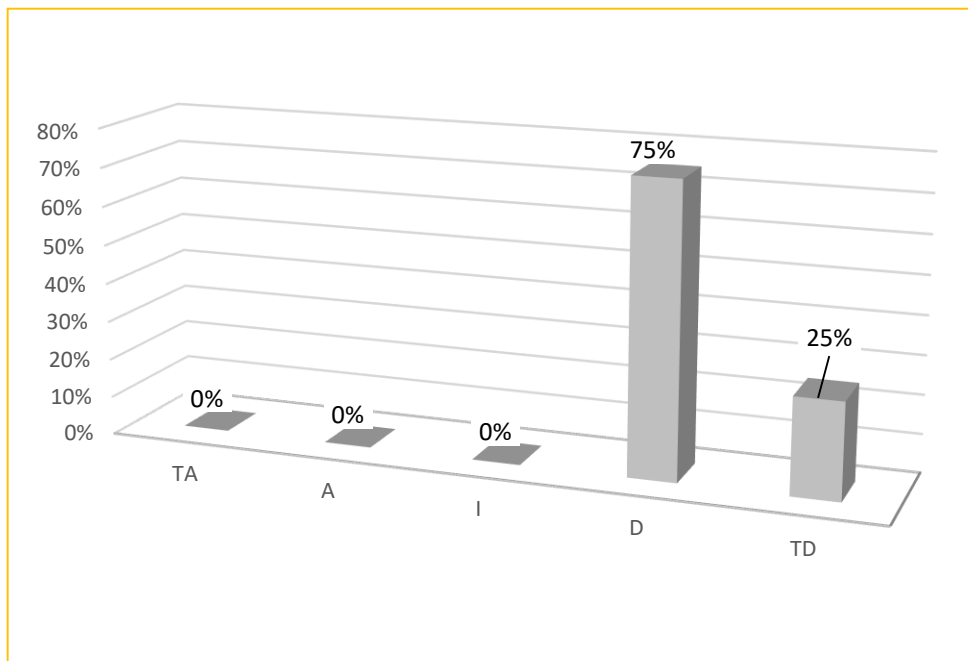


Figura 6. Proveedores alternativos

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está en desacuerdo que la tienda Oechsle cuenta con proveedores alternativos que suministran de urgencia la mercadería al área de Textil hombre y el 25% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 12

Ambiente apropiado para recepción de mercadería

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La tienda Oechsle cuenta con un ambiente con el espacio apropiado para recepcionar la mercadería del área de Textil hombre.	0	0	0	1	3	4
	0%	0%	0%	25%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

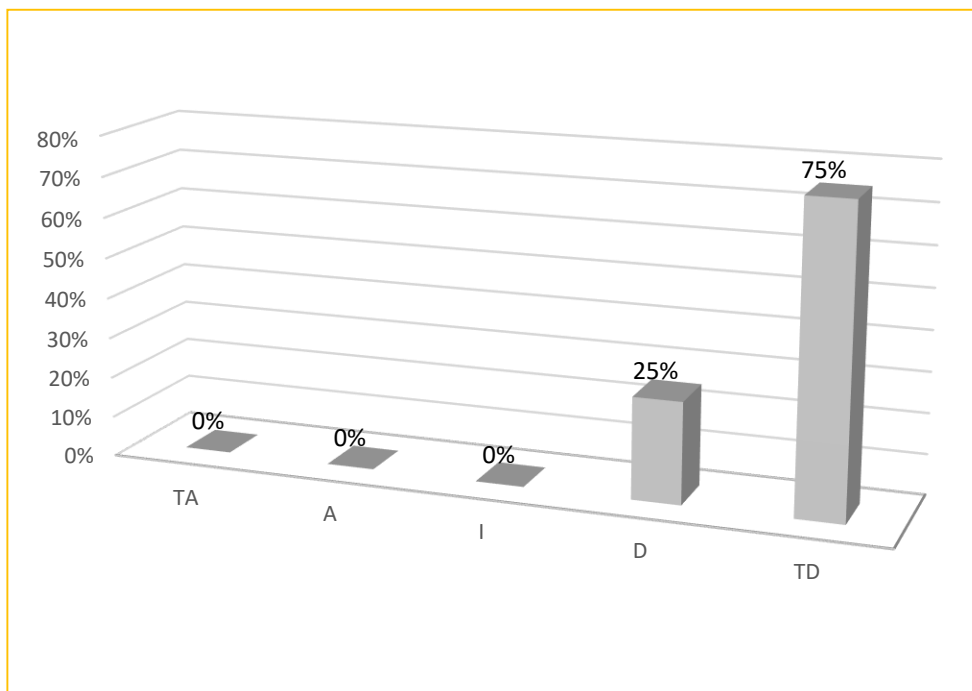


Figura 7. Ambiente apropiado para recepción de mercadería

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que la tienda Oechsle cuenta con un ambiente con el espacio apropiado para recepcionar la mercadería del área de Textil hombre, y el 25% está en desacuerdo.

Tabla 13

Sistemas para el ingreso de mercaderías

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten ingresar la mercadería recepcionada.	0	0	0	0	4	4
	0%	0%	0%	0%	100%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

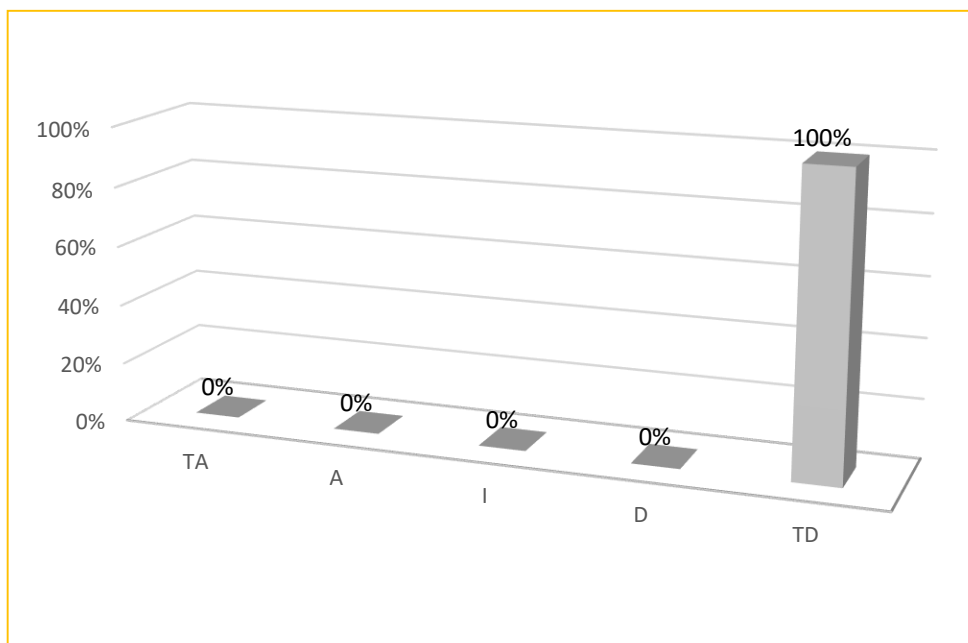


Figura 8. Sistemas para el ingreso de mercaderías

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 100% está totalmente en desacuerdo que en el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten ingresar la mercadería recepcionada.

Tabla 14

Espacio disponible para trabajar organizadamente

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle si dispone de espacio suficiente para trabajar organizadamente.	0	0	0	0	4	4
	0%	0%	0%	0%	100%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

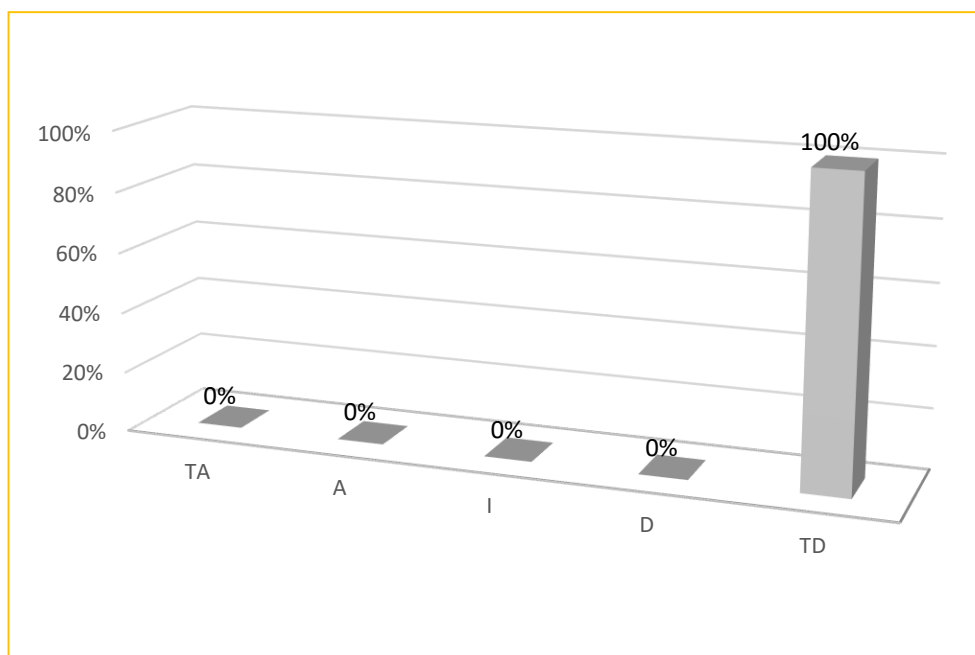


Figura 9. Espacio disponible para trabajar organizadamente

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 100% está totalmente en desacuerdo que en el área de Textil hombre de la tienda Oechsle se dispone de espacio suficiente que permita trabajar organizadamente.

Tabla 15

Sustento de salida de mercaderías con documentos

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle la salida de la mercadería está sustentada con los documentos pertinentes.	0	0	0	2	2	4
	0%	0%	0%	50%	50%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

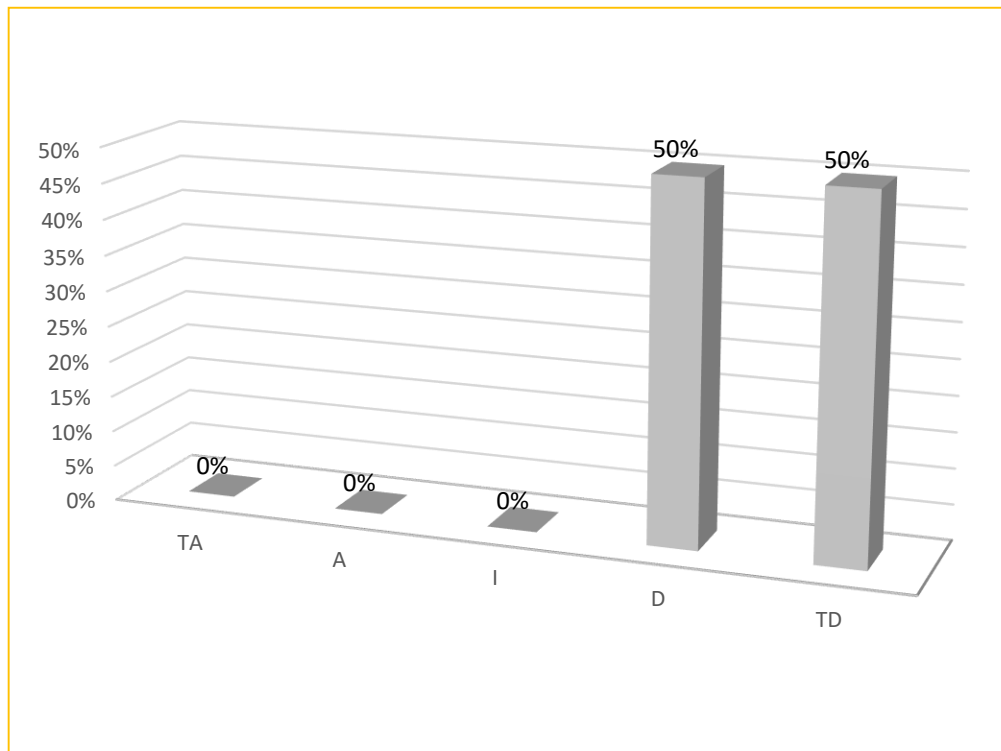


Figura 10. Sustento de salida de mercaderías con documentos

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 50% está totalmente en desacuerdo que en el área de Textil hombre de la tienda Oechsle la salida de la mercadería esta sustentada con los documentos pertinentes y el otro 50% está en desacuerdo.

Tabla 16

Control de salida de mercaderías del almacén

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten controlar la mercadería que sale del almacén.	0	0	1	3	0	4
	0%	0%	25%	75%	0%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

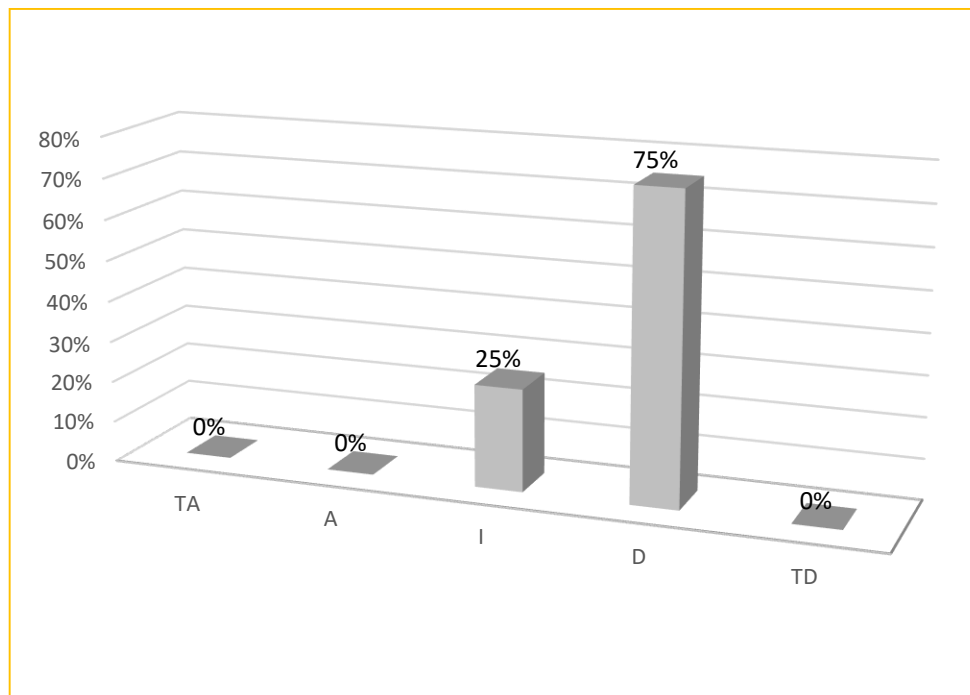


Figura 11. Control de salida de mercaderías del almacén

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está en desacuerdo que en el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten controlar la mercadería que sale del almacén y un 25% está indiferente.

Segundo objetivo específico. Analizar el nivel de ventas de textil hombre de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, se trabajó en base a los resultados obtenidos de la encuesta.

El análisis de las ventas de textil hombre de la tienda Oechsle se ha realizado aplicando el instrumento al personal de ventas de la tienda con la finalidad de determinar si dicho personal conoce todo el procedimiento relacionado a ello.

Tabla 17

Personal capacitado para ventas

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La tienda Oechsle cuenta con personal capacitado para realizar la venta.	0	0	0	1	3	4
	0%	0%	0%	25%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

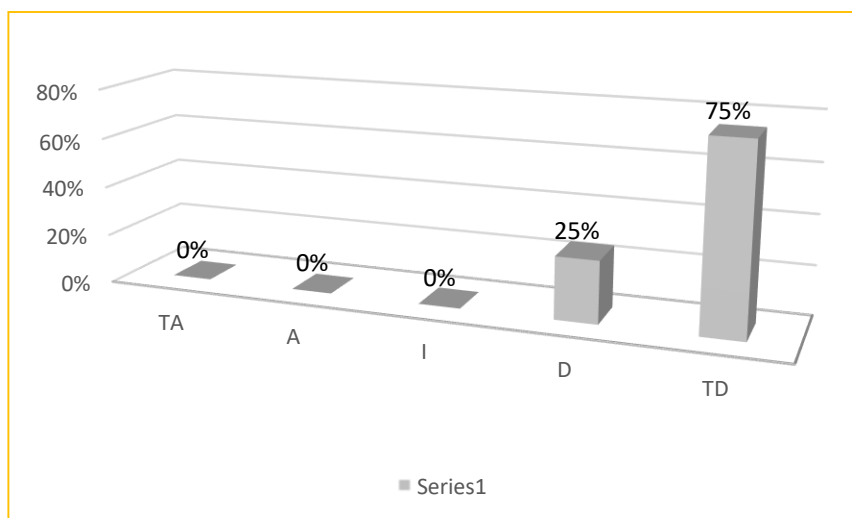


Figura 12: Personal capacitado para ventas

Análisis de resultados: Del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que la tienda Oechsle cuenta con personal capacitado para realizar la venta, y un 25% está en desacuerdo.

Tabla 18

Cumplimiento de objetivos propuesto

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La tienda Oechsle lleva a cabo una buena gestión de ventas que asegura el cumplimiento de objetivos propuesto.	0	0	1	0	3	4
	0%	0%	25%	0%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento de aplicado

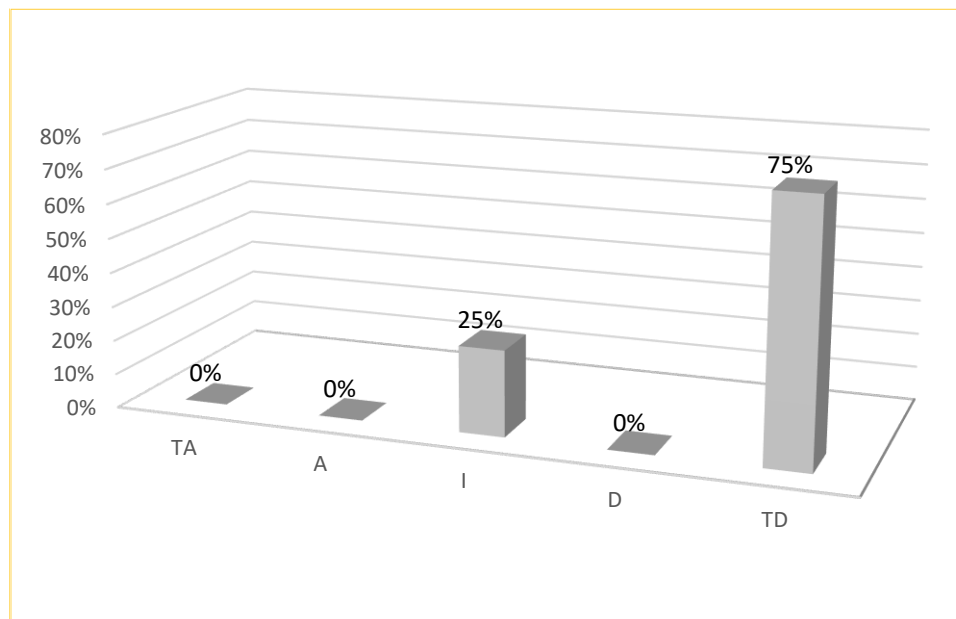


Figura 13. Cumplimiento de objetivos propuesto

Análisis de resultados: Del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que a tienda Oechsle lleva a cabo una buena gestión de ventas que asegura el cumplimiento de objetivos propuesto, y un 25% está indiferente.

Tabla 19

Contabilización de ventas para control

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En la tienda Oechsle se contabilizan todas las ventas para un mejor control.	0	0	1	1	2	4
	0%	0%	25%	25%	50%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

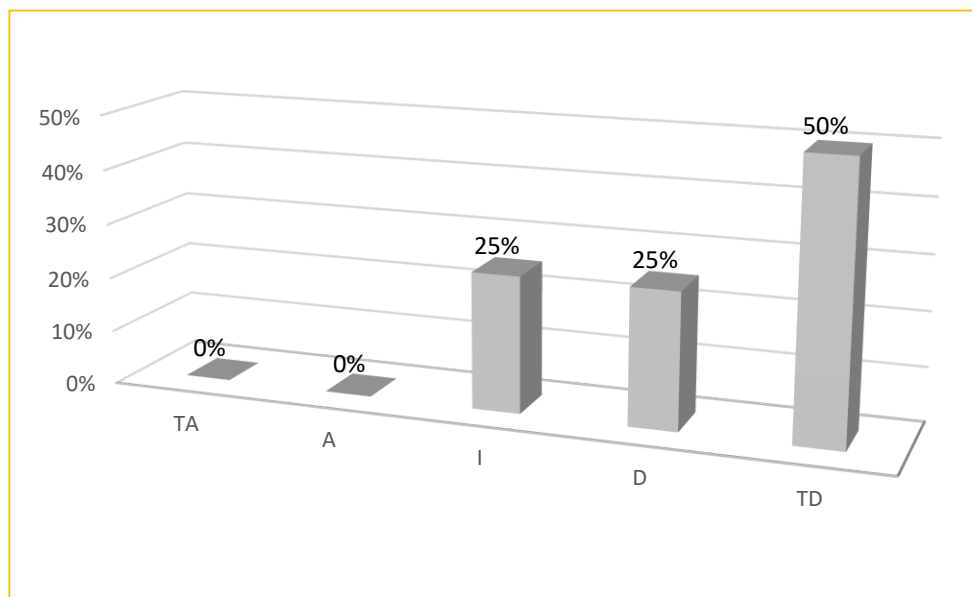


Figura 14. Contabilización de ventas para control

Análisis de resultados: Del total de los encuestados el 50% está totalmente en desacuerdo que en la tienda Oechsle se contabilizan todas las ventas para un mejor control, otro 25% está en desacuerdo y otro 25% está indiferente.

Tabla 20

Acceso a los reportes de ventas durante campañas

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En la tienda Oechsle se tiene acceso a los reportes de ventas que se generan durante la campaña de ventas.	0	0	0	2	2	4
	0%	0%	0%	50%	50%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

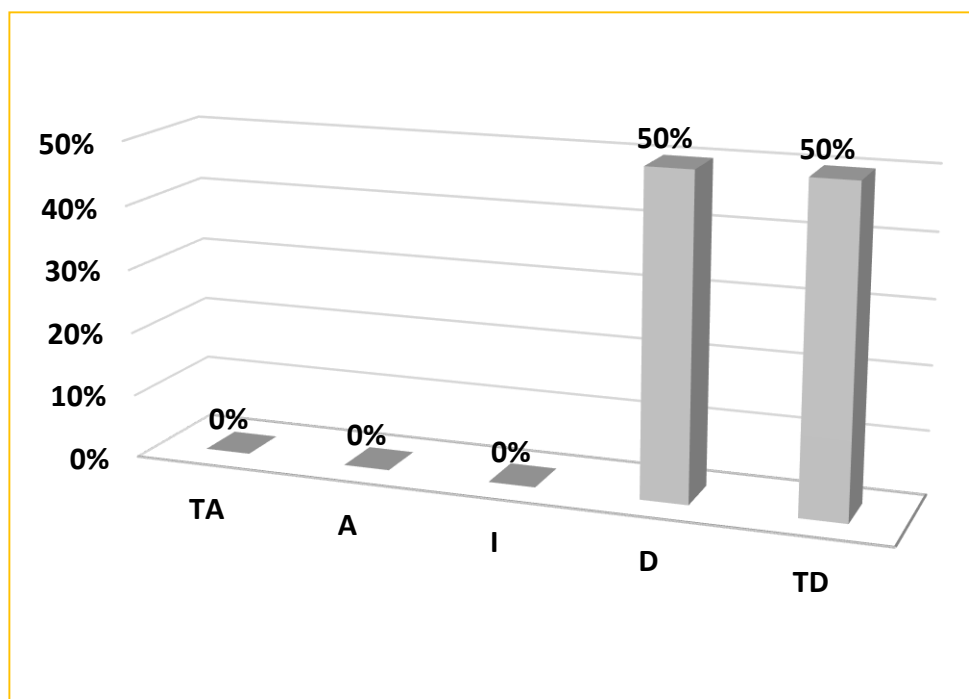


Figura 15. Acceso a los reportes de ventas durante campañas

Análisis de resultados: Del total de los encuestados el 50% está totalmente en desacuerdo que en la tienda Oechsle se tiene acceso a los reportes de ventas que se generan durante la campaña de ventas, y el otro 50% está en desacuerdo.

Tabla 21

Aplicación de ratios de rentabilidad

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En la tienda Oechsle se aplican ratios de rentabilidad para analizar las ventas.	0	0	0	1	3	4
	0%	0%	0%	25%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

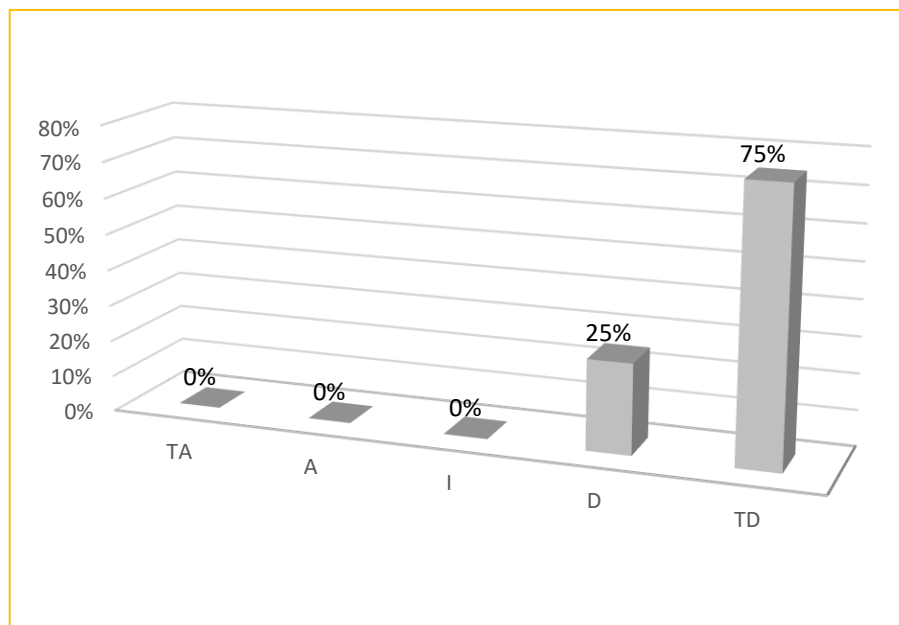


Figura 16. Aplicación de ratios de rentabilidad

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que en la tienda Oechsle se aplican ratios de rentabilidad para analizar las ventas, y un 25% está en desacuerdo.

Tabla 22

Identificación de productos sin stock

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La tienda Oechsle durante la campaña de ventas, puede identificar que productos ya no cuenta con stock en piso de ventas.	0	0	0	2	2	4
	0%	0%	0%	50%	50%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

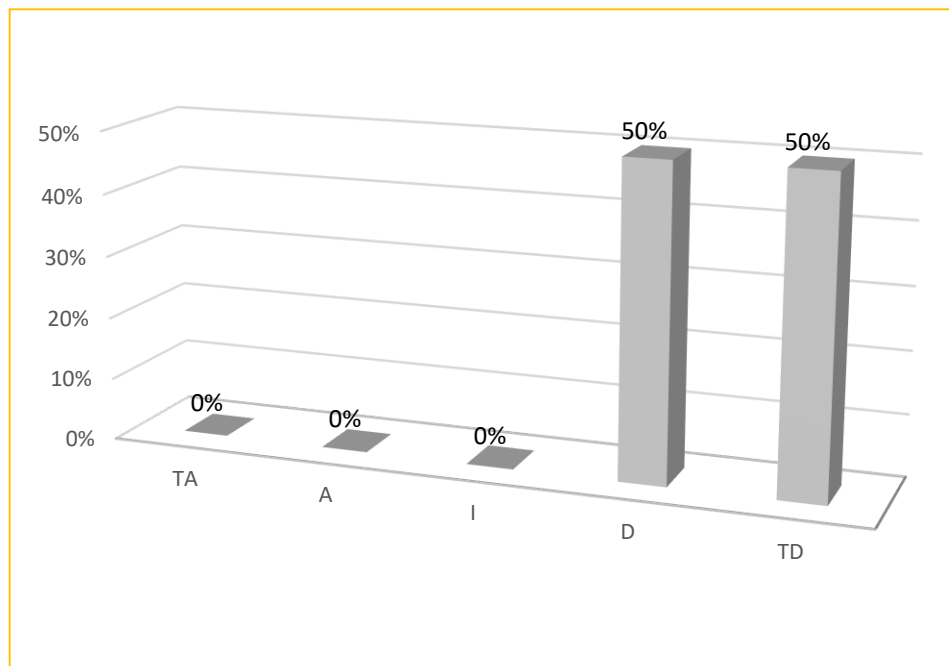


Figura 17. Identificación de productos sin stock

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 50% está totalmente en desacuerdo que la tienda Oechsle durante la campaña de ventas, puede identificar que productos ya no cuenta con stock en piso de ventas, y otro 50% está en desacuerdo.

Tabla 23

Stock para evitar pérdidas de ventas

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En la tienda Oechsle se cuenta con stock suficiente evitando así pérdidas de venta por desabastecimiento.	0	0	0	1	3	4
	0%	0%	0%	25%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

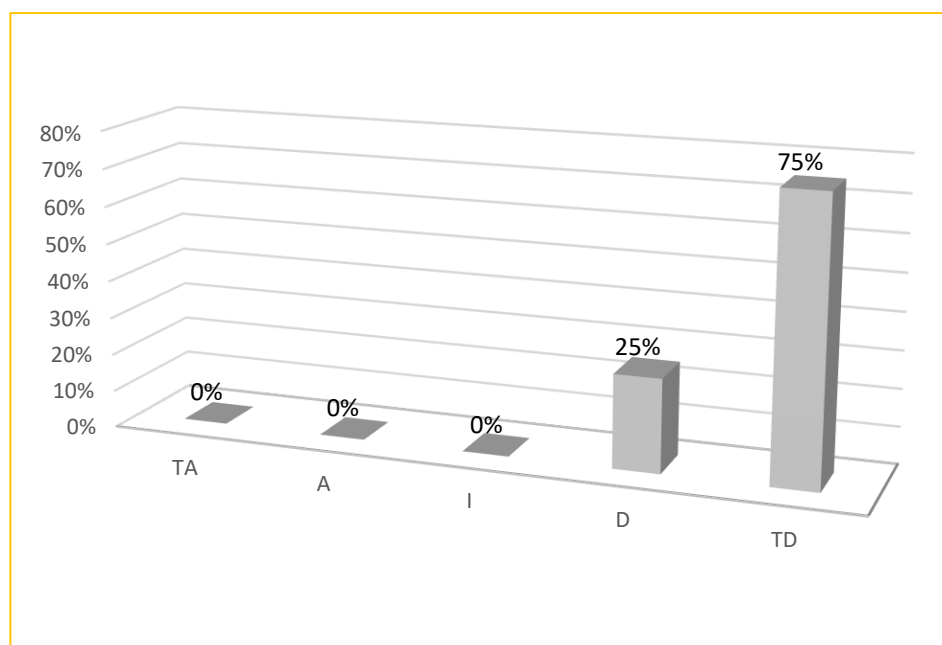


Figura 18. Stock para evitar pérdidas de ventas

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que en la tienda Oechsle se cuenta con stock suficiente evitando así pérdidas de venta por desabastecimiento y un 25% está en desacuerdo.

Tabla 24

Acceso a mercadería

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En la tienda Oechsle se tiene acceso a toda la mercadería comprometida en la campaña de ventas.	0	0	1	0	3	4
	0%	0%	25%	0%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

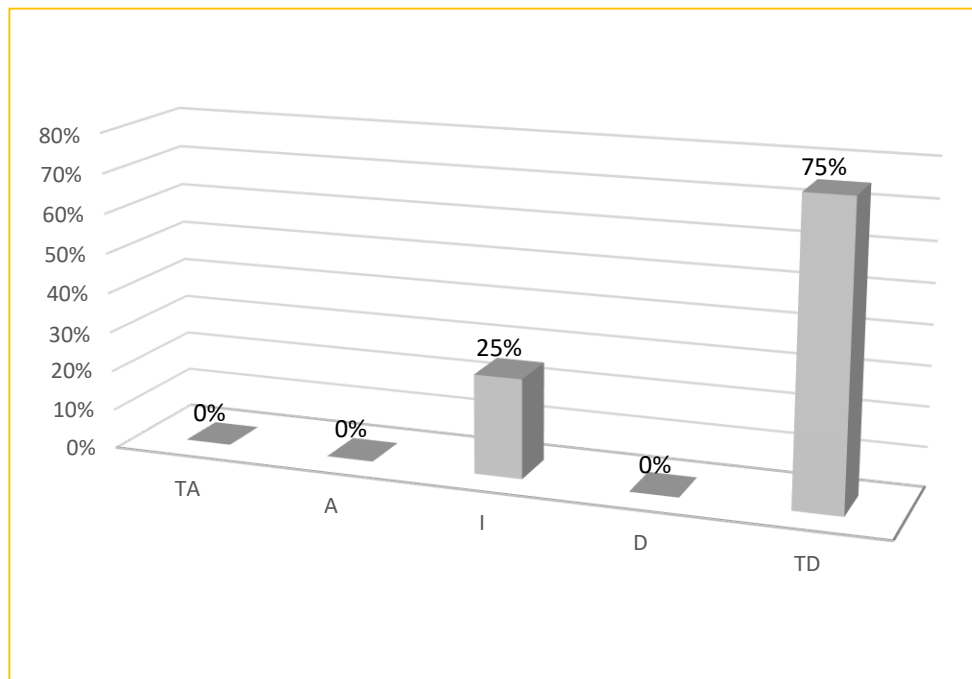


Figura 19. Acceso a mercadería

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que en la tienda Oechsle se tiene acceso a toda la mercadería comprometida en la campaña de ventas, y el 25% está indiferente.

Tabla 25

Accesibilidad a tallas y modelos

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En la tienda Oechsle durante la campaña de ventas, se cuenta con todas las tallas y modelos de la mercadería involucrada en la venta.	0	0	0	0	4	4
	0%	0%	0%	0%	100%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

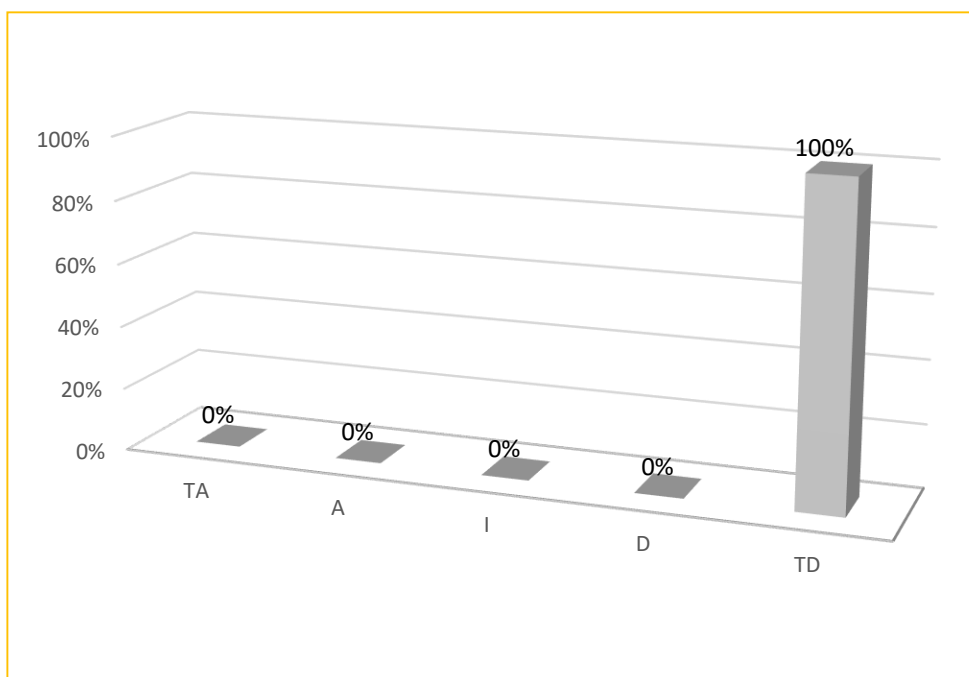


Figura 20. Accesibilidad a tallas y modelos

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 100% está totalmente en desacuerdo que en la tienda Oechsle durante la campaña de ventas, se cuenta con todas las tallas y modelos de la mercadería involucrada en la venta.

Tabla 26

Margen de producto en función a rotación de mercadería

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
En la tienda Oechsle el margen de un producto está determinado por su mayor rotación de ventas.	0	1	0	0	3	4
	0%	25%	0%	0%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

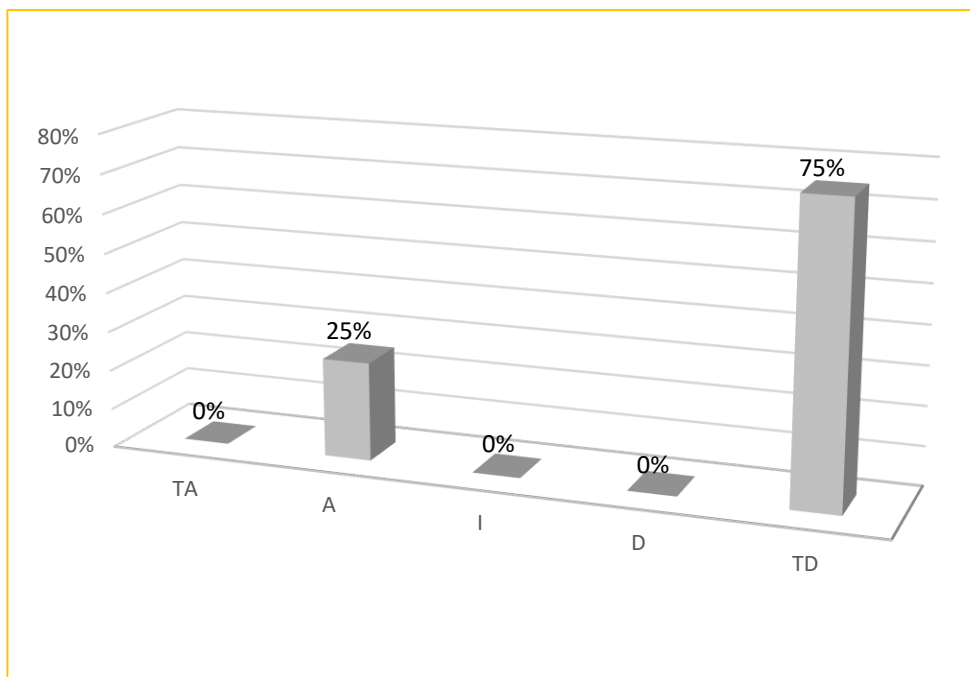


Figura 21. Margen de producto en función a rotación de mercadería

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que en la tienda Oechsle el margen de un producto está determinado por su mayor rotación de ventas y un 25% está de acuerdo.

Análisis documental

La técnica del análisis documental sirvió para revisar los reportes de las ventas por los diferentes productos que se comercializa en área textil hombre de la tienda Oechsle, con la finalidad de determinar las variaciones que las ventas del área textil hombre de la tienda Oechsle ha venido presentando en comparación con el período anterior.

Tabla 27

Ventas enero - junio 2018-2017

Producto	Julio - Diciembre 2018	Julio - diciembre 2017	VARIACIÓN	
	Venta Neta	Venta Neta	Venta Neta	%
CAMISERIA MARCAS	26,030	21,953	4,078	-0.02
CAMISERIA O	16,760	17,088	-329	-0.11
JUVENIL HOMBRE MARCAS	793,989	764,371	29,618	-3.7
JUVENIL HOMBRE SELECTIVO O	311,827	170,671	141,155	2.76
JUVENIL HOMBRE SURF O	472,154	324,666	147,488	2.03
JUVENIL HOMBRE URBANO O	587,430	400,025	187,405	2.65
ROPA INTERIOR MARCAS	27,791	20,251	7,540	0.08
ROPA INTERIOR O	110,955	69,203	41,751	0.71
SASTRERIA MARCAS	23,842	18,013	5,829	0.05
SASTRERIA O	24,524	22,037	2,487	-0.06
SPORT HOMBRE CONSIGNACION	210,549	221,977	-11,429	-1.61
SPORT HOMBRE MARCAS	148,726	112,071	36,655	0.32
SPORT HOMBRE O	995,021	910,293	84,728	-3.09
Total general	3,749,598	3,072,620	676,978	

Fuente. Reporte de ventas semestrales 2017-2018 obtenido de Tiendas Oechsle Chiclayo

Análisis de resultados, del análisis de las ventas por el período enero a junio 2018 comparado con las ventas del año 2017 por el mismo período, observamos que estas han incrementado en S/ 676,978, siendo los productos con mayor rotación, la ropa juvenil hombre marcas, juvenil hombre surf, juvenil hombre urbano y sport hombre las mismas que representan de las ventas totales del 2018 21.18%, 12.59%, 15.67% y 26.54% respectivamente, siendo la ropa de sport hombre la que tiene mayor rotación. Sin embargo, esta ha decrecido en 3.09% en comparación a las ventas del año 2017

Tabla 28*Ventas Julio - diciembre 2018-2017*

Producto	Julio - Diciembre 2018		Julio - Diciembre 2017		VARIACIÓN	
	Venta Neta	%	Venta Neta	%	Venta Neta	%
CAMISERIA MARCAS	33,136	0.73	17,513	0.38	15,623	0.35
CAMISERIA O	11,209	0.25	17,524	0.38	-6,315	-0.14
JUVENIL HOMBRE MARCAS	1,081,139	23.79	1,119,630	24.52	-38,492	-0.72
JUVENIL HOMBRE SELECTIVO O	340,331	7.49	272,101	5.96	68,231	1.53
JUVENIL HOMBRE SURF O	473,980	10.43	522,362	11.44	-48,383	-1.01
JUVENIL HOMBRE URBANO O	641,606	14.12	730,490	16	-88,884	-1.88
ROPA INTERIOR MARCAS	28,159	0.62	29,131	0.64	-972	-0.02
ROPA INTERIOR O	109,941	2.42	102,391	2.24	7,550	0.18
SASTRERIA MARCAS	33,544	0.74	28,551	0.63	4,993	0.11
SASTRERIA O	44,267	0.97	24,460	0.54	19,807	0.44
SPORT HOMBRE CONSIGNACION	459,279	10.11	225,040	4.93	234,239	5.18
SPORT HOMBRE MARCAS	181,778	4	169,029	3.7	12,749	0.3
SPORT HOMBRE O	1,105,515	24.33	1,308,376	28.65	-202,861	-4.32
Total general	4,543,883	100	4,566,598	100	-22,715	0

Fuente. Reportes de ventas semestrales 2017-2018 proporcionado por Tienda Oechsle Chiclayo

Análisis de resultados, del análisis de las ventas por el período julio a diciembre 2018 comparado con las ventas del año 2017 por el mismo período, observamos que estas han decrecido en S/ 22,715, siendo los productos con mayor rotación, la ropa juvenil hombre, juvenil hombre urbano y sport hombre las mismas que representan de las ventas totales del 2018 23.79%, 14.12% y 24.33% respectivamente, siendo la ropa de sport hombre la que tiene mayor rotación. Sin embargo, estas han decrecido en 0.752%, 1.88% y 4.32% en comparación a las ventas del año 2017.

El Tercer objetivo. Identificar las causas de la gestión de inventarios de textil hombre que inciden con el nivel de venta.

La identificación de las causas de la gestión que inciden en el nivel de las ventas del área de textil hombre fueron determinadas aplicando un cuestionario tanto al personal de almacén y plataforma como al personal de ventas, encontrando así las causas de esta incidencia.

Tabla 29

Verificación de mercadería en piso

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La tienda Oechsle durante la campaña de ventas, puede identificar que productos ya no cuenta con stock en piso de ventas.	0	0	0	2	2	4
	0%	0%	0%	50%	50%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

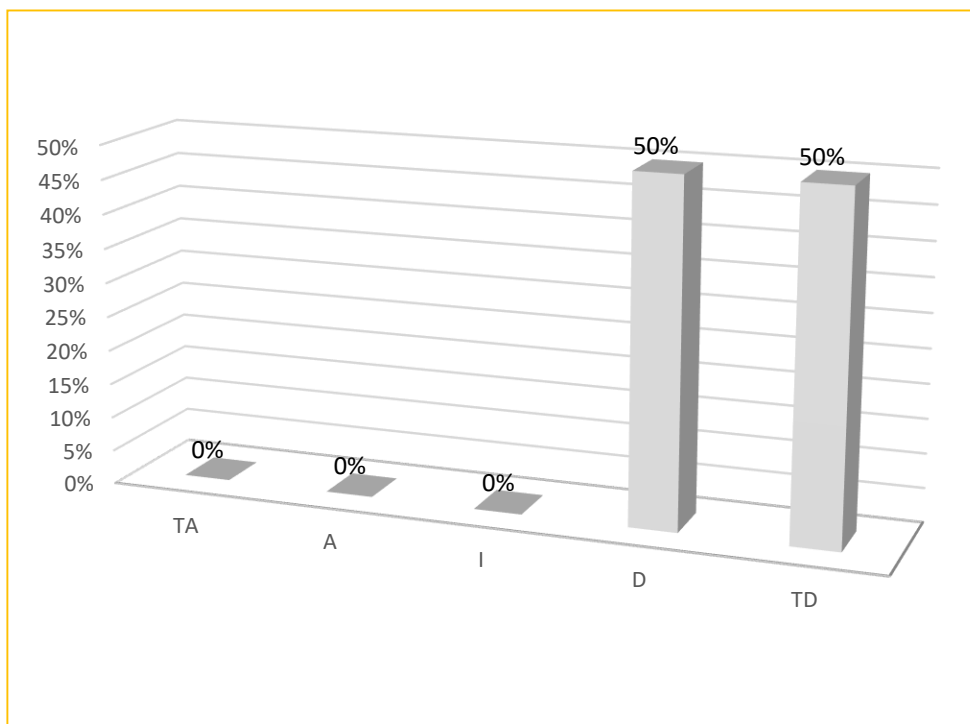


Figura 22. verificación de mercadería en piso

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 50% está en desacuerdo que en la tienda Oechsle durante la campaña de ventas los responsables puedan identificar que productos ya no cuenta con stock en piso de ventas, el otro 50% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 30

Determinación de productos con más ventas

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle determina que 'producto tiene más rotación en el área de Textil hombre.	0	0	0	1	3	4
	0%	0%	0%	25%	75%	100%

Fuente. Cuestionario de instrumento aplicado

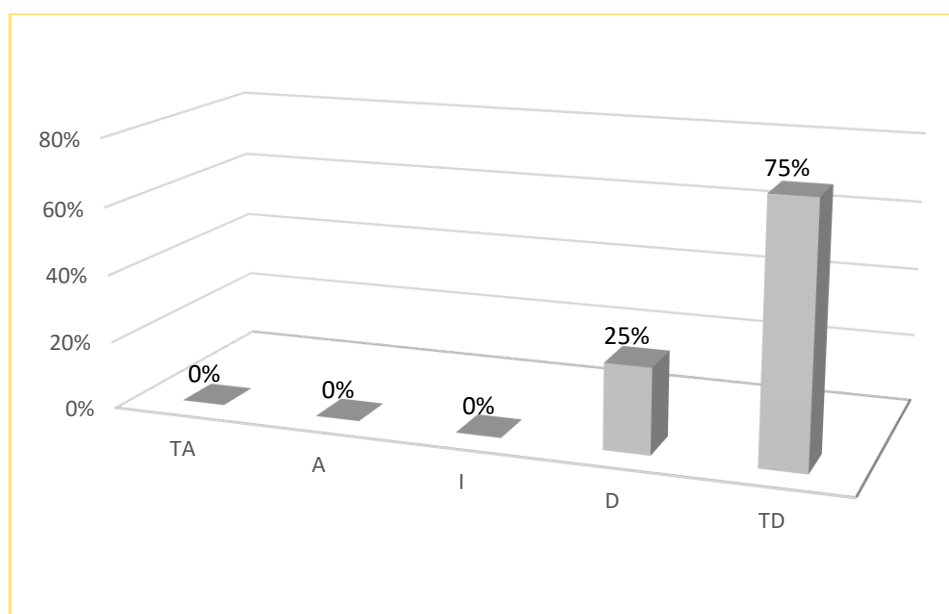


Figura 23. Determinación de productos con más ventas

Análisis de resultados, del total de los encuestados el 75% está totalmente en desacuerdo que en la tienda Oechsle el responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle determina que producto tiene más rotación en el área de Textil hombre, y el 25% está en desacuerdo.

V. DISCUSIÓN

El trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar la incidencia de la gestión de inventarios de textil hombres en los niveles venta de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, para determinar la incidencia se realizó a través de la correlación de Pearson, la misma que arrojó un resultado de 0.800326731 y un coeficiente de determinación de 0.6302 lo que indica la gestión de inventarios de textil hombres en los niveles de venta de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo tiene una fuerte incidencia sobre las ventas.

En el primer objetivo específico. Evaluar la gestión de inventarios de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, se determinó que el total de los encuestados están totalmente en desacuerdo que el responsable de la gestión de inventarios de la tienda Oechsle tiene conocimiento del stock con que se cuenta el área de Textil hombre, así mismo, en el área de textil hombre de la tienda Oechsle no cuentan con sistemas que permiten controlar la mercadería que sale del almacén. Estos resultados se encuentran respaldados por la teoría de Aznar (2016), quien define a los inventarios como el conjunto de elementos tangibles o intangibles que posee un negocio, permitiendo la compra, venta o la fabricación primero antes de comercializar, en un periodo económico determinados. Así mismo Crespo y Valenzuela, (2017) Concluye que no hay un sistema de gestión de inventarios que permita el adecuado aprovisionamiento de materiales y la ausencia de técnicas para la clasificación de inventarios, así como la falta de codificación de los materiales

El segundo objetivo específico. Analizar el nivel de ventas de textil hombre de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, se determinó que el total de los encuestados está totalmente en desacuerdo que la tienda Oechsle cuenta con personal capacitado para realizar la venta, en tanto a una minoría le es indiferente, de igual forma en la tienda Oechsle no se tiene acceso a los reportes de ventas que se generan durante la campaña de ventas. Estos resultados están sustentados por la teoría de Jobber & Lancaster, (2012), quien afirma que venta es la acción y efecto de vender, es decir; traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido. El término se usa tanto para nombrar a la operación en sí

misma como a la cantidad de cosas que se venden. Así mismo, Nuñez (2015). En su investigación “Diseño de un modelo como herramienta para el proceso de gestión de ventas y marketing para la empresa Dumastextil.”. Concluyendo que la fuerza de ventas juega un papel importante en el traspaso de información entre los departamentos de la empresa, porque ésta tiene el mayor contacto e interacción con los clientes.

El tercer objetivo específico. Identificar las causas de la gestión de Inventario de textil hombre que inciden con el nivel de ventas de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, por lo que las encuestas aplicadas mostraron que el responsable de la gestión de inventarios de la tienda Oechsle no puede determinar el producto con más rotación en el área de textil hombre, por ello la mala gestión en sus inventarios ha conllevado que en la tienda Oechsle durante la campaña de ventas, no se puede identificar que productos cuentan con stock o no en piso de ventas, lo que está impidiendo que haya una inmediata reposición de mercaderías. Estos resultados están sustentados por la teoría Díaz (2017) quien indica que en el control de inventarios los errores más comunes que se suelen dar al gestionar el stock de una tienda de venta de vestuarios son, no prever picos de venta, supone tener dinero guardado para poder afrontar la compra de más mercadería y tener un espacio reservado en el almacén para ella, quedarse sin producto, ya sea porque se haya tenido un pedido extra que no esperabas o porque las previsiones fueron muy a la baja y tener un proveedor que pueda suministrar de urgencia más artículos.

Así mismo Pérez (2019) en su investigación diseño de control interno operativo para mejor la gestión de inventario de la empresa Agrozul Chiclayo 2019. Concluyendo que la falta de formatos, informes de entrada y salida de mercadería, procedimientos de recepción, almacenamiento y despacho de mercadería, así como la ejecución inventarios mensuales, entorpece las múltiples operaciones del área almacén.

VI. CONCLUSIONES

1. Después de aplicar los instrumentos, se determinó que la gestión de inventarios de textil hombres, en los niveles de venta de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo tiene una fuerte incidencia sobre las ventas, toda vez que la correlación de Pearson arrojó un resultado de 0.800326731 y un Coeficiente de determinación de 0.6302.
2. La evaluación de la gestión de inventarios determinó que el responsable de la gestión de inventarios de la tienda Oechsle no tiene conocimiento del stock con que se cuenta el área de textil hombre; así mismo, en dicha área no cuentan con sistemas que permiten controlar la mercadería que sale del almacén, confirmando así la deficiente gestión que se lleva sobre los inventarios.
3. El análisis del nivel de ventas de textil hombre de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, permitió determinar que la tienda Oechsle no cuenta con personal capacitado para realizar la venta, no tienen acceso a los reportes de ventas que se generan durante la campaña de ventas, tampoco cuentan con stock suficiente que evite pérdidas de venta por desabastecimiento, no tienen identificado que productos se haya agotado, llevando todo esto a grandes pérdidas de ventas. Así mismo; el análisis de los reportes de ventas por los períodos enero a junio 2018 frente al mismo período del 2017 mostró una tendencia a crecimiento, sin embargo, en el segundo periodo del año 2018 Julio-diciembre estas han decrecido en S/ 22,715, siendo que la ropa juvenil hombre, juvenil hombre urbano y sport hombre decrecieron en 0.752%, 1.88% y 4.32% respectivamente en comparación a las ventas del año 2017.
4. La identificación de las causas que inciden en la gestión de Inventario de Textil hombre en el nivel de Ventas de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, permitió determinar que el responsable de la gestión de inventarios de la tienda Oechsle no supo identificar que producto tiene más rotación en el área de textil hombre, por ello la mala gestión en sus inventarios ha conllevado que en la tienda Oechsle durante la campaña de ventas, no identificó que productos cuentan con stock o en piso de ventas, lo que impidió que haya una inmediata reposición de mercaderías.

VII. RECOMENDACIONES

1. El Administrador del área de textil hombres de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, debe ejercer un control sobre la gestión de inventarios de tal forma que pueda conocer el stock con el que cuenta, para mejorar los niveles de ventas y que estos muestren valores crecientes en los estados financieros
2. El Administrador del área de textil hombres de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo debe realizar evaluaciones esporádicas a la gestión, que sobre los inventarios vienen realizando los responsables del área de textil hombres, de tal forma que exista una coordinada y eficiente administración de las existencias que obran en el área, para ello es necesario que los responsables tengan conocimiento del stock con que cuenta el área de textil hombre, así como también implementar sistemas que permiten controlar la mercadería que sale del almacén.
3. El Administrador del área de textil hombres de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo, debe realizar un análisis periódico del nivel de ventas de mercaderías de textil hombre, para ello es necesario realizar evaluaciones periódicas para ver las fluctuaciones que las ventas por este rubro generan. Así mismo; debe contar con personal capacitado para realizar la venta, tener acceso a los reportes de ventas que se generan durante la campaña de ventas, contar con stock suficiente que ayude a prevenir pérdidas de venta por desabastecimiento. Así mismo, debe realizar un análisis periódico de los reportes de ventas, para evaluar las variaciones y tomar medidas oportunas.
4. El Administrador del área de textil hombres de la tienda Oechsle S.A, Chiclayo debe evaluar constantemente la labor desempeñada por los responsables del área de textil hombre de tal forma que permita identificar las causas que inciden en los niveles de ventas para llevar a cabo acciones inmediatas que revierta tal situación. Para ello es necesaria la administración adecuada del registro, compra y salida de inventario dentro de la empresa, que garantice un número mínimo de stock para hacer frente a aumentos de demanda.

REFERENCIAS

- Abbagnano, N. (2014) Metodología de la investigación Método deductivo. <https://es.slideshare.net/NAndreVc/metodo-cientifico-50832153>.
- Aguinaga T. (2016). Propuesta de un Sistema de Control Interno para Mejorar la Gestión de Stock del Almacén de Medicamentos / DIRESA - Amazonas - 2016.
- Aguirre P. (2018) PeruNegocios. <https://www.peru-retail.com/peru-canal-tradicional-vs-canal-moderno/>
- Arrieta G. (2015) Propuesta de mejora del proceso de gestión de inventario y gestión del almacén para la empresa FB Soluciones y Servicios S.A.S. <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/733/1/415%20TTG%20%20PROPUESTA%20DE%20MEJORA%20DEL%20PROCESO%20DE%20GESTI%C>
- Aznar V. (2016). Administración de Almacenes y Control de Inventarios (1ra. Ed), Editorial Comisión Nacional de Libro.
- Cabrera, Manuel (2018). Concepción : La cuantiosa deuda que miles de penquistas podrian estar acumulando. *Revista Biobiochile*. <https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/region-del-bio-bio/2018/09/05/concepcion-la-cuantiosa-deuda-que-miles-de-penquistas-podrian-estar-acumulando-sin-saber.shtml>
- Perez, Anna. (2017). Técnicas de Gestión de Inventarios que debes conocer. *Revista OBS Busines School*. <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/operaciones/tecnicas-de-gestion-de-inventarios-que-debes-conocer>
- Cartujano E. (2015). Que son las Contribuciones. *Revista La Union*. <https://www.launion.com.mx/opinion/actualidad-fiscal/noticias/68875-%C2%BFqu%C3%A9-son-las-contribuciones.html>

- Chávez S. y Mantilla, L. (2015). *La Cultura Tributaria y su incidencia en la Recaudación de Impuestos Municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Canton Pastaza*. (Tesis de Maestría en Tributación y Derecho Empresarial. *Universidad Técnica de Ambato*). <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20337/1/T3393M.pdf>
- Meana, P. (2017). *Gestión de Inventario*. Ediciones Paraninfo, SA. https://books.google.com.pe/books?id=MI5IDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+inventarios+en+espa%C3%B1a&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewj5r4aZ__3kAhURLKwKHfIABGQQ6AEIMzAC#v=onepage&q&f=false
- Corral, Y. (2015). Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación para la Recolección de Datos. *Revista Ciencias de la Educación*. <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Luque, G. (2018). Vecinos deben S/ 4 millones a la Municipalidad por impuestos. *El Correo*. <https://diariocorreo.pe/edicion/tacna/vecinos-deben-s-4-millones-la-municipalidad-por-impuestos-837104/>
- Afianza Perú. (2018). *Créditos y cobranzas*. Revista Afianza Peru. <https://creditoscobranzasdinero.blogspot.com/2010/02/procedimientosdecobranza.html>
- Defensoría del Pueblo. (2017). Fiscalización Municipal. *Blog de Defensoría del Pueblo*. <http://www.defensoria.gob.pe/blog/fiscalizacion-municipal/>
- Jacome, E. (2017). El Cabildo quiteño tiene 108,9 millones de cartera por recuperar. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/cabildo-quito-cartera-recuperar-deudas.html>
- Erdozain Lopez, J. C. (2015). Concepto de originalidad. *Revista Bercal*, 55-94.
- Esan. (2016). *Gestión de Inventarios y Almacenes*. Revista ESAN Busines <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/gestion-de-inventarios-y-almacenes/>

- Franco Ch. y Sánchez S. (2016). Influencia de Estrategias para la Mejorar de Recaudación del Impuesto Predial, en la Municipalidad Distrital de Motupe, Provincia de Lambayeque- Perú 2011 - 2014. (Tesis de grado. *Universidad Santo Toribio Mogrovejo*).
http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/907/TL_FrancoChungaCristina_SanchezSantistebanElvia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gastelumendi, R. (2018). No pago, pero exijo. *La República*.
<https://larepublica.pe/politica/1321873-pago-exijo>
- Hernández D. (2015). Estrategias para incrementar la recaudación de impuestos Municipales sobre actividades económicas en la Alcaldía del Municipio d San Diego. (Tesis de grado. *Universidad de Carabobo - Venezuela*).
<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3352/dhernandez.pdf?sequence=5>
- Hernández S, Fernández C, y Baptista L. (2010). Metodología de la Investigación. MC Graw Hill. Quinta Edición.
- Ibañez Z., y Llantoy C., (2017). Recaudación tributaria Municipal y la Ejecución Presupuestal de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, periodo 2014. (Tesis de grado. *Universidad Nacional de Huancavelica*).
<http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/1241>
- Instituto Europeo de Asesoría Fiscal. (s.f.). La Recaudación Tributaria, aspectos generales. *Revista INEAF Business School*.
<https://www.ineaf.es/divulgativo/sistema-tributario/procedimientos-tributarios-regimen-sancionador/la-recaudacion-tributaria-aspectos-generales>
- Sanchez, A. (2017). Estadísticas Municipales 2016. *Instituto Nacional de Estadística Informática*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1417/libro.pdf

- Jarmaillo B., y Aucanshala L. (2013). Optimización de la Gestión de Recaudación de Impuestos seccionales, aplicado en el ilustre Municipio de Riobamba. (Tesis de Maestría. *Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil - Ecuador*). <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/89093/D-P11782.pdf>
- Barrios, L. (2019). Lambayeque: El 80% de los moradores de Jose I. Ortiz no pagan Impuestos. *La Republica*. <https://larepublica.pe/sociedad/1168351-el-80-de-los-moradores-de-jose-i-ortiz-no-paga-impuestos>
- León A. & Roa O. (2013). Derechos y Obligaciones de los contribuyentes ante la Administración Tributaria. <https://www.monografias.com/trabajos25/derechos-contribuyentes/derechos-contribuyentes.shtml#contrib>
- Lopera, J., Ramirez, C., & Ortiz, J. (2015). *PEPSIC*. El Método Analítico. Centro de Investigaciones Sociales y Humanas. Universidad de Antioquia, Colombia. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpsua/v2n2/v2n2a8.pdf>
- Lopez R., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Universidad Autónoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf
- Meana, P. (2017). *Gestión de Inventario UF0476*. https://books.google.com.pe/books?id=MI5IDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+inventarios+en+españa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj5r4aZ__3kAhURLKwKHfIABGQQ6AEIMzAC#v=onepage&q&f=false
- Osorio J. (2014). Principios Éticos de la Investigación en Seres humanos y en Animales. Universidad del Valle, Cali, Colombia. http://medicinabuenosaires.com/revistas/vol60-00/2/v60_n2_255_258.pdf
- Portas, N. (2014). Gestión de Pagos y Cobranzas. Revista Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/gestion-de-pagos-y-cobranzas/>
- Quiroz A. (2014). Procesos de Investigación Jurídica.

<https://web.archive.org/web/20121001112822/http://alfredoquiroz.wordpress.com/2011/09/27/aviso-importante-8/>

Revista Logística. (s.f.). Gestión de Inventario y la automatización.
<https://revistadelogistica.com/actualidad/gestion-de-inventarios-ya-llego-la-automatizacion/>

Redacción Revista Logística. (2016). Gestión de Inventario y la Automatización:
<https://revistadelogistica.com/actualidad/gestion-de-inventarios-ya-llego-la-automatizacion/>

Municipalidad de Pimentel (2015). Reglamento de Organización y Funciones.
https://www.munipimentel.gob.pe/documentos_gestion/gestion/rof/ROF2015.pdf

Ronda P. (2015). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>

Superintendencia Nacional de Aduana y Administración Tributaria. (2014). *SUNAT*.
http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario_entende.html

Texto Único Ordenado de la Ley de Tributación Municipal. (11 de Noviembre de 2004). Decreto Supremo N° 156-2004-EF.
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9FB09CDC75082094052581560074771E/\\$FILE/2.Ley_de_Tributaci%C3%B3n_Municipal.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9FB09CDC75082094052581560074771E/$FILE/2.Ley_de_Tributaci%C3%B3n_Municipal.pdf)

Valdemorrillo. (2016). Valdemorrillo en vivo.
<https://www.valdemorrilloenvivo.com/gestion-integral-tributos/>

ANEXOS

ANEXOS A: INSTRUMENTOS

Cuestionario N° 1

Estimado Sr.(a) mi nombre es José Enrique Swayne Vásquez, alumno de la universidad César Vallejo, me encuentro realizando mi trabajo de Investigación **“Gestión de inventario de textil hombre y su incidencia con el nivel de ventas de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo 2018”** por ello, es necesario aplicar el presente cuestionario el cual ha sido elaborado con la finalidad de medir la variable Gestión de Inventarios, para lo cual usted debe leer cuidadosamente cada ítem y marcar con un aspa una casilla, teniendo en cuenta la siguiente escala:

TA (totalmente de acuerdo) A (De acuerdo)
I (indiferente) D (En desacuerdo)
TD (Totalmente en desacuerdo)

Gestión de Inventarios		TA	A	I	D	TD
1	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle realiza inventarios para confrontar la existencia física disponible en los almacenes del área de Textil hombre					
2	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle determina que 'producto tiene mas rotación en el área de Textil hombre					
3	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle tiene conocimiento del stock con que se cuenta el área de Textil hombre					
4	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle se verifican constantemente los inventarios para comprobar que los saldos coincidan con las tarjetas kardex					
5	La tienda Oechsle cuenta con proveedores alternativos que suministran de urgencia la mercadería al área de Textil hombre.					
6	La tienda Oechsle cuenta con un ambiente con el espacio apropiado para recepcionar la mercadería del área de Textil hombre					
7	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten ingresar la mercadería recepcionada.					
8	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle se dispone de espacio suficiente para trabajar organizadamente.					
9	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle la salida de la mercadería esta sustentada con los documentos pertinentes.					
10	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten controlar la mercadería que sale del almacén.					

Cuestionario N° 2

Estimado Sr.(a) mi nombre es José Enrique Swayne Vásquez, alumno de la universidad César Vallejo, me encuentro realizando mi trabajo de Investigación **“Gestión de inventario de textil hombre y su incidencia con el nivel de ventas de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo 2018”** por ello, es necesario aplicar el presente cuestionario el cual ha sido elaborado con la finalidad de medir la variable Ventas, para lo cual usted debe leer cuidadosamente cada ítem y marcar con un aspa una casilla, teniendo en cuenta la siguiente escala:

- TA (totalmente de acuerdo)
- A (De acuerdo)
- I (indiferente)
- D (En desacuerdo)
- TD (Totalmente en desacuerdo)

Ventas		TA	A	I	D	TD
1	La tienda Oechsle cuenta con personal capacitado para realizar la venta					
2	La tienda Oechsle lleva a cabo una buena gestión de ventas que asegura el cumplimiento de objetivos propuesto					
3	En La tienda Oechsle se contabilizan todas las ventas para un mejor control					
4	En La tienda Oechsle se tiene acceso a los reportes de ventas que se generan durante la campaña de ventas					
5	En La tienda Oechsle se aplican ratios de rentabilidad para analizar las ventas					
6	La tienda Oechsle durante la camapaña de ventas, puede identificar que productos ya no cuenta con stock en piso de ventas					
7	En La tienda Oechsle se cuenta con stock suficiente evitando así pérdidas de venta por desabastecimiento					
8	En La tienda Oechsle se tiene acceso a toda la mercadería comprometida en la campaña de ventas					
9	En La tienda Oechsle durante la camapa de ventas, se cuenta con todas las tallas y models de la mercadería involucrada en la venta					
10	En La tienda Oechsle el margen de un producto esta determinado por su mayor rotación de ventas.					

ANEXOS B: FORMATOS DE VALIDACION

ANEXO 1

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): José Enrique Swayne Vázquez

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del.....x ciclo de CONTABILIDAD....., requiero validar los instrumentos con los cuales se recoge la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el título de.....CONTADOR PUBLICO.....

El título de nuestra investigación es: "Gestión de inventario de textil hombre y su incidencia con el nivel de ventas de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo".y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

1. Anexo 1: Carta de presentación
2. Anexo 2: Matriz de operacionalización
3. Anexo 3: Definiciones conceptuales de las variables
4. Anexo 4: Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración me despido, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Swayne Vázquez José Enrique

D.N.I: 16729413

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: La Variable Gestión de Inventario.

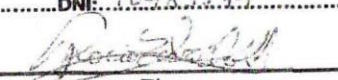
N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Objetivos								
1	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle realiza inventarios para confrontar la existencia física disponible en los almacenes del área de Textil hombre	X		X		X		
2	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle determina que 'producto tiene mas rotación en el área de Textil hombre	X		X		X		
3	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle tiene conocimiento del stock con que se cuenta el área de Textil hombre	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Tipos								
4	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle se verifican constantemente los inventarios para comprobar que los saldos coincidan con los formatos de control	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Abastecimiento								
5	La tienda Oechsle cuenta con proveedores alternativos que suministran de urgencia la mercadería al área de Textil hombre.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Área								
6	La tienda Oechsle cuenta con un ambiente con el espacio apropiado para recepcionar la mercadería del área de Textil hombre	X		X		X		
7	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten ingresar la mercadería recepcionada.	X		X		X		
8	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle se dispone de espacio suficiente para trabajar organizadamente.	X		X		X		
9	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle la salida de la mercadería esta sustentada con los documentos pertinentes.	X		X		X		
10	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten controlar la mercadería que sale del almacén.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Zevallos Aquino Rocio de Luna de del 20.....
 DNI: 70-123517

Especialidad del evaluador: Contador Público


 Firma
 C.P.C. Rocio L. Zevallos Aquino
 M AT. N°. 1355

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: La Variable Ventas

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Gestión								
1	Los resultados de la gestión municipal se informan a todos los trabajadores de la municipalidad así como también a la población	X		X		X		
2	Se encuentran claramente definidos en cada área de trabajo los objetivos y metas	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Contabilización								
3	En La tienda Oechsle se contabilizan todas las ventas para un mejor control	X		X		X		
4	En La tienda Oechsle se tiene acceso a los reportes de ventas que se generan durante la campaña de ventas	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Rentabilidad								
5	En La tienda Oechsle se aplican ratios de rentabilidad para analizar las ventas	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Abastecimiento								
6	La tienda Oechsle durante la campaña de ventas, puede identificar que productos ya no cuenta con stock en piso de ventas	X		X		X		
7	En La tienda Oechsle se cuenta con stock suficiente evitando así pérdidas de venta por desabastecimiento	X		X		X		
8	En La tienda Oechsle se tiene acceso a toda la mercadería comprometida en la campaña de ventas	X		X		X		
9	En La tienda Oechsle durante la campaña de ventas, se cuenta con todas las tallas y modelos de la mercadería involucrada en la venta	X		X		X		
DIMENSIÓN 5: Margen del producto								
10	En La tienda Oechsle el margen de un producto esta determinado por su mayor rotación de ventas.	X		X		X		

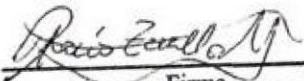
Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Zevallos Aquino Rocío LiliannaDNI:de.....del 20.....

Especialidad del evaluador: Contador Público

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Firma
G.P.C. Rocío L. Zevallos Aquino
 M.A.T. N°. 1305

Operacionalización de la variable Nivel de Ventas.

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Técnica e instrumentos	Escala
Ventas	Gestión	Personal capacitado	La tienda Oechsle cuenta con personal capacitado para realizar la venta	Encuesta / Cuestionario	TA: Totalmente de acuerdo A= De acuerdo I= Indiferente D= En desacuerdo TD= Totalmente en
		Objetivos	La tienda Oechsle lleva a cabo una buena gestión de ventas que asegura el cumplimiento de objetivos propuesto	Análisis	
	Contabilización	Registro	En La tienda Oechsle se contabilizan todas las ventas para un mejor control	documental	
		Reportes	En La tienda Oechsle se tiene acceso a los reportes de ventas que se generan durante la campaña de ventas		
	Rentabilidad	Procesos	En La tienda Oechsle se aplican ratios de rentabilidad para analizar las ventas La tienda Oechsle durante la campaña de ventas, puede identificar que productos ya no cuenta con stock en piso de ventas		
	Abastecimiento	Stock	En La tienda Oechsle se cuenta con stock suficiente evitando así pérdidas de venta por desabastecimiento En La tienda Oechsle se tiene acceso a toda la mercadería comprometida en la campaña de ventas		
	Margen del producto	Rotación	En La tienda Oechsle durante la camapa de ventas, se cuenta con todas las tallas y models de la mercadería involucrada en la venta En La tienda Oechsle el margen de un producto está determinado por su mayor rotación de ventas		

Fuente: Jobber & Lancaster, (2012)

Operacionalización de la variable Gestión de Inventario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Técnica e instrumentos	Escala
Gestión de Inventarios	Objetivos	Verificación de existencias	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle realiza inventarios para confrontar la existencia física disponible en los almacenes del área de Textil hombre	Encuesta / Cuestionario	Likert TA: Totalmente de acuerdo A= De acuerdo I= Indiferente D= En desacuerdo TD= Totalmente en desacuerdo
		Rotación de productos	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle determina que producto tiene mas rotación en el área de Textil hombre		
	Tipos	Stock	El responsable de la Gestión de inventarios de la tienda Oechsle tiene conocimiento del stock con que se cuenta el área de Textil hombre		
		Inventarios intermitentes	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle se verifican constantemente los inventarios para comprobar que los saldos coincidan con los formatos de control		
	Abastecimiento	Proveedor alternativo	La tienda Oechsle cuenta con proveedores alternativos que suministran de urgencia la mercadería al área de Textil hombre.		
		Recepción	La tienda Oechsle cuenta con espacios apropiados para recibir la mercadería del área de Textil hombre. En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten ingresar la mercadería recepcionada.		
	Áreas	Almacenamiento	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle se dispone de espacio suficiente para trabajar organizadamente. En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle, la salida de la mercadería esta sustentada con documentos pertinentes.		
		Entrega	En el área de Textil hombre de la tienda Oechsle cuenta con sistemas que permiten controlar la mercadería que sale del almacén.		

Fuente: Bonilla, (2016)

Matriz de consistencia

TÍTULO TESIS	PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN
Gestión de inventario de textil hombre y su incidencia con el nivel de ventas de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo	¿De qué manera la Gestión de Inventario de Textil Hombre incide en el Nivel de Ventas de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo?	H:1 El H1-La Gestión de inventario de textil hombre si incide con el nivel de ventas de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo Ho- La Gestión de inventario de textil hombre no incide con el nivel de ventas de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo.	Determinar la incidencia de la gestión de inventarios de textil hombres en los niveles de venta de la tienda Oechsle S.A. Chiclayo	Evaluar la gestión de inventarios de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo. Analizar el nivel de ventas de Textil Hombre de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo. Identificar las causas de la gestión de Inventario de Textil Hombre que inciden con el Nivel de Ventas de la Tienda Oechsle S.A, Chiclayo.	Gestión de inventarios Ventas	Aznar, (2016), quien define a los inventarios como el conjunto de elementos tangibles o intangibles que poses un negocio, permitiendo la compra, venta o la fabricación primero antes de comercializar, en un periodo económico determinados. Gerencia (2019) Indica que podemos definir a las ventas bajo varias acepciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una puede ser cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.	Bonilla, (2016) La gestión de inventarios es fundamental en el manejo estratégico de toda organización. Las tareas correspondientes a la gestión de un inventario se relacionan con la determinación de los métodos de registro, los puntos de rotación, las formas de clasificación y los modelos de reinventario, determinados por los métodos de control Jobber & Lancaster, (2012) Venta es la acción y efecto de vender, es decir, traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido. El término se usa tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden.	Diseño de la investigación es correlacional, no experimental, descriptivo, trasversal

Ventas enero – Junio 2017

Departamento	Valores																		
	Venta Neta	Cumple Meta Venta	Meta Venta	Venta Neta Hist	% GM MARGEN	Meta GM MARGEN	% GM MARGEN Hist	Meta GM MARGEN	Contribucion	Contribucion Hist	Cumple Meta Contribucion	% Cre Cont	Stock Unidad	Stock Unidad Hist	% Cre Venta Und	Venta TOH	Venta TOH Hist	Venta Unidad	Venta Unidad Hist
CAMISERIA MARCAS	21,953	176.90%	12,407	18,819	30.00%	29.30%	30.00%	3,629	6,586	5,646	181.50%	16.60%	9	4	1.60%	7,644	5,427	248	252
CAMISERIA O	17,088	72.00%	23,731	16,848	14.40%	32.50%	7.80%	7,701	2,466	1,308	32.00%	88.50%	560	602	70.50%	5,506	4,780	689	404
JUVENIL HOMBRE MARCAS	764,371	98.00%	780,179	704,484	34.30%	37.10%	34.70%	289,179	262,154	244,484	90.70%	7.20%	4,999	5,075	17.90%	221,095	181,255	121,61	10,315
JUVENIL HOMBRE SELECTIVO O	170,671	65.70%	259,867	167,163	45.50%	39.70%	39.90%	103,250	77,38	66,692	75.30%	16.60%	2,579	1,712	0.30%	43,465	43,140	424,2	4,229
JUVENIL HOMBRE SURFO	324,666	204.30%	158,917	350,053	40.60%	33.10%	34.40%	52,587	131,726	120,245	250.50%	9.50%	3,905	3,323	0.60%	89,622	89,076	108,50	10,914
JUVENIL HOMBRE URBANO O	400,025	65.10%	614,924	440,524	45.20%	39.20%	35.40%	241,003	180,711	156,083	75.00%	15.80%	6,303	4,607	15.80%	104,296	102,337	139,44	16,561
ROPA INTERIOR MARCAS	20,251	83.80%	24,175	21,887	40.10%	38.10%	38.50%	9,201	8,112	8,418	88.20%	3.60%	744	608	2.70%	5,288	5,502	993	1,021
ROPA INTERIOR O	69,203	103.00%	67,156	49,772	34.80%	38.20%	38.30%	25,630	24,109	19,051	94.10%	26.60%	2,004	1,406	27.60%	18,411	13,235	339,2	2,659
SASTRERIA MARCAS	18,013	95.40%	18,889	26,489	34.60%	32.70%	33.20%	6,171	6,225	8,803	100.90%	29.30%	164	263	8.10%	4,858	6,750	398	433
SASTRERIA O	22,037	81.30%	27,115	22,185	25.60%	31.30%	30.80%	8,474	5,634	6,825	66.50%	17.40%	242	252	5.50%	7,050	5,885	461	437
SPORT HOMBRE CONSIGNACION	221,977	111.60%	198,827	175,362	29.10%	29.50%	29.10%	58,626	64,686	51,016	110.30%	26.80%	-432	1	32.70%	79,409	52,268	323,6	2,439
SPORT HOMBRE MARCAS	112,071	74.80%	149,903	130,087	31.10%	33.40%	29.60%	50,086	34,863	38,469	69.60%	9.40%	656	719	21.90%	38,238	37,381	126,0	1,614
SPORT HOMBRE O	910,293	102.80%	885,245	793,538	42.10%	41.50%	41.90%	367,327	383,343	332,211	104.40%	15.40%	9,959	7,037	15.70%	266,052	210,798	235,24	20,329
Total general	3,072,620	95.40%	3,221,336	2,917,211	38.70%	38.00%	36.30%	1,222,866	1,188,354	1,059,250	97.20%	12.20%	31,692	25,609	5.30%	890,934	757,833	753,98	71,607

Ventas Julio - Diciembre 2017

Departamento	Valores																		
	Venta Neta	% Cump Met a Venta	Meta Venta	Venta Neta Hist	% GM	% Meta GM	% GM Hist	Meta Contribucion	Contribucion	Contribucion Hist	% Cump Met a Contribucion	% Cre Contr	Stock Unidad	Stock Unidad Hist	% Cre Ven ta Und	Ven ta TO II	Ven ta TO II Hist	Ven ta Unidad	Ven ta Unidad Hist
CAMISERIA MARCAS	17,513	81.20%	21,575	22,113	30.00%	30.60%	29.80%	6,593	5,254	6,587	79.70%	20.20%	264	3	25.40%	4,566	6,644	194	260
CAMISERIA O	17,524	49.60%	35,328	31,252	12.10%	34.00%	14.60%	12,009	2,121	4,576	17.70%	146.40%	777	785	25.40%	3,678	7,815	825	1,106
JUVENIL HOMBRE MARCAS	1,119,630	91.60%	1,222,059	1,182,048	35.20%	33.40%	33.20%	408,625	393,862	392,599	96.40%	0.30%	3,467	4,589	7.20%	295,118	325,758	15741	16,967
JUVENIL HOMBRE SELECTIVO O	272,101	348.60%	78,044	212,763	43.80%	38.60%	41.60%	30,112	119,077	88,569	395.40%	34.40%	4,298	1,287	23.30%	67,668	51,758	6986	5,665
JUVENIL HOMBRE SURFO	522,362	34.20%	1,526,124	534,740	43.60%	39.40%	39.50%	600,538	227,564	211,426	37.90%	7.60%	8,514	4,523	1.40%	133,028	137,071	16633	16,872
JUVENIL HOMBRE URBANO O	730,490	575.20%	126,995	683,083	41.40%	38.60%	40.00%	48,999	302,778	273,376	617.90%	10.80%	10,112	5,210	2.30%	176,241	153,379	25637	25,062
ROPA INTERIOR MARCAS	29,131	101.10%	28,827	25,175	40.00%	37.10%	38.70%	10,696	11,655	9,743	109.00%	19.60%	160	542	15.20%	6,902	6,467	1345	1,168
ROPA INTERIOR O	102,391	78.30%	130,737	62,503	36.70%	39.60%	35.50%	51,738	37,595	22,197	72.70%	69.40%	3,643	2,405	42.80%	26,458	16,500	4854	3,400
SASTRERIA MARCAS	28,551	227.20%	12,569	20,183	33.40%	32.40%	34.10%	4,078	9,549	6,888	234.20%	38.60%	320	162	32.40%	7,906	6,010	503	380
SASTRERIA O	24,460	85.50%	28,600	58,043	31.40%	34.30%	7.40%	9,821	7,686	4,324	78.30%	77.80%	429	193	31.60%	5,262	17,053	690	1,009
SPORT HOMBRE CONSIGNACION	225,040	158.10%	142,335	161,079	29.30%	29.90%	29.20%	42,514	65,846	47,039	154.90%	40.00%	1,518	1	53.50%	69,157	52,112	2991	1,949
SPORT HOMBRE MARCAS	169,029	95.00%	177,837	164,285	31.10%	26.90%	31.90%	47,869	52,612	52,451	109.90%	0.30%	778	725	0.20%	45,240	52,965	1832	1,835
SPORT HOMBRE O	1,308,376	91.60%	1,427,974	1,278,955	40.60%	39.00%	41.90%	557,180	530,600	535,330	95.20%	0.90%	10,463	5,925	6.10%	351,995	329,678	36944	34,832
Total general	4,568,659	92.10%	4,959,005	4,436,223	38.70%	36.90%	37.10%	1,830,770	1,766,200	1,645,951	96.50%	7.30%	44,743	26,350	4.20%	1,193,218	1,163,320	115175	110,505

Ventas Enero – Junio 2018

Departamento	Valores		%		%		%		%		%		%		%		%		%			
	Venta Net	Meta	Venta Net	Meta	Venta Net	Meta	Venta Net	Meta	Venta Net	Meta	Venta Net	Meta	Venta Net	Meta	Venta Net	Meta	Venta Net	Meta	Venta Net	Meta		
CAMISERIA	26,0	15	5,2	16,7	22,3	30	6	0														
MARCAS	30		%	74	09	8%	%	%	4,967	8,010	6,693		161,3	19	45	5	9	12	8,52	7,6	284	252
CAMISERIA O	16,7	99	16,9	17,0	12	36	14		6,088	-2,089	2,443		185	5	48	56	55	3,59	5,5	1067	687	
JUVENIL		11				35	34															
HOMBRE	793	3,3	701	767	36	5	3		248,6	288,4	263,2		116,0	9,6	4,9	4,9	2,8	210	0,7			
MARCAS	989	%	055	209	3%	%	%		68	03	11		%	%	20	99	%	062	48	11849	12,191	
JUVENIL						45																
HOMBRE	311			172	40	4			127,2	78,28			62	4,5	2,5	77	90,7	98				
SELECTIVO O	827			325	8%	%			86	7			6%	98	79	4%	32	9	7568	4,266		
JUVENIL		1,07				43	40															
HOMBRE SURF	472	43	9,98	322	38	0	6		464,3	179,9	131,0		37	4,6	3,9	45	130	88				
O	154	7%	6	561	1%	%	%		97	08	15		38,7%	3%	46	05	6%	733	2	15662	10,755	
JUVENIL						45																
HOMBRE	587			398	40	2			234,7	180,4			30	6,2	6,3	44	165	4,8				
URBANO O	430			894	0%	%			01	29			1%	30	03	5%	549	02	19999	13,837		
ROPA		12				38	40															
INTERIOR	27,7	4,6	22,2	20,5	39	7	1		10,90				126,5	32	39	74	17	8,45	5,3			
MARCAS	91	%	96	10	3%	%	%		8,622	9	8,224		%	7%	4	4	7%	3	07	1182	1,004	
ROPA	110	74	148	69,1	39	0	8		63,95	44,09	24,06		83	3,9	2,0	37	36,2	18				
INTERIOR O	955	5%	851	76	7%	%	%		2	1	5		68,9%	2%	73	04	3%	08	7	4656	3,391	
SASTRERIA		18				34	34															
MARCAS	23,8	1,6	13,1	17,8	33	1	5		4,482	8,086	6,180		180,4	30	38	16	7,6	8,31	4,8			
SASTRERIA O	42	%	30	90	9%	%	%						%	8%	4	4	%	2	16	425	395	
SPORT		12				37	25															
HOMBRE	210	3,2	170	222	29	3	1		50,05	61,68	64,70		123,2	4,7	2,1	43	20	68,9	22			
CONSIGNACION	549	%	841	027	3%	%	%		2	1	1		%	%	45	2	0%	67	3	2594	3,241	
SPORT		14				28	31															
HOMBRE	148	3,7	103	111	28	7	1		29,72	42,94	34,63		144,5	24	89	65	29	42,3	15			
MARCAS	726	%	469	512	9%	%	%		2	3	3		%	0%	4	6	5%	38	3	1628	1,257	
SPORT		1,08				43	42															
HOMBRE O	995	91	5,93	916	43	0	0		467,1	430,1	385,0		11	80	9,9	16	293	6,7				
	021	6%	0	878	2%	%	%		32	30	61		92,1%	7%	0	59	2%	974	46	27459	23,636	
Total general	3,74	11	3,37	3,08	38	40	38		1,355	1,439	1,190		106,2	20	42	69	9	6,23	0,6	94873	75,373	
	8	%	9	8	%	%	%		191	741	579		%	9%	0	2	%	9	69			

Ventas Julio – Diciembre 2018

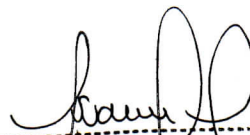
Departamento	Valores		%												%					
	Venta Net	Meta	Venta Hist	Meta Hist	Meta M	Meta G	Meta H	Contribucion	Contribucion Hist	Contribucion	Contribucion Hist	Contribucion	Contribucion Hist	Stock Unid	Stock Unid Hist	Stock Unid	Stock Unid Hist	Venta TOH	Venta TOH Hist	Venta Unid
CAMISERIA MARCAS	33,136	0.1%	17,433	17,258	29.4%	29.6%	30.0%	5,166	9,749	5,177	188.7%	88.3%	37.5%	26.4%	92.1%	8,617	4,667	367	191	
CAMISERIA O	11,209	52.5%	21,338	17,701	6.3%	36.3%	12.3%	7,741	708	2,173	9.1%	67.4%	94.4%	77.7%	2.403	3,693	606	831		
JUVENIL HOMBRE MARCAS	1,139	10.3%	1,046	6,960	36.0%	34.2%	35.2%	356.885	388.843	397.033	109.0%	2.1%	6.4%	3.4%	7.5%	299.954	298.027	152.55	15,837	
JUVENIL HOMBRE SELECTIVO O	340,331	11.0%	307.995	271,858	37.0%	42.4%	43.9%	130.676	126,028	119.387	96.4%	5.6%	4.4%	4.2%	23.5%	94.931	67,538	862.9	6,985	
JUVENIL HOMBRE SURF O	473,980	48.8%	971.261	524,433	45.9%	39.9%	43.7%	387.364	217.515	229.164	56.2%	5.1%	8.8%	8.5%	12.6%	129.030	133,689	146.08	16,721	
JUVENIL HOMBRE URBANO O	641,606	99.3%	645.848	731,726	45.1%	41.6%	41.5%	268.737	289.115	303.963	107.6%	4.9%	13.1%	10.1%	24.1%	171.067	175,950	195.30	25,718	
ROPA INTERIOR MARCAS	28,159	86.9%	32,419	29,053	39.6%	37.0%	40.0%	11,991	11,144	11,614	92.9%	4.0%	68.3%	16.0%	7.447	6,899	118.4	1,340		
ROPA INTERIOR O	109,941	45.7%	240,717	103,048	49.6%	46.8%	36.9%	112.566	54,560	38,000	48.5%	43.6%	5.7%	3.6%	13.0%	36.488	26,767	424.0	4,873	
SASTRERIA MARCAS	33,544	11.7%	28,667	28,652	33.7%	32.9%	33.5%	9,418	11,308	9,588	120.1%	17.9%	50.0%	32.0%	10.660	7,931	587	506		
SASTRERIA O	44,267	11.3%	39,013	24,490	23.1%	38.0%	31.4%	14,817	10,228	7,699	69.0%	32.9%	87.2%	42.9%	12.193	5,194	947	693		
SPORT HOMBRE CONSIGNACION	459,279	22.2%	206,077	225,530	29.8%	28.6%	29.3%	58.975	136,963	65,992	232.2%	7.5%	2.8%	1.5%	91.3%	140.372	69,020	572.4	2,992	
SPORT HOMBRE MARCAS	181,778	11.9%	152,365	170,436	28.3%	28.9%	31.0%	44,028	51,412	52,837	116.8%	2.7%	66.4%	77.8%	6.5%	51.997	45,413	197.4	1,854	
SPORT HOMBRE O	5,515	75.4%	1,467	1,310	44.4%	41.2%	40.7%	604.173	490,603	533,000	81.2%	8.0%	14.5%	10.4%	22.1%	325.226	352,384	289.34	37,130	
Total general	3,883	87.8%	5,170	4,582	39.6%	38.9%	38.8%	2,012,535	1,798,176	1,775,626	89.3%	1.3%	60.09%	44.74%	11.3%	1,295.5	1,197,172	102,585	115,671	

Yo, Liliana Del Carmen Suárez Santa Cruz, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo Chiclayo, revisora de la tesis titulada:

“GESTIÓN DE INVENTARIO DE TEXTIL HOMBRE Y SU INCIDENCIA CON EL NIVEL DE VENTAS DE LA TIENDA OECHSLE S.A, CHICLAYO” del estudiante **SWAYNE VASQUEZ, JOSE ENRIQUE** constato que la investigación tiene un índice de similitud de **21%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 17 de diciembre de 2019



Mag. CPC. Liliana Suárez Santa Cruz
MAT. N° 2579

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	-----------------------	--------	---------------------------------