



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN**  
**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Control de inventario y comercialización interna de repuestos en la  
empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestro en Administración de Negocios - MBA

**AUTOR:**

Zavaleta Suárez, Javier ([orcid.org/0000-0001-6667-2430](https://orcid.org/0000-0001-6667-2430))

**ASESORES:**

Mg. Encomenderos Bancallán, Ivo Martín ([orcid.org/0000-0001-5490-0547](https://orcid.org/0000-0001-5490-0547))

Mg. Escobedo Bustamante, Abigail Elizabeth ([orcid.org/0000-0003-2904-8246](https://orcid.org/0000-0003-2904-8246))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y Herramientas Gerenciales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo Económico, empleo y emprendimiento

**TARAPOTO – PERÚ**

**2023**

## **Dedicatoria**

A mis hijos Elías, Briana y Dayra por darme ese amor puro y sincero que motivan mi actitud para superar mis propias expectativas, así mismo a mi esposa Cynthia Ikeda por brindarme el apoyo idóneo fortaleciendo mi deseo de seguir creciendo profesionalmente como ejemplo para mi familia, también a mis padres Cesar Zavaleta y Marisol Suarez por apoyarme en mis primeros pasos en mi educación

**Javier**

## Agradecimiento

Agradezco a Dios por ser quien me permite lograr su propósito en mi vida, así mismo a la empresa Autonort Nor Oriente por brindarme el apoyo para realizar mi tesis con su información, así mismo al Mg. Ivo Encomenderos por la asesoría en clase que me ha permitido obtener el desarrollo correcto de mi proyecto e informe de tesis.

El autor

## Declaratoria de Autenticidad del Asesor



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN,ESCOBEDO BUSTAMANTE ABIGAIL ELIZABETH, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesores de Tesis titulada: "Control de inventario y comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto - 2022", cuyo autor es ZAVALETA SUÁREZ JAVIER, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

TARAPOTO, 05 de Agosto del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN,ESCOBEDO BUSTAMANTE ABIGAIL ELIZABETH DNI: 17623582 ORCID: 0000-0001-5490-0547	Firmado electrónicamente por: IENCOMENDEROS el 05-08-2023 11:47:47
ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN,ESCOBEDO BUSTAMANTE ABIGAIL ELIZABETH DNI: 44576499 ORCID: 0000-0003-2904-8246	Firmado electrónicamente por: AEEESCOBEDOE el 07-08-2023 10:35:55

Código documento Trilce: TRI - 0842380



## Declaratoria de Originalidad del Autor



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, ZVALETA SUÁREZ JAVIER estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Control de inventario y comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto - 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
JAVIER ZVALETA SUÁREZ DNI: 44357825 ORCID: 0000-0001-6667-2430	Firmado electrónicamente por: ZVALETASU10 el 30- 06-2023 22:26:14

Código documento Trilce: TRI - 0561463

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor .....	iv
Declaratoria de originalidad del autor .....	v
Índice de contenidos .....	vi
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras .....	viii
Resumen .....	ix
Abstract .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA .....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	13
3.2. Variables y operacionalización: .....	14
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis .....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. ....	15
3.5. Procedimientos.....	18
3.6. Métodos de análisis de datos .....	19
3.7. Aspectos éticos .....	19
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN .....	26
VI. CONCLUSIONES .....	32
VII. RECOMENDACIONES.....	33
REFERENCIAS.....	34
ANEXOS .....	43

## Índice de tablas

Tabla 1 Baremo de control de inventario.....	16
Tabla 2 Baremo de comercialización interna.....	16
Tabla 3 Validez de expertos .....	17
Tabla 4 Alfa de Cronbach.....	18
Tabla 5 Rangos de correlación.....	19
Tabla 6 Relación a nivel de dimensiones .....	23
Tabla 7 Prueba de normalidad .....	24
Tabla 8 Relación entre el control de inventarios y la comercialización interna.....	24

## Índice de figuras

Figura 1 Grado de control de inventario .....	21
Figura 2 Grado de comercialización interna.....	22
Figura 3 Gráfica de dispersión .....	25

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo establecer la relación entre el control de inventario de y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022. La investigación fue de tipo básica y de diseño no experimental tipo descriptivo correlacional. La población fueron 1000 reportes de ítems de repuestos, calculados a través de la base de datos de la empresa. La muestra fueron 122 reportes de ítems de repuestos en la empresa. Se utilizó la técnica de análisis documental y se elaboró dos fichas de registro para el acopio de datos. Los resultados de la investigación muestran que el 59.84% de ítems de repuesto, tiene un control de inventario regular. Por otro lado, el grado de comercialización interna, Tarapoto – 2022, refleja que 66,39% es buena. Así también, la dimensión del control de inventario que tiene mayor relación con la comercialización interna. Es la cantidad de pedido sugerido con un Rho de Spearman de 0.112 correlación positiva muy baja y no significativa. La principal conclusión de la investigación evidencia que existe una relación positiva muy baja (Rho de Spearman = 0.038) y la relación no es significativa.

**Palabras clave:** Control de inventario, comercialización interna, meses de stock.

## **Abstract**

The objective of the research was to establish the relationship between inventory control and the internal marketing of spare parts in the company AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto - 2022. The research was of a basic type and of a non-experimental design, descriptive correlational type. The population was 1000 reports of spare parts items, calculated through the company's database. The sample consisted of 122 reports of spare parts items in the company. The documentary analysis technique was used and two record sheets were prepared for data collection. The results of the investigation show that 59.84% of spare items have regular inventory control. On the other hand, the degree of internal commercialization, Tarapoto - 2022, reflects that 66.39% is good. Likewise, the dimension of inventory control that is more related to internal marketing. It is the suggested order quantity with a Spearman's Rho of 0.112, a very low and insignificant positive correlation. The main conclusion of the research shows that there is a very low positive relationship (Spearman's Rho = 0.038) and the relationship is not significant.

**Keywords:** Inventory control, internal marketing, months of stock.

## I. INTRODUCCIÓN

En el mundo las empresas enfrentan diversas dificultades y en especial el control de su inventario. En la industria automovilística de la India, las empresas tienen problemas con la capacidad de predecir posibles desabastecimientos debido a los pedidos innecesarios, obsolescencia de productos, asimismo, una mala gestión de inventario repercute en que no se visualizan los artículos el cual perjudica al cliente interno lo que aumenta la cantidad de interrupciones que ocurren durante la producción (Goutam, 2022). Asimismo, un mal control del inventario genera desajustes en la producción y revela una escases de existencias, costos que se verán reflejados en una disminución de las ventas (Hwang et al., 2021). Así también, en algunos concesionarios de General Motors, donde el nivel de inventario y la cantidad de pedido no son suficientes para encontrar un nivel de inventario sólido y satisfacer la demanda de ventas, el cual perjudica a sus ingresos. (Chuang & Zhao, 2019)

En el entorno peruano, las empresas no implementan un adecuado sistema de control de existencias, sus procesos no están debidamente automatizados, lo cual, están perdiendo hasta un 30% en ventas (Gestión, 2019). Asimismo, en Trujillo, en la empresa Soho se evidencian problemas en cuanto a su política de inventarios el cual perjudica al registro y a las existencias, por ende, no existe una información exacta para satisfacer la demanda, en ese contexto, no se pueden realizar los pedidos con exactitud ni los periodos en que se demora en llegar lo solicitado de esta manera afecta directamente a sus ventas (Pérez y Wong, 2019). Así también, en Ferconor S.A.C. ubicada en Chiclayo, una empresa que no ha diseñado un plan de manejo de existencias así también, se evidencia que la guía de responsabilidades de los colaboradores no está correctamente distribuida, de esta manera presenta deficiencias en cuanto al manejo y control de inventarios, las inconsistencias de los registros dificulta saber las existencias lo que perjudica a la comercialización y despachos para sus clientes (Calderón et al., 2022).

En el contexto local, la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto evidencia diversas dificultades en cuanto al control de existencias, los componentes esenciales para la fabricación de aceite de Toyota es escasa, lo cual perjudica a los talleres a nivel nacional con su desabastecimiento que no logra satisfacer la demanda, la inflación a nivel mundial por Covid – 19, así como las guerras entre países ha perjudicado que las importaciones no lleguen en los plazos establecidos, durante el primer trimestre del 2022, se muestra una baja de producción de vehículos a nivel mundial, las importaciones de había disminuido, por lo tanto, no se lograba tener un punto de referencia para tener un control de inventario exacto, ya que, la demanda era variante, de esta manera, las fluctuaciones perjudicaban al control.

Por otro lado, el ingreso de productos al Perú por contrabando, así como productos falsificados de las piezas con más alta rotación, que generaban una gran brecha en precios con respecto a los productos legítimos de la marca, esto causa una variación en la demanda proyectada por la empresa, debido a que los clientes de manera externa adquieren las piezas que no son Toyota. Por otro lado, la crisis política durante los últimos años a sido de gran repercusión para la empresa, de esta manera la inversión privada cayó casi en 5% (IPE, 2022), en ese contexto, de acuerdo a los datos el reporte de inflación fue de 8.45% (Banco Central de Reserva del Perú, 2023) el cual, repercutió en el precio de las piezas el cuál no estaba contemplado en la proyección de costos para la empresa.

Según lo evidenciado, se formula el siguiente **problema general**: ¿Cuál es la relación entre el control de inventario y comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto - 2022? Así también los **problemas específicos**: ¿Cuál es el grado de control de inventario de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022? ¿Cuál es el grado de comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto - 2022? ¿Cuál es la relación entre las dimensiones del control de inventario y la

comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022?

Como **justificación por conveniencia**, se beneficiará a la empresa en cuanto a identificar la situación de su control de existencias y el grado de repercusión en su comercialización interna, de este modo brindar recomendaciones para el planeamiento estratégico, para que, la gerencia tenga en cuenta con respecto a la toma de decisiones de futuras acciones. Será de **relevancia social**, ya que permitirá mejorar el control de existencias de este modo reducir las pérdidas financieras significativas, asimismo, un control de inventarios eficiente mejorará la entrega de productos lo que generará un impacto positivo en la reputación de la empresa.

Será de **Valor teórico**, ya que, el estudio indaga sobre las teorías que mantienen su vigencia a lo largo del tiempo, utilizando las bases para adecuar al contexto de la empresa, lo que servirá para poner en contaste las prácticas en cuanto al control de inventario, asimismo, se impartirán nuevos conceptos que permitirán entender mejor los fenómenos estudiados. **Implicancias prácticas**, se indagará sobre todos los procedimientos de monitoreo de los ítems de comercialización interna, de este modo, identificar los sectores críticos donde hubo registros de error. Será de **Utilidad metodológica**, ya que, los procedimientos, así como las herramientas de medición a utilizar serán de estricta evaluación por expertos en el tema, de este modo, a partir de los resultados poder dar recomendaciones a la empresa para mejorar su control de existencias y mejorar su comercialización interna.

Asimismo, el **objetivo general** es: Establecer la relación entre el control de inventario de y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022. Los **objetivos específicos son**: Estimar el grado de control de inventario de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022. Identificar el grado de la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022. Medir la relación entre las

dimensiones de control de inventarios y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.

Asimismo, se plantea la **hipótesis general**:  $H_0$ : Existe relación entre el control de inventario y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022. Y las **hipótesis específicas** se muestran:  $H_1$ : El nivel de control de inventarios de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022, es bueno.  $H_2$ : El nivel de comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022, es bueno.  $H_3$ : Existe relación entre las dimensiones del control de inventario y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022 significativa entre la medición de inventarios y la comercialización.

## II. MARCO TEÓRICO

Los estudios relacionados al tema, en un entorno internacional, Ngatilah et al. (2020), Guo et al. (2022), Ramos et al. (2020) y Goutam (2022), llegaron a la conclusión que, en el sector automotriz uno de los desafíos más difíciles es administrar y controlar niveles de existencias el cual es fundamental acercarse con detalle a las tendencias requeridas por el público para mejorar el servicio en cuestión al mercado automotriz, es de malestar que en este rubro los altos índices de incertidumbre para las proyecciones de demanda de las piezas requeridas por el público. En ese contexto, es difícil gestionar toda la cadena de almacén donde presenta realmente un reto distribuir sin tener los datos referentes para cubrir los requerimientos, así como la demanda variante, el cual de cierta manera va perjudicar a la realización óptima de ventas. Asimismo, se evidencia que el almacenaje de dichos repuestos que tienen poca rotación o simplemente no se venden, son costos altos que, para la empresa, estos problemas no agregan valor al producto.

Por lo tanto, se debe adoptar el concepto de planificación de requisitos de material para encontrar el tiempo de entrega correcto para que pueda minimizar el costo total de inventario y distribución en la cadena de suministro. Así también los enfoques que se diferencian, muestran que las piezas de repuesto son el activo operativo crítico para garantizar que una línea de producción continúe, por lo tanto, se deben administrar las piezas de repuesto en los nodos de los clientes que se pueden determinar en el tiempo de suministro, el consumo y la demanda, ya que, en esta cadena de repuesto, el entorno del suministro varía en diferentes periodos, de tal manera, el formato tradicional de control de inventario en el que se estaba basando la empresa perjudicaba el funcionamiento de inventarios de este modo el estudio de Guo et al. (2022), implementó un algoritmo matemático que detectó los cambios de entorno de forma eficiente de esta manera se redujo el costo total, los resultados que se muestran fueron un 8% de mejor eficiencia.

Asimismo, Zondo (2020), Ružić & Benazić (2021), Dechawatanapaisal (2018) y (Nowlin et al., 2018), con ideas en común expresan que, un cambio en la

secuencia sobre el giro de inventario, no consiguió minimizar costos, como tampoco las ventas de los productos automotrices. La práctica tradicional de la cadena de suministro utiliza secuencias de actividades débilmente conectadas tanto dentro como fuera de la organización, esto conduce a desalineaciones en el suministro, no influenció en los volúmenes de producción ni en los costos de inventario. Sin embargo, tiene la capacidad de reducir los daños en los productos, lo cual no afecta al aumento de ventas, pero si reduce considerablemente a la reducción de piezas dañadas que son un costo para la empresa.

En muchos casos, los accidentes dentro de la empresa debido a las diversas actividades donde no se controlan ni manipulan de la manera adecuada, y suelen dañarse las piezas de repuestos, estas representan pérdidas para la empresa. Otro enfoque, que genera pérdidas para la empresa es no contar con el stock suficiente a la hora por disponibilidad, para suplir los requerimientos de los consumidores, por lo tanto, si la empresa no cuenta con una política definida para el almacén de los repuestos impide determinar con exactitud la cantidad de repuestos, del mismo modo, al no conocer los ítems, hace que algunos generen sobre costos por su muy baja rotación y en algunos casos repuestos obsoletos.

Siguiendo, Ye et al. (2022), Chen (2021), Paredes et al. (2019), Shanahan & Hopkins (2019), llegaron a la conclusión que, desarrollar un modelo funcional que tome en cuenta los datos históricos y las referencias de mercado actual para tomar o desarrollar estrategias de acuerdo con una fijación dinámica de precios, mejora el control de inventario de acuerdo al aprendizaje de los ciclos demanda, donde, las ventas aumentan o disminuyen, por lo tanto, es factible y efectivo adquirir productos de los fabricantes cuando los precios se reducen gradualmente, un fabricante a menudo esperará hasta que el otro fabricante reduzca su precio a un punto de inflexión crucial, entonces su beneficio mostrará un cambio cualitativo en lugar de un cambio real.

Analizar los ciclos de demanda, donde la compra de un bien se vuelve apreciada por los consumidores durante ciertos periodos, es necesario ya haber implementado los requerimientos para tener existencias suficientes para abastecer a los clientes, y de modo contrario, abastecerse de más cuando son épocas bajas, lleva un sobre costo en los inventarios. Asimismo, se enfatiza en que el control de inventario es la pérdida de ventas en un entorno de demanda cambiante, en un horizonte de planificación de T períodos, las distribuciones de la demanda pueden cambiar hasta T veces, pero la empresa no conoce las distribuciones de la demanda antes o después de cada cambio, los períodos de tiempo en que ocurren los cambios o el número de cambios. Por lo tanto, la empresa necesita detectar cambios y conocer las distribuciones del manejo de mercado donde cada proveedor o tienda alcance su máxima posición es censurada, se necesita una exploración activa en el espacio del inventario para un algoritmo de detección y aprendizaje razonable.

Continuando con, Torres (2021), Alfaro et al. (2022), Jackson et al. (2020) y (Duan & Cao, 2021), en sus conclusiones en común se presenta que, se evidencia una fuerte correlación con el deterioro de inventarios y su impacto negativo en la utilidad neta, pues, esto contempla un gasto empresarial, esto se debe a un problema en cuanto al control de existencias, así como la falta de comunicación e investigación a tiempo del estado de los productos, de este modo, es importante detallar las pérdidas económicas para que la gerencia pueda plantear mejores estrategias en cuanto a la toma de decisiones que se adecúen al contexto en que se desarrolla. En las industrias enfocando al sector de demanda de maquinarias, equipos y estructuras, la competencia global hace que se generen una lucha constante por conseguir un estándar elevado, de este modo, la utilización de herramientas para mejorar los inventarios de las empresas es importantes para mantener dichos estándares, de los cuales muestran un aumento del 10,13% en el nivel de servicio lo cual repercutió en sus ventas.

El pilar teórico del control de inventarios evidencia que existen dos escuelas de teoría del inventario de productos terminados, cada una con una perspectiva diferente sobre el papel del inventario. La **teoría clásica de administración de inventario y convencional** de gestión de inventario enfatiza la importancia de una cobertura contra la incertidumbre de la demanda. El efecto demanda/ventas es una parte importante de esta teoría convencional de gestión de inventario. Aquí, un aumento en las ventas conduce a un aumento en el inventario, cuyo propósito es mediar en la compensación entre el costo de mantenimiento y la demanda incierta. Por lo tanto, uno de los principales objetivos de esta teoría del inventario es minimizar el costo de mantenimiento mediante la reducción del giro de inventario (Shi, 2022), (Mo et al., 2022), (Taylor & Asthana, 2018).

Muchos estudios han mostrado evidencia de una relación significativa entre los niveles de inventario y varias variables independientes incluyendo costos de mantenimiento de inventario, tiempo de entrega, incertidumbre de la demanda, etc., lo que implica los beneficios de reducir los niveles de inventario (Kuntsevich et al., 2018; Ritha & Saarumathi, 2022 y Rao et al., 2022). La dificultad para elaborar las estrategias que a lo largo de los años han ido cambiando sin embargo, muchas empresas siguen utilizando métodos antiguos tradicionales y no consideran la actualización del sistema para mejorar los tiempo y mejorar su practicidad (Martínez et al., 2022; Alfares & Ghaithan, 2022 y Feinberg & Liang, 2022).

Por otro lado, la referencia teórica de rubro de gestión de materiales, está basada en la teoría contemporánea, el cual explica que la fluctuación de ciertos productos de más en el inventario fuera de la proyección de stock total, podría dar cabida al estímulo para que los clientes puedan comprar más, los altos inventarios pueden estimular la demanda por una variedad de razones. Por ejemplo, los inventarios altos pueden aumentar la visibilidad del producto, señalar un producto popular, brindar a los clientes una garantía de altos niveles de servicio y disponibilidad futura, o dispersar un producto en múltiples ubicaciones en el piso de ventas para captar demanda adicional (Pietroń, 2023), (Stolyar & Wang, 2022), (Helal et al., 2021), (Kiesmüller & Inderfurth,

2018). Esto también, se conoce ampliamente como el efecto de estimulación de la demanda, un término que describe un aumento en el inventario que conduce a un aumento en la demanda/ventas (Meisheri et al., 2022; Taboada et al., 2022 y Guo et al., 2023).

Este dilema entre la minimización de costos y los altos niveles de inventario, especialmente en períodos de volatilidad de la demanda, se han convertido en un tema común en la gestión de inventario (Khazraji et al., 2018), (Rahaman et al., 2021), (Saputro et al., 2021). La estimulación de la demanda como dos perspectivas de un solo fenómeno, de esta manera, es fácil caer en el argumento del huevo o la gallina porque una mayor demanda/ventas requiere que los minoristas administren más inventario para elevar el nivel de servicio y evitar el desabastecimiento (es decir, el efecto de las ventas), mientras aumentan los inventarios demanda/ventas a medida que el minorista mejora su capacidad para atender a más y más variados clientes (es decir, el efecto de estimulación de la demanda).

Ambos efectos han sido investigados extensamente como fenómenos distintos, sin embargo, la relación interactiva y simultánea entre la demanda y los niveles de inventario sigue sin explorarse en gran medida (Khazraji et al., 2018), (Wagner, 2018), (Sinaga et al., 2020). Encontramos que, poca literatura empírica se centra en esta controvertida preocupación. Además, aunque muchos estudios de investigación han argumentado matemáticamente el efecto de la estimulación de la demanda, encontramos que no hay ninguna investigación que pruebe empíricamente la estimulación de la demanda. Es esta necesidad de una perspectiva empírica sobre la dinámica de estimulación de la demanda lo que motiva nuestro proyecto. (Kuntsevich et al., 2018), (Kiesmüller & Inderfurth, 2018), (Jackson et al., 2020)

A continuación, para dar mayor entendimiento al control de inventarios se presentan algunas definiciones, en ese contexto, se refiere al proceso de administrar y regular dicho conjunto de bienes que están regulados por una estructura mecanizada para atender las diferentes áreas y que las actividades funcionen adecuadamente, así también implica el desarrollo e implementación

de estrategias destinadas a mejorar la calidad de uso de los materiales para que la sucesión de disponibilidad sea más eficiente (Alamdari & Savard, 2021), (Esmaili et al., 2019). Es un conjunto de políticas y procedimientos que permiten a las empresas mantener niveles óptimos de inventario mientras minimizan los costos asociados con el exceso o la escasez de existencias (Huang & Song, 2018), (Ngatilah et al., 2020), (Khatua et al., 2019).

Es un sistema que permite a las empresas realizar un seguimiento de la cantidad, la ubicación y el estado de su inventario para realizar un seguimiento sobre cuándo reordenar o reabastecer (Guo et al., 2022) (Duan & Cao, 2021), (S. Chen et al., 2019). Es el uso de diversas técnicas, como la previsión de la demanda y el análisis de los periodos para mantener en un momento dado el material necesario para restituir cuando haya desabastecimiento. (Malladi et al., 2020; Dural et al., 2020; Prak et al., 2021)

Asimismo, se presentan las dimensiones del control de inventarios, como primera **dimensión se tiene al promedio de demanda mensual** resumido en las siglas MAD. Ayudará a estimar cuanto puedes vender a futuro. Siendo un promedio que se actualiza constantemente, si vendes más, el MAD será mayor, si vendes menos se reducirá. Continuando, la **dimensión clase de movimiento de inventario (ICC)**, es el cálculo de promedio de demanda mensual (MAD) para todos los repuestos que tienes en STOCK se puede ordenarlos de mayor a menor y agruparlos por clase movimiento, cuanto más movimiento tenga un repuesto, mas importante será tenerlo en stock. Así también, la **dimensión tipo de pedido**, en el concesionario los repuestos tienen diferentes grados de urgencia, dependiendo del uso que se le dará, para identificarlos se usan los **indicadores de motivo**, el cual comprende la garantía, reparación de taller, stock solo en la casa matriz, cliente por mostrador, reposición de stock, por otro lado, el **indicador de urgencia** con escala alta, media y baja, el **indicador de razón comprende** si el cliente es afectado por defectos de fábrica, unidad paralizada en taller, cuando la cantidad de pedido es demasiado grande, así también el tipo de pedido y despacho.

Siguiendo, **dimensión máxima posición de inventario**, para poder identificar cuanto se debe tener en stock de cada repuesto, es necesario calcular la máxima posición de inventario, por el cual determinarían la cantidad de stock suficiente para atender a diario el nivel normal de ventas, por lo tanto, la máxima posición de inventario es determinado por el factor de pedido por el promedio de demanda mensual. Asimismo, la **dimensión cantidad de pedido sugerido**, es la cantidad que se debe pedir para alcanzar el MIP. Por último, la **dimensión meses de stock** es referente al tiempo calculado en días y al término del mes en que un repuesto permanece en inventario de esta manera se puede calcular el costo de almacenar que al mismo tiempo son los costos de inventario.

Por otro lado, **la comercialización interna** se expresa por diversos enfoques y teorías, de acuerdo con Jerome McCarthy principal representante de las 4p, cuyo motivo principal fue presentar que para la comercialización de cualquier bien o servicio tiene que cumplir con ciertas características y que deben mantenerse en equilibrio, la promoción está expresada para visualizar los diferentes recursos para la difusión con respecto a la publicidad, ventas, de esta manera estimar la demanda. El producto, es el elemento de comercio en sí, donde requiere diversos elementos que satisfaga al mercado (Li & Mao, 2018), (Ružić & Benazić, 2021), (Johnson et al., 2022) (Cruzado et al., 2022).

Por otro lado, **la teoría de la jerarquía de Maslow**, explica la comercialización en un contexto de necesidades, comprender la Jerarquía de necesidades de Maslow puede ayudar a los especialistas en marketing a crear estrategias de marketing más efectivas al identificar y enfocarse en las necesidades específicas de su público objetivo (Sumini, 2020), (Ružić & Benazić, 2018). Por ejemplo, las necesidades fisiológicas, una empresa de automóviles podría enfatizar las características de seguridad de sus vehículos y zonas de deformación, para apelar a la necesidad básica de seguridad física. Así también, las necesidades de seguridad podrían promover la estabilidad y confiabilidad de su marca. Podrían usar mensajes que destaquen su compromiso con la calidad y la longevidad para apelar a la necesidad de estabilidad y previsibilidad. En cuanto a las necesidades de amor y

pertenencia, podría una empresa de automóviles podría crear anuncios que se centren las características que guardan acercamiento con la emoción con propiedad de un automóvil. Por ejemplo, podrían crear anuncios que muestren la unión de familias y la creación de recuerdos mientras conducen juntos, o amigos que viajan por carretera y tienen aventuras. Al enfatizar los aspectos sociales de la propiedad de un automóvil, pueden apelar a la necesidad de interacción social y un sentido de pertenencia. Estas diferentes necesidades con sus estrategias de ventas, una empresa de automóviles puede crear mensajes que resuenen con los consumidores en un nivel más profundo, impulsando un mayor compromiso.

Siguiendo, la comercialización interna es definida como el proceso de venta de elementos tangibles o servicios a las áreas o partes interesadas internas como a los propios empleados o departamentos dentro de la una misma empresa (Shanahan & Hopkins, 2019), (Hengstebeck et al., 2022). Así también, es el uso de técnicas de venta y comunicación persuasiva para influir en las partes interesadas internas para que adopten nuevos productos, servicios o procesos dentro de una empresa (Tripathi & Mishra, 2022), (Johnson et al., 2022). Esta referido a las ventas de artículos para el conjunto interno, de esta manera poder mejorar su capacidad para atender a la demanda (Kim et al., 2022). Las ventas internas requieren una comprensión profunda de la estructura organizacional interna, incluidas las funciones y responsabilidades de los diferentes departamentos, para promover y vender productos o servicios de manera efectiva (Ružić & Benazić, 2021), (Safkaur, 2021).

Las **dimensiones** de la comercialización interna fue comprendida por la **dimensión demanda general**, la cual corresponde al total de repuestos requeridos a nivel global tanto por los clientes externos como internos, **demanda de taller**, está referido a la cantidad requerida de repuestos de forma particular por los talleres, y por último el **alcance porcentual**, viene a ser, la cantidad en términos porcentuales al dividir la demanda general y del taller, de este modo determinar la cantidad requerida para cada una de las partes.

### III. METODOLOGÍA

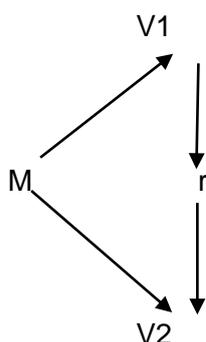
#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1 Tipo de estudio

Fue básico debido a que en la trayectoria de recopilación de información y prueba de teorías se obtuvieron nuevos conocimientos en el contexto actual. De acuerdo con CONCYTEC (2018), los estudios básicos son guiados a la generación de data actual, siendo estos representativos para la solución de conflictos.

##### 3.1.2 Diseño de investigación

Cuando se limita a solo la observación y captación de data en un entorno natural sin intervenir en el accionar de algún fenómeno, se dice que es un estudio no experimental. De acuerdo con, Hernández & Mendoza (2018), la simple observación y la poca o nula intervención en el ambiente donde actúan las variables es considerada para las investigación no experimentales. A su vez, fue transversal debido a que solo se acaparará un solo periodo determinado en un año. Del mismo modo, el estudio se presentará como descriptivo, así como correlacional. De acuerdo con Almeyda et al. (2019), este diseño representa la fuerza de la interacción y asociación de dos o más elementos guardando características que las comprenden, se muestra la siguiente representación del diseño:



Dónde:

M = Muestra

V1 = Control de inventario

V2 = Comercialización interna

r = Relación de las variables de estudio

### 3.2. Variables y operacionalización:

Para dar conocimiento, las variables serán cuantitativas (ver anexo 1)

**Variable 1:** Control de inventario

**Variable 2:** Comercialización interna

### 3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

#### 3.3.1 Población:

La población fue conformada por 1000 reportes de ítems de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto 2022. Conceptualizado como el grupo objetos, que guardan similitudes en común donde son de gran interés para su estudio (Hernández & Mendoza, 2018).

#### 3.3.2 Criterios de selección

**Criterios de inclusión:** Repuestos de movimiento rápido que comprenden demanda desde 3 hasta mayor de 16.5 veces vendidas. Repuestos con movimiento medio, con demanda mínima de 0.8 hasta 3 veces vendidas.

**Criterios de exclusión:** Se descartan aquellos ítems de repuesto con movimiento lento, sin movimientos o sin venta.

**3.3.3 Muestra:** Estuvo conformado por 122 reportes de ítems de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto 2022.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{E^2(N-1) + Z^2 pq}$$

Donde:

Población (N)= 1000

Probabilidad de ocurrencia (p)= 0.9

Probabilidad de no ocurrencia (q)= 0.1

Nivel de confianza= 1.96 (95% de confianza)

Margen de error (E)= 0.05

Reemplazamos valores

$$n = \frac{(1.96)^2(0.9)(0.1)(1000)}{(0.05)^2(1000-1) + (1.96)^2(0.9)(0.1)}$$

$$n = 122$$

**Muestreo:** Se utilizó el muestreo aleatorio simple para determinar la muestra, de esta manera se obtendrá los artículos representativos para el estudio. Consiste en seleccionar una parte reducida de elementos de una población más grande de tal manera que el entendimiento de todos pueden ser elegidos para participar (Paravié, 2020).

**Unidad de análisis:** Un ítem de repuesto.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

#### Técnica

Para el acopia de data, fue necesario utilizar el análisis documental cual es definido como el proceso de acopio de datos en un tiempo determinado, en su mayoría expresados de forma numérica (Rose & Johnson, 2020).

#### Instrumentos

Se elaboró una ficha de registro de datos para determinar el control de inventarios que se obtuvo abordando dentro del sistema de registro de información de la empresa. El mismo que está dividido en 6 dimensiones: D1: Promedio de demanda mensual con escala de bajo (1), medio (2), alto (3), D2: Clase de movimiento de inventario clasificado en A, B, C. D3: Tipo de pedido. D4: Máxima posición de inventario con escala de

bajo (1), medio (2) y alto (3), D5: Cantidad de stock sugerido con escala de bajo (1), medio (2) y alto (3). D6: Meses de stock: con escala de bajo (1), medio (2) y alto (3), la variable en general estuvo medido en una escala de Likert de malo (1), regular (2) y bueno (3). Del mismo modo, la variable en general fue medida a través de un baremo:

**Tabla 1**  
*Baremo de control de inventario*

BAREMO	
> 1.5	MALO
> 1.0 a 1.50	BUENO
> 0.1 a <=1	REGULAR
0.0 a <=0.1	MALO

*Nota.* Elaboración propia

Por otro lado, la ficha de registro que se utilizará para la comercialización interna, dividido en tres dimensiones: D1 Demanda general con escala de bajo (1), medio (2) y alto (3), D2 demanda de taller con escala de bajo (1), medio (2) y alto (3), D3 alcance porcentual con escala de bajo (1), medio (2) y alto (3), así mismo la variable en general está en una escala ordinal medidos en la escala de Likert de malo (1), regular (2) y bueno (3). Del mismo modo, la variable en general fue medida a través de un baremo:

**Tabla 2**  
*Baremo de comercialización interna*

BAREMO	
0 % A 50%	BUENO
51 % A 80%	REGULAR
81% A MAS	MALO

*Nota.* Elaboración propia

De acuerdo con, Paravié (2020) las fichas de registro establecen una estructura que da entendimiento para examinar un conjunto de datos para llegar a su correcta interpretación.

**Validez:** Se procedió por escoger a cinco expertos para la fase de validez quienes dieron recomendaciones y su apreciación crítica con respecto a los instrumentos. De este modo la validez pretende definir en cuánto el cuestionario puede alcanzar con objetividad medir el fenómeno a estudiar (Patil & Aditya, 2020).

**Tabla 3**  
*Validez de expertos*

Variable	Nº	Especialidad	Promedio de validez	Opinión del experto
Control de inventario	1	Metodólogo	3.82	Es aplicable
	2	Metodólogo	3,45	El instrumento es válido, puede ser aplicado.
	3	Especialista	3,7	Apto para su aplicación.
	4	Especialista	4	Apto para su aplicación
	5	Especialista	4	Apto para su aplicación
Comercialización interna	1	Metodólogo	3,78	Es aplicable
	2	metodólogo	3,56	El instrumento es válido, puede ser aplicado.
	3	Especialista	3,67	Apto para su aplicación.
	4	Especialista	4	Apto para su aplicación
	5	Especialista	4	Apto para su aplicación

**Fuente:** Elaboración propia

El juicio de expertos implica buscar e incorporar el asesoramiento de personas que poseen amplios conocimientos, experiencia y pericia en un campo particular (Hall & Van Ryzin, 2019). De acuerdo con los resultados de validez de Ayken se obtuvieron puntajes satisfactorios y válidos para las fichas de registro con un 0.93 y 0.93 respectivamente.

**Confiabilidad:** Se fue determinada por los resultados de alfa de Cronbach aplicado a una muestra piloto de 15 ítems de repuesto los cuales se obtuvo una fiabilidad de 0,783 y 0.813 satisfactorios, los resultados están adjuntos en anexos. Este coeficiente está definido como el grado en que una medida establece la relevancia y reconocimiento de confianza para examinar el elemento (Ahmed & Ishtiaq, 2021).

**Tabla 4**

*Alfa de Cronbach*

Variable	Nº de ítems	Alpha de Cronbach
Control de inventario	6	0.783
Comercialización interna	3	0.813

**Fuente:** Elaboración propia

### 3.5. Procedimientos

En el transcurso de captación de información, se empezó por la elaboración de dos fichas de registro de datos, se solicitaron los permisos a la gerencia de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. en cuanto a la data de control de inventario así como la comercialización interna, siendo la solicitud aprobada, se procedió a tomar la información y estructurar de acuerdo a los criterios tomados para su medición, después se siguieron los procesos para su procesamiento estadístico, para luego mostrarlos en el acápite cuatro que es de resultados.

### 3.6. Métodos de análisis de datos

Para realizar el correcto análisis se necesitó el Software Excel para el ordenamiento de la data así también el programa Spss. 27, donde se vació la información captada por los instrumentos, de este se hizo un análisis descriptivo donde se pudo evidenciar los niveles de las variables así también se dispuso a realizar un análisis inferencial donde se midió la fuerza asociación entre las mismas, todos los resultados están visualizados en figuras y tablas de frecuencia para su mayor entendimiento, se utilizó Rho de Spearman para identificar la asociación. Los resultados fueron interpretados por la siguiente tabla:

**Tabla 5**

*Rangos de correlación*

RANGO	RELACION
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

*Fuente: Hernández Sampieri, 2014.*

### 3.7. Aspectos éticos

De acuerdo con López (2018) se trabajó bajo los principios éticos que se fueron en primer momento el de **beneficencia**, debido a que el estudio resolvió y dio soluciones a los conflictos que conlleva un mal control de inventario ya que se verá reflejado en la comercialización tanto externa e interna, de este modo se brindaron diversas soluciones para beneficio de la empresa. Así también, fue de **no maleficencia** ya que el análisis

de los datos tomados del sistema de la empresa solo fue presentado para fines académicos de este modo, no se perjudicó de ninguna manera a la organización. El principio de **autonomía** ya que no se manipuló el procesamiento de datos para favorecer o perjudicar al resultado final, se limitó a solo mostrar tal cual se presente. Fue de **justicia**, ya que se brindó tratamiento toda la muestra de la misma forma, que se tuvieron en consideración por igual.

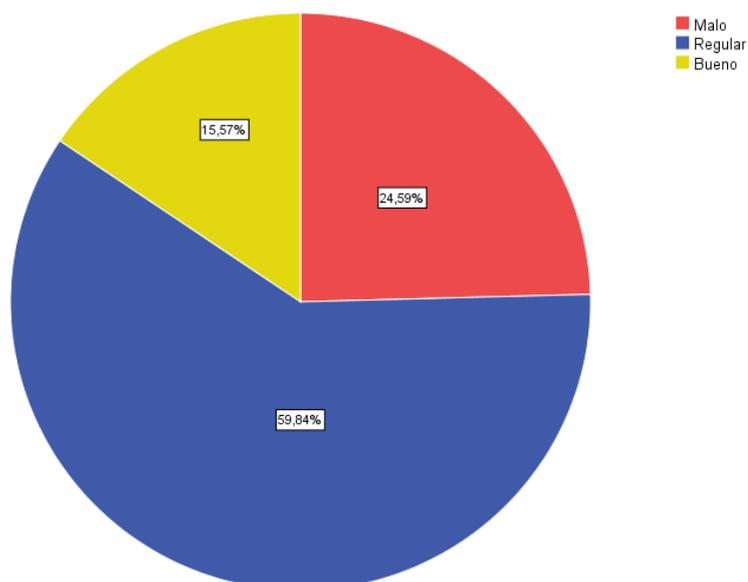
#### IV. RESULTADOS

Por consiguiente, se evidencian los resultados a partir del análisis estadístico de la captación de data con respecto al control de inventario y comercialización interna de repuestos en la empresa AUTNORT NOR ORIENTE S.AC, de este modo se presenta lo siguiente:

##### 4.1 Grado de control de inventario de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022.

**Figura 1**

*Grado de control de inventario*



**Fuente:** Ficha de registro de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022.

##### **Interpretación:**

En la figura 1, se indican los resultados a partir del análisis de las fichas de registro de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., el cual refleja el grado de control de inventario. Al respecto, evidencia un 59.84% reflejan que el control de inventario de los ítems de repuesto es regular, 24.59% malo y 15.57% bueno. Por lo tanto, dado la hipótesis planteada en el estudio que fue la siguiente:

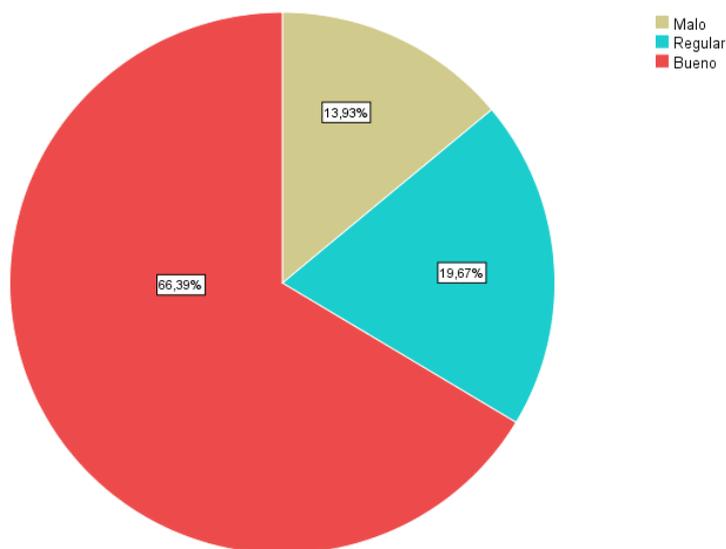
H1: El grado de control de inventario de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022, es bueno.

Se evidencia que, en su mayoría, los resultados indican que el control de inventario es regular y se rechaza la hipótesis descriptiva.

## 4.2 Grado de la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.

**Figura 2**

*Grado de comercialización interna*



**Fuente:** Ficha de registro de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022.

### **Interpretación:**

En la figura 2, se indican los resultados a partir del análisis de las fichas de registro de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., el cual refleja el grado de comercialización interna. Al respecto, evidencia un 66,39% reflejan que la comercialización interna de los ítems de repuesto es buena, el 19,67% regular y 13,93% malo. Por lo tanto, dado la hipótesis planteada en el estudio que fue la siguiente:

H1: El grado de comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022, es bueno.

Se evidencia que, en su mayoría, los resultados indican que el control de inventario es bueno, por consiguiente, se acepta la hipótesis descriptiva.

### 4.3 Relación entre las dimensiones de control de inventarios y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.

**Tabla 6**

*Relación a nivel de dimensiones*

<b>Dimensiones</b>	<b>Coef. Spearman</b>	<b>Nivel de correlación</b>	<b>Sig. (bilateral)</b>	<b>La correlación es significativa:</b>
Promedio de demanda mensual	0.017	Positiva muy baja	0.848	No
Clase de movimiento	-0.197*	Negativa muy baja	0.030	Si (0.05)
Tipo de pedido	0.056	Positiva muy baja	0.538	No
Máximo posición de inventario	0.079	Positiva muy baja	0.385	No
Cantidad de pedido sugerido	0.112	Positiva muy baja	0.219	No
Meses de Stock	0.085	Positiva muy baja	0.528	No

**Fuente:** Ficha de registro de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022.

#### **Interpretación:**

La tabla 6, evidencia la relación entre la dimensión promedio de demanda mensual con un Rho de Spearman de 0.017 correlación positiva muy baja no significativa. Clase de movimiento expresa un coeficiente de  $r = -0.197$  correlación negativa muy baja significativa. Tipo de pedido con un  $r = 0.056$  positiva muy baja no significativa. Máxima posición de inventario  $r = 0.079$  positiva muy baja no significativa. Cantidad de pedido sugerido  $r = 0.112$  correlación positiva muy baja no significativa y por ultimo meses de stock  $r = 0.085$  positiva muy baja.

#### 4.4 Relación entre el control de inventarios y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.

Para identificar el coeficiente de correlación a utilizar, primero se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov, debido a que la muestra fueron 122 ítems, de eso modo, el criterio de decisión es la siguiente: si la significación en sus siglas (sig.) es mayor a 0.05 podemos decir que los datos concuerdan en una distribución normal y se utilizará la el coeficiente de Pearson, en caso contrario se utilizará Rho Spearman. Por lo tanto, se evidencian los resultados de normalidad en la siguiente tabla:

**Tabla 7**

*Prueba de normalidad*

Variables	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
control de inventario	0.311	122	0.000
Comercialización interna	0.407	122	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Fuente:** Ficha de registro de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022.

Por consiguiente, la significación resultó menor a 0.05 por lo tanto se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman.

**Tabla 8** *Relación entre el control de inventarios y la comercialización interna*

			Control de inventario	Comercialización interna
Rho de Spearman	Control de inventario	Coeficiente de correlación	1.000	0.038
		Sig. (bilateral)		0.679
		N	122	122
	Comercialización Interna	Coeficiente de correlación	0.038	1.000
		Sig. (bilateral)	0.679	
		N	122	122

**Fuente:** Ficha de registro de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022.

### Interpretación:

En la investigación se plantearon las siguientes hipótesis:

Hi: Existe relación entre el control de inventario y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.

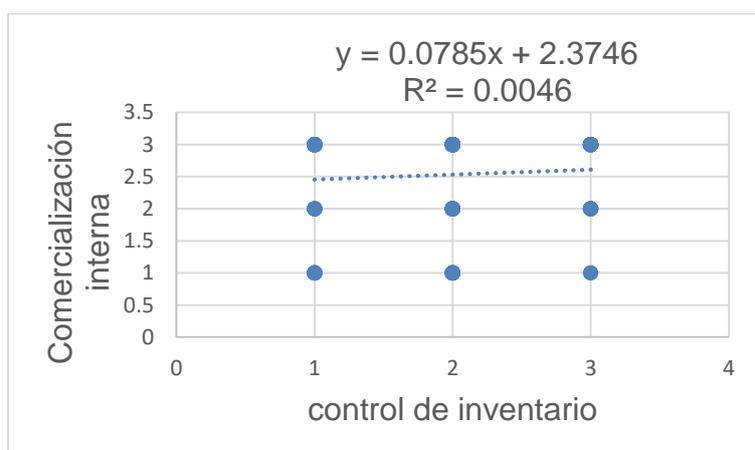
Ho: No existe relación entre el control de inventario y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.

La evidencia muestra un valor de Rho de Spearman de 0.038 correlación positiva muy baja y un sig= 0.679 no significativa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, donde si existe relación entre el control de inventario y la comercialización interna.

Así también, se analizó mediante el coeficiente de determinación  $R^2$  cuyos resultados evidencian un valor de  $R^2$  de 0.0046, indicando que 0,46% de la variabilidad de la comercialización interna está explicada por el control de inventarios. El cual se representa en la siguiente figura:

**Figura 3**

*Gráfica de dispersión*



**Fuente:** Ficha de registro de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022.

## V. DISCUSIÓN

Después de haber evidenciado los resultados expuestos en el capítulo anterior sobre el control de inventarios, así como de la comercialización interna de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. Se considera que un 59.84% reflejan que el control de inventario es regular, 24.59% malo y 15.57% bueno, en tal sentido se evidencia que efectivamente que existe un problema con respecto al control de inventarios donde lo óptimo no es irregular si no que los ítems de repuesto lleguen a tener una rotación de inventario bueno, lo que significa que se está manteniendo un Stock encima del tiempo necesario el cual con lleva que la empresa tenga costos adicionales innecesarios por el mismo mantenimiento de los repuestos, así también se puede evidenciar que no sólo son los repuestos que tienen exceso de tiempo en almacén si no aquellos que necesitan tener una rotación más continua.

Referente a este punto se concuerda con Ngatilah et al. (2020), quien menciona que, en el sector automotriz uno de los desafíos más difíciles es administrar y controlar niveles de existencias el cual es fundamental acercarse con detalle a las tendencias requeridas por el público para mejorar el servicio en cuestión al mercado automotriz, es de malestar que en este rubro los altos índices de incertidumbre para las proyecciones de demanda de las piezas requeridas por el público. En ese contexto, es difícil gestionar toda la cadena de almacén donde presenta realmente un reto distribuir sin tener los datos referentes para cubrir los requerimientos, así como la demanda variante, el cual de cierta manera va perjudicar a la realización óptima de ventas. Asimismo, el almacenaje de dichos repuestos que tienen poca rotación o simplemente no se venden, son costos altos que, para la empresa, estos problemas no agregan valor al producto, por lo tanto, se debe adoptar el concepto de planificación de requisitos de material para encontrar el tiempo de entrega correcto para que pueda minimizar el costo total de inventario y distribución en la cadena de suministro.

Con respecto a lo mencionado, Ngatilah et al. (2020), en la problemática planteada de este estudio con respecto a estimar la demanda es un desafío

importante que enfrenta la empresa en cuanto al control de existencias, los componentes esenciales para la fabricación de aceite de Toyota es escasa, desabastecimiento que no logra satisfacer la demanda, los factores externos como la inflación a nivel mundial por Covid – 19, así como las guerras entre países ha perjudicado que las importaciones no lleguen en los plazos establecidos, durante el primer trimestre del 2022, así también, repercutiendo en el año 2023, se muestra una recuperación pero baja de producción de vehículos, las importaciones habían disminuido, por lo tanto, no se logra tener un punto de referencia para tener un control de inventario exacto ya que la demanda era variante de esta manera las fluctuaciones perjudicaban al control.

Otro punto, es el ingreso de productos de repuesto de vehículos al Perú por contrabando, así como productos falsificados de las piezas con más alta rotación, que generaban una gran brecha en precios con respecto a los productos legítimos de la marca, esto causa una variación en la demanda proyectada por la empresa, debido a que los clientes de manera externa adquieren las piezas que no son Toyota. Este es un caso que escapa de las proyecciones y cálculos que la empresa realiza, debido al mercado negro que maneja esta industria, la estimación promedio de la importación de dichos productos falsos, no solo perjudica la propia venta de los originales, sino que, también al ser más baratos, estos en un periodo suelen perjudicar a las demás piezas del vehículo, afectado al usuario final que por ahorrarse un monto terminó perjudicándose aún más.

Continuando con el segundo objetivo específico el grado de comercialización interna refleja que 66,39% es buena, el 19.67% regular y 13.93% malo, si bien se puede identificar un porcentaje elevado de los ítems de repuesto están en el rango de buena comercialización, es necesario enfocar en aquellos productos que tienen comercialización regular y malo, ya que la empresa destina recursos, para que, la venta de los repuestos en los talleres a nivel nacional sea la óptima, existen problemas externos que perjudican a que no todos los repuestos proyectados se vendan en la misma frecuencia, lo cual

conlleva a incurrir en costos que perjudican a la empresa. Sin embargo, tener stock a la mano a su vez estimula la demanda y reducir daños a los productos que están en constante rotación.

Este enfoque guarda similitud con lo mencionado por, Zondo et al., (2020), la práctica tradicional de la cadena de suministro utiliza secuencias de actividades débilmente conectadas tanto, dentro como, fuera de la organización, esto conduce a desalineaciones en el suministro, no influenció en los volúmenes de producción ni en los costos de inventario. Sin embargo, tiene la capacidad de reducir los daños en los productos, lo cual, no afecta al aumento de ventas, pero si reduce considerablemente a la reducción de piezas dañadas que son un costo para la empresa. En muchos casos, los accidentes dentro de la empresa debido a las diversas actividades donde no se controlan ni manipulan de la manera adecuada, y suelen dañarse las piezas de repuestos, estas representan pérdidas para la empresa.

Otro enfoque, que genera pérdidas para la empresa es no contar con el stock suficiente a la hora por disponibilidad, para suplir los requerimientos de los consumidores, por lo tanto, si la empresa no cuenta con una política definida para el almacén de los repuestos impide determinar con exactitud la cantidad de repuestos, del mismo modo, al no conocer los ítems, hace que algunos generen sobre costos por su muy baja rotación y en algunos casos repuestos obsoletos. Idea que concuerda con la teoría contemporánea, el cual explica que la fluctuación de ciertos productos de más en el inventario fuera de la proyección de stock total, podría dar cabida al estímulo para que los clientes puedan comprar más, los altos inventarios pueden estimular la demanda por una variedad de razones. Por ejemplo, los inventarios altos pueden aumentar la visibilidad del producto, señalar un producto popular, brindar a los clientes una garantía de altos niveles de servicio y disponibilidad futura, o dispersar un producto en múltiples ubicaciones en el piso de ventas para captar demanda adicional.

La estimulación de la demanda como dos perspectivas de un solo fenómeno, de esta manera, una mayor demanda/ventas requiere que los minoristas administren más inventario para elevar el nivel de servicio y evitar el desabastecimiento, es decir, el efecto de las ventas, mientras aumentan los inventarios demanda/ventas a medida que el minorista mejora su capacidad para atender a más y más variados clientes, es decir, el efecto de estimulación de la demanda. Ambos, efectos han sido investigados extensamente como fenómenos distintos, sin embargo, la relación interactiva y simultánea entre la demanda y los niveles de inventario sigue sin explorarse en gran medida.

En la empresa encontramos que, las piezas de repuesto son el activo operativo crítico para garantizar que una línea de producción continúe, por lo tanto, se deben administrar las piezas de repuesto en los nodos de los clientes que se pueden determinar en el tiempo de suministro, el consumo y la demanda, ya que, en esta cadena de repuesto, el entorno del suministro varía en diferentes periodos, por lo tanto, el formato tradicional de control de inventario en el que se estaba basando la empresa perjudica el funcionamiento de inventarios.

Con respecto a la relación entre las dimensiones del control de inventario y la comercialización interna la dimensión es la cantidad de pedido sugerido con un Rho de Spearman de 0.112, correlación positiva muy baja y no significativa, esta dimensión es un factor determinante, ya que, cuantifica el número de repuestos que debe tener en stock para que no falte de acuerdo a los registros de ventas, por lo tanto, un cambio sustancial o una fractura de stock sometería a que las actividades dentro del taller se detengan por culpa de que existan los repuestos requeridas en su debido tiempo, asimismo, dado los factores externos de inflación así como crisis mundiales existen variación de los precios que perjudican a la empresa, de este modo se sugiere una fijación a modo dinámico de precios teniendo en cuenta la competencia.

En concordancia con, Ye et al. (2022), quien expresa que desarrollar un modelo desarrollar un modelo funcional que tome en cuenta los datos

históricos y las referencias de mercado actual para tomar o desarrollar estrategias de acuerdo con una fijación dinámica de precios, mejora el control de inventario de acuerdo al aprendizaje de los ciclos demanda, donde, las ventas aumentan o disminuyen, por lo tanto, es factible y efectivo adquirir productos de los fabricantes cuando los precios se reducen gradualmente, un fabricante a menudo esperará hasta que el otro fabricante reduzca su precio a un punto de inflexión crucial, entonces su beneficio mostrará un cambio cualitativo en lugar de un cambio real. Analizar los ciclos de demanda, donde la compra de un bien se vuelve apreciada por los consumidores durante ciertos periodos, es necesario ya haber implementado los requerimientos para tener existencias suficientes para abastecer a los clientes, y de modo contrario, abastecerse de más cuando son épocas bajas, lleva un sobre costo en los inventarios.

Asimismo, se enfatiza en que el control de inventario es la pérdida de ventas en un entorno de demanda cambiante, en un horizonte de planificación que puede variar de acuerdo a las estrategias de la empresa, las distribuciones de la demanda pueden cambiar, pero la empresa no conoce las distribuciones de la demanda antes o después de cada cambio, los períodos de tiempo en que ocurren los cambios o el número de cambios. Por lo tanto, la empresa necesita detectar cambios y conocer las distribuciones del manejo de mercado donde cada proveedor o tienda alcance su máxima posición es censurada, se necesita una exploración activa en el espacio del inventario para un algoritmo de detección y aprendizaje razonable.

Por último, el estudio buscó la relación entre el control de inventario y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022. Se determinó como positiva muy baja con un resultado de Rho de Spearman de 0.038 y no significativa, con un primer acercamiento que los niveles de control de inventarios realmente afectarían a la distribución y venta de repuestos en los talleres autorizados de la empresa, sin embargo, los resultados muestran una fuerza de asociación muy baja, por lo tanto, se indaga en estrategias de mejorar cada una de las variables de

manera individual, ya que de acuerdo con los resultados estos no llevarían a tomar decisiones con exactitud, sin embargo, es propicio que la directiva de la empresa pueda evidenciar estos datos para tener en cuenta su situación y que medidas abordar de acuerdo al contexto.

En cuanto a las limitantes del estudio, fue la captación de información ya que de acuerdo a la segmentación se tuvo que escoger a los ítems de repuestos más representativos, el cual conllevó un análisis más profundo con ayuda del soporte técnico de la empresa, quienes ayudaron en gran medida a la captación y ordenamiento del sistema, las precisiones del baremos fueron adecuadas con respecto a los lineamientos de la empresa que bajo ciertas normas tienen los parámetros establecidos para saber cuándo es necesario actualizar el stock, asimismo, el limitante factor del tiempo ya que es limitado de acuerdo al cronograma de la institución, sin embargo, la captación y elaboración de todo el informe fue satisfactorio.

Se finaliza recomendando a todas aquellas investigaciones que pretender estudiar el control inventario, así como la comercialización interna puedan tomar referencia de las teorías, definiciones, así como los instrumentos proporcionados en este estudio para dar idea o ampliar su visión de cómo medir dichas variables, ya que cada empresa tiene diferente manejo de inventario y su comercialización varía de acuerdo al rubro.

## **VI. CONCLUSIONES**

- 6.1** La relación entre el control de inventarios y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022, se determinó como positiva muy baja con un resultado de Rho de Spearman de 0.038 y no significativa; manifestando que se deben tomar acciones para el mejoramiento tanto del control de inventarios en cuanto a tener el stock sugerido necesario para atender la demanda. Por otro lado, mejorar la comercialización interna de repuesto tomando acciones para deshacer aquellos productos que no muestran rotación o venta alguna en periodos extensos ya que causa costos innecesarios para la empresa.
- 6.2** El grado de control de inventario la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022, fue medido como 59.84% es regular. Esto expone de manera atenuante el mejoramiento de tener un mejor control de inventario 73 de cada 122 ítems de repuesto indican que no se está manejando las existencias necesarias para demanda comercial.
- 6.3** El grado de comercialización interna de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022, refleja que 66,39% es buena. De este modo se considera poner foco a aquellos productos de muy baja rotación o que no tienen ventas de acuerdo a la demanda general, así como de los talleres de este modo no incurrir en pérdidas o costos innecesarios de almacenaje.
- 6.4** La dimensión del control de inventario que tiene mayor relación con la comercialización interna de la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022, es la cantidad de pedido sugerido con un Rho de Spearman de 0.112 correlación positiva muy baja y no significativa, esto evidencia la necesidad de implementar estrategias para mantener la cantidad necesaria sugerida para que no exista una futura rotura del stock de este modo cumplir con la demanda.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- 7.1** A la gerencia de post venta de la Empresa Autonort Nor Oriente realizar sondeos de mercado en la zona de San Martin en diferentes periodos de comercialización de venta de repuestos automotrices para la marca Toyota, siendo esta información aprovechada para consolidar la información de los indicadores de control de inventario y la comercialización interna.
  
- 7.2** A la gerencia de post venta de la Empresa Autonort Nor Oriente se recomienda que los repuestos de la alta rotación que tuvieron como resultado en la ficha de registro como regular, incrementar el nivel de stock, siempre verificando que estén en su fase de comercialización para evitar estancamientos de inventarios en el futuro.
  
- 7.3** A la gerencia de post venta de la Empresa Autonort Nor Oriente considerar proyecciones de ingreso, tomando en cuenta el historial de los meses pasados de unidades al taller por mantenimientos periódicos o correctivos, esta recomendación ayudara a fortalecer la disposición inmediata de inventario para atender las necesidades con mayor demanda de partes automotrices en el taller, sin afectar a la demanda total de repuestos en el canal interno y externo del concesionario.
  
- 7.4** A la sub gerencia de repuestos verificar el un ciclo de pedido de cada tres días, esto ayudara a obtener reposiciones de stock frecuentes beneficiando al cliente, elevando su nivel de satisfacción y confianza, así mismo al concesionario teniendo rotación de inventario, bajo costo de inventario, bajo costo de almacenaje y eliminando el tiempo de espera u unidades paralizadas en el taller.

## REFERENCIAS

- Ahmed, I., & Ishtiaq, S. (2021). Reliability and validity: Importance in Medical Research. *Journal of the Pakistan Medical Association*, 71(10), 2401-2406. <https://doi.org/10.47391/JPMA.06-861>
- Alamdari, N. E., & Savard, G. (2021). Deep reinforcement learning in seat inventory control problem: An action generation approach. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 20(5), 566-579. <https://doi.org/10.1057/s41272-020-00275-x>
- Alfares, H. K., & Ghaithan, A. M. (2022). A Generalized Production-Inventory Model with Variable Production, Demand, and Cost Rates. *Arabian Journal for Science and Engineering*, 47(3), 3963-3978. <https://doi.org/10.1007/s13369-021-06516-4>
- Alfaro, F. G., Jacinto, D. V., Flores, A. E., Alvarez, J. C., & Trianni, A. (2022). Lean Service-inventory Management Integrated Model to Improve the Service Level in a Metalworking Company. *2022 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)*, 1551-1555. <https://doi.org/10.1109/IEEM55944.2022.9989617>
- Almeyda, A., Otero, D., & García, A. (2019). Formación de competencias de investigación en la Facultad de Psicología de la Universidad de la Habana. Su evolución a través de diferentes. *Katharsis*, 102-114.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2023). *Reporte de inflación 2022*. <https://www.bcrp.gob.pe/>
- Becker, M., Hoberg, K., & Protopappa, M. (2020). Multiperiod Inventory Management with Budget Cycles: Rational and Behavioral Decision-Making. *Production and Operations Management*, 29(3), 643-663. <https://doi.org/10.1111/poms.13123>
- Calderón, A. E., Naval, E., Zúñiga, A., & Vásquez, S. (2022). Propuesta de mejora de control de inventarios para la empresa Ferconor SAC. *Revista Visión Contable*, 25, 65-96. <https://doi.org/10.24142/rvc.n25a4>
- Chen, B. (2021). Data-Driven Inventory Control with Shifting Demand. *Production and Operations Management*, 30(5), 1365-1385. <https://doi.org/10.1111/poms.13326>

- Chen, S., Li, Y., & Zhou, W. (2019). Joint Decisions for Blood Collection and Platelet Inventory Control. *Production and Operations Management*, poms.13009. <https://doi.org/10.1111/poms.13009>
- Chuang, C.-H., & Zhao, Y. (2019). Demand stimulation in finished-goods inventory management: Empirical evidence from General Motors dealerships. *International Journal of Production Economics*, 208, 208-220. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.11.013>
- CONCYTEC. (2018). *Programa Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación* (p. 60).
- Cruzado, J. N., Aguilar, P. V., Otiniano, M. Y., & Calvanapon, F. A. (2022). Digital marketing strategy to improve the level of sales sales in a commercial company—Peru. *Proceedings of the 2nd LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (LEIRD 2022): "Exponential Technologies and Global Challenges: Moving toward a new culture of entrepreneurship and innovation for sustainable development"*. 2nd LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (LEIRD 2022): "Exponential Technologies and Global Challenges: Moving toward a new culture of entrepreneurship and innovation for sustainable development". <https://doi.org/10.18687/LEIRD2022.1.1.145>
- Dechawatanapaisal, D. (2018). Employee retention: The effects of internal branding and brand attitudes in sales organizations. *Personnel Review*, 47(3), 675-693. <https://doi.org/10.1108/PR-06-2017-0193>
- Duan, Y., & Cao, Y. (2021). Optimal pricing and deteriorating inventory control when inventory stimulates stochastic demand with reference price effect. *RAIRO - Operations Research*, 55, S1803-S1821. <https://doi.org/10.1051/ro/2020054>
- Dural, G., Rossi, R., Kilic, O. A., & Tarim, A. (2020). The benefit of receding horizon control: Near-optimal policies for stochastic inventory control. *Omega*, 97, 102091. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2019.07.007>
- Esmaili, N., Norman, B. A., & Rajgopal, J. (2019). Exact analysis of inventory control systems with lost sales and zero lead time. *Naval Research Logistics (NRL)*, 66(2), 123-132. <https://doi.org/10.1002/nav.21833>

- Feinberg, E. A., & Liang, Y. (2022). On the optimality equation for average cost Markov decision processes and its validity for inventory control. *Annals of Operations Research*, 317(2), 569-586. <https://doi.org/10.1007/s10479-017-2561-9>
- Gestión. (2019, julio 4). *Empresas elevan ventas en 25% al automatizar gestión de inventarios | ECONOMIA*. Gestión; NOTICIAS GESTIÓN. <https://gestion.pe/economia/empresas/empresas-elevan-ventas-25-automatizar-gestion-inventarios-272267-noticia/>
- Goutam, R. (2022). Effective Inventory Management of Selectable Parts (Shims or Spacers) In the Automobile Industry. *Neuroquantology*. <https://doi.org/10.14704/nq.2022.20.10.NQ55369>
- Guo, Y., Shi, Q., & Guo, C. (2022). Multi-Period Spare Parts Supply Chain Network Optimization under (T, s, S) Inventory Control Policy with Improved Dynamic Particle Swarm Optimization. *Electronics (Basel)*, 11(21), 3454-. <https://doi.org/10.3390/electronics11213454>
- Guo, Z., Sun, Y., Tian, S., & Li, Z. (2023). A Distributionally Robust Fuzzy Optimization Method for Single-Period Inventory Management Problems. *Scientific Programming*, 2023, 1-15. <https://doi.org/10.1155/2023/1606642>
- Hall, J. L., & Van Ryzin, G. G. (2019). A Norm of Evidence and Research in Decision-making (NERD): Scale Development, Reliability, and Validity. *Public Administration Review*, 79(3), 321-329. <https://doi.org/10.1111/puar.12995>
- Helal, M. A., Bensoussan, A., Ramakrishna, V., & Sethi, S. P. (2021). A Mathematical Method for Optimal Inventory Policies with Backlog Sales. *International Journal for Traffic & Transport Engineering*, 11(2), 323-340. [https://doi.org/10.7708/ijtte2021.11\(2\).11](https://doi.org/10.7708/ijtte2021.11(2).11)
- Hengstebeck, B. B., Kassemeier, R., & Wieseke, J. (2022). What comprises a successful key account manager? Differences in the drivers of sales performance between key account managers and regular salespeople. *Industrial Marketing Management*, 106, 392-404. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.09.003>
- Hernández, R., & Mendoza, R. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

- Hofverberg, A., & Winberg, M. (2020). Challenging the Universality of Achievement Goal Models: A Comparison of Two Culturally Distinct Countries. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 64(3), 333-354. <https://doi.org/10.1080/00313831.2018.1544170>
- Huang, J., & Song, J. (2018). Optimal inventory control with sequential online auction in agriculture supply chain: An agent-based simulation optimisation approach. *International Journal of Production Research*, 56(6), 2322-2338. <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1373203>
- Hwang, I., Jung, T., Lee, W., & Yang, D. G. (2021). Asymmetric Inventory Management and the Direction of Sales Changes\*. *Contemporary Accounting Research*, 38(1), 676-706. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12635>
- IPE. (2022, agosto 1). Inversión privada caería casi 5% en el segundo semestre del 2022. *Instituto Peruano de Economía*. <https://www.ipe.org.pe/portal/inversion-privada-caeria-casi-5-en-el-segundo-semester-del-2022/>
- Jackson, I., Tolujevs, J., & Kegenbekov, Z. (2020). Review of Inventory Control Models: A Classification Based on Methods of Obtaining Optimal Control Parameters. *Transport and Telecommunication Journal*, 21(3), 191-202. <https://doi.org/10.2478/ttj-2020-0015>
- Johnson, A., Billups, J., & Poddar, A. (2022). THE MANDATORY INTERNAL ROLE-PLAY SALES COMPETITION: EFFECTS ON CLASSROOM EFFICIENCY AND SALES CAREER INTENT. *Marketing Education Review*, 32(1), 54-64. <https://doi.org/10.1080/10528008.2021.1910522>
- Khatua, D., De, A., Maity, K., & Kar, S. (2019). Use of “e” and “g” operators to a fuzzy production inventory control model for substitute items. *RAIRO - Operations Research*, 53(2), 473-486. <https://doi.org/10.1051/ro/2017047>
- Khazraji, H., Cole, C., & Guo, W. (2018). Analysing the impact of different classical controller strategies on the dynamics performance of production-inventory systems using state space approach. *Journal of Modelling in Management*, 13(1), 211-235. <https://doi.org/10.1108/JM2-08-2016-0071>
- Kiesmüller, G. P., & Inderfurth, K. (2018). Publisher Correction: Approaches for periodic inventory control under random production yield and fixed setup

- cost. *OR Spectrum*, 40(2), 479-479. <https://doi.org/10.1007/s00291-018-0508-4>
- Kim, J., Lee, J., & Park, J. (2022). Internal Control Weakness and the Asymmetrical Behavior of Selling, General, and Administrative Costs. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 37(1), 259-292. <https://doi.org/10.1177/0148558X19868114>
- Kuntsevich, V., Gubarev, V., & Kondratenko, Y. (2018). *Control Systems: Theory and Applications*. River Publishers. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=2018165&site=eds-live>
- Li, L., & Mao, J. (2018). The effect of CRM use on internal sales management control: An alternative mechanism to realize CRM benefits. *Information & Management*, 49(6), 269-277. <https://doi.org/10.1016/j.im.2012.09.005>
- López, G. (2018). Algunos criterios éticos para una adecuada comunicación interna en las organizaciones. *La Revista Icono* 14, 8(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.264>
- Malladi, S., Erera, A., & White, C. (2020). A dynamic mobile production capacity and inventory control problem. *IISE Transactions*, 52(8), 926-943. <https://doi.org/10.1080/24725854.2019.1693709>
- Martínez, A., Salgado, J. F., & Lado, M. (2022). Quasi-ipsative Forced-Choice Personality Inventories and the Control of Faking: The Biasing Effects of Transient Error. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 38(3), 241-248. <https://doi.org/10.5093/jwop2022a16>
- Meisheri, H., Sultana, N. N., Baranwal, M., Baniwal, V., Nath, S., Verma, S., Ravindran, B., & Khadilkar, H. (2022). Scalable multi-product inventory control with lead time constraints using reinforcement learning. *Neural Computing and Applications*, 34(3), 1735-1757. <https://doi.org/10.1007/s00521-021-06129-w>
- Mo, H., Deng, C., Chen, Y., & Huang, Y. (2022). Partner Matching Mechanism of Hainan Cold Chain Logistics Based on Multiobjective Optimization. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022, 1-9. <https://doi.org/10.1155/2022/5506338>

- Ngatilah, Y., Rahmawati, N., Pujiastuti, C., Porwati, I., & Hutagalung, A. Y. (2020). Inventory Control System Using Distribution Requirement Planning (DRP) (Case Study: Food Company). *Journal of Physics. Conference Series*, 1569(3), 32005-. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1569/3/032005>
- Nowlin, E. L., Doug Walker, & Nwamaka, A. A. (2018). How does salesperson connectedness impact performance? It depends upon the level of internal volatility. *Industrial Marketing Management*, 68, 106-113. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.10.007>
- Paravié, D. (2020). Una Pyme industrial aplicando La metodología de investigación-acción. *Iberoamerican Journal of industrial Engineering*, 1, 45-59.
- Paredes, A., Chud, V., & Osorio, J. (2019). Sistema de control de inventarios multicriterio difuso para repuestos. *Scientia et technica*, 24(4), 595. <https://doi.org/10.22517/23447214.22331>
- Patil, S. & Aditya. (2020). *Research methodology in social sciences*. New India Publishing Agency.
- Pérez, M., & Wong, H. G. W. (2019). Gestión De Inventarios En La Empresa Soho Color Salón & Spa En Trujillo (perú), En 2018. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XIV(27). <https://www.redalyc.org/journal/4096/409658132010/html/>
- Pietroń, R. (2023). Management system structure vs. Behavior – a supply chain simulation analysis. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, 2023(169), 575-597. <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2023.169.35>
- Prak, D., Teunter, R., Babai, Z., Boylan, J., & Syntetos, A. (2021). Robust compound Poisson parameter estimation for inventory control. *Omega*, 104, 102481. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2021.102481>
- Rahaman, M., Mondal, S. P., Alam, S., & Goswami, A. (2021). Synergetic study of inventory management problem in uncertain environment based on memory and learning effects. *Sādhanā*, 46(1), 39. <https://doi.org/10.1007/s12046-021-01562-y>
- Ramos, E., Pettit, T. J., Flanigan, M., Romero, L., & Huayta, K. (2020). Inventory management model based on lean supply chain to increase the service level

- in a distributor of automotive sector. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(2), 113-131. Scopus.
- Rao, K. S., Gopal, R. V., & Siripurapu, A. (2022). Designing of Inventory Management for Determining the Optimal Number of Objects at the Inventory Grouping Based on ABC Analysis. *Reliability: Theory & Applications*, 17(4), 87-97.
- Ritha, W., & Saarumathi, R. (2022). A Sustineri Fabricatio Inventory Exemplar Cum Imperfectus Quality Under Preservation Technology and Investment In Quality Improvement. *Journal of Algebraic Statistics*, 13(3), 2696-2708.
- Rose, J., & Johnson, C. W. (2020). Contextualizing reliability and validity in qualitative research: Toward more rigorous and trustworthy qualitative social science in leisure research. *Journal of Leisure Research*, 51(4), 432-451. <https://doi.org/10.1080/00222216.2020.1722042>
- Ružić, E., & Benazić, D. (2018). Can New Product Selling and Innovation in Sales Be Improved by Using Internal Marketing and Empowerment? *Market-Tržište*, 30(1), 61-75. <https://doi.org/10.22598/mt/2018.30.1.61>
- Ružić, E., & Benazić, D. (2021). The Impact of Internal Knowledge Sharing on Sales Department's Innovativeness and New Product Commercialization. *Organizacija*, 54(2), 147-160. <https://doi.org/10.2478/orga-2021-0010>
- Safkaur, O. (2021). The Influence of Internal Control System, Cash Sales On Regional Asset Management Receipts. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 44-60. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.199>
- Saputro, T. E., Figueira, G., & Almada-Lobo, B. (2021). Integrating supplier selection with inventory management under supply disruptions. *International Journal of Production Research*, 59(11), 3304-3322. <https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1866223>
- Shanahan, K. J., & Hopkins, C. (2019). Level of Agreement Between Sales Managers and Salespeople on the Need for Internal Virtue Ethics and a Direct Path from Satisfaction with Manager to Turnover Intent. *Journal of Business Ethics*, 159(3), 837-848. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3813-6>

- Shi, J. (2022). Optimal continuous production-inventory systems subject to stockout risk. *Annals of Operations Research*, 317(2), 777-804. <https://doi.org/10.1007/s10479-016-2339-5>
- Sinaga, M. S., Purba, O., & Nasution, H. (2020). Finite Markov Chain in Inventory Control. *Journal of Physics: Conference Series*, 1462(1), 012039. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1462/1/012039>
- Stolyar, A. L., & Wang, Q. (2022). Exploiting Random Lead Times for Significant Inventory Cost Savings. *Operations Research*, 70(4), 2496-2516. <https://doi.org/10.1287/opre.2021.2129>
- Sumini, S. (2020). Management Accounting System, Internal Control of Credit Sales and Accounts Receivable Collections in Bakery Industry. *International Journal of Finance & Banking Studies (2147-4486)*, 9(3), 105-111. <https://doi.org/10.20525/ijfbs.v9i3.812>
- Taboada, H., Davizón, Y. A., Espíritu, J. F., & Sánchez-Leal, J. (2022). Mathematical Modeling and Optimal Control for a Class of Dynamic Supply Chain: A Systems Theory Approach. *Applied Sciences*, 12(11), 5347. <https://doi.org/10.3390/app12115347>
- Taylor, L., & Asthana, R. (2018). Applying Theory of Constraints Principles and Goldratt's Thinking Process to the Problems Associated with Inventory Control. *Business Journal for Entrepreneurs*, 2018(1), 83-104.
- Torres, G. (2021). El deterioro de los inventarios y la disminución de la utilidad neta en las empresas industriales del Perú: The impairment of inventories and the decrease in net income in industrial companies in Peru. *Revista Espacios*, 42(14), 1-17. <https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n14p01>
- Tripathi, V., & Mishra, S. (2022). Is Internal Marketing Relevant Enough? Influencing Ethical Selling Behavior Of Sales Executives In Indian Fmcg Industry. *Journal of Positive School Psychology*, 6(9), 1853-1873.
- Wagner, M. (2018). Robust Inventory Management: An Optimal Control Approach. *Operations Research*, 66(2), 426-447. <https://doi.org/10.1287/opre.2017.1669>
- Ye, P., Wang, S., Xu, X., & Jiang, A. (2022). An integrated decision making model for dynamic pricing and inventory control of substitutable products based on

demand learning. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 15(3), 484-497. <https://doi.org/10.3926/jiem.3467>

Zondo, R. (2020). The influence of inventory sequencing for the improvement of inventory control: Evidence from a South African automotive assembly organisation. *Acta Commercii*, 20(1), 1-9. <https://doi.org/10.4102/ac.v20i1.785>

# **ANEXOS**

### Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Control de inventario	Se refiere al proceso de administrar y regular el flujo de bienes y materiales dentro de la cadena de suministro de una empresa, así también implica el desarrollo e implementación de estrategias destinadas a optimizar la utilización de los recursos disponibles para lograr la gestión de inventario más eficiente (Alamdari & Savard, 2021)	Será medido por sus dimensiones, así también estará de acuerdo a la escala de Statones de malo, regular, bueno	Promedio de demanda mensual	Demanda por producto	Ordinal
			Clase de movimiento de inventario	Clasificación de inventario	
			Tipo de pedido	Pedido por urgencia	
				Canal de pedido	
			Máxima posición de inventario	Ciclo de pedido	
				Tiempo de entrega	
				Stock de seguridad	
			Cantidad de pedido sugerido	Stock real	
Repuestos en pedido					
	Pedidos adicionales				
Meses de Stock	Stock expresado en meses				
Comercialización interna	Esta referido a las ventas de artículos para el conjunto interno, de esta manera poder mejorar su capacidad para atender a la demanda (Kim et al., 2022).	Será medido por sus dimensiones, así también estará de acuerdo a la escala de Statones de malo, regular, bueno	Demanda general	Demanda de venta externa	Ordinal
			Demanda de taller	Demanda de venta interna	
			Alcance porcentual	Demanda general entre demanda interna	

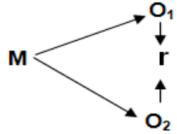
### Matriz de consistencia

**Título:** Control de inventario y comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto, 2022

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuál es la relación entre el control de inventario y comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto - 2022?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cuál es el grado de control de inventario de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022? ¿Cuál es el grado de comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto - 2022? ¿Cuál es la relación entre las dimensiones del control de inventario y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Establecer la relación entre el control de inventario de y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Estimar el grado de control de inventario de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto -2022. Identificar el grado de la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022. Medir la relación entre las dimensiones de control de inventarios y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> Hi: Existe relación entre el control de inventario y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> H1: El nivel de control de inventarios de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022, es bueno. H2: El nivel de comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022, es bueno. H3: Existe relación entre las dimensiones del control de inventario y la comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022 significativa entre la medición de inventarios y la comercialización en la AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto – 2022.</p>	<p><b>Técnica</b> Análisis documental</p> <p><b>Instrumentos</b> Ficha de registro de datos</p>
<b>Diseño de investigación</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Variables y dimensiones</b>	

Diseño de investigación. Descriptivo correlacional.

Esquema:



**Donde:**

M = Muestra

O<sub>1</sub> = Control de inventario

O<sub>2</sub> = Comercialización

r = Relación de las variables de estudio

**Población**

La población estuvo conformada por 1000 reportes de ítems de repuestos.

**Muestra**

La muestra fue de 122 reportes de ítems de repuestos.

Variables	Dimensiones
Control de inventario de repuestos	Promedio de demanda mensual
	Clase de movimiento de inventario
	Tipo de pedido
	Máxima posición de inventario
	Cantidad de pedido sugerido
	Meses de Stock
Comercialización interna	Demanda general
	Demanda de taller
	Alcance porcentual





## Ficha de validación

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS CONTROL DE INVENTARIO

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	<b>PROMEDIO DE DEMANDA MENSUAL</b>													
01	Demanda por producto				X				X			X		
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>CLASE DE MOVIMIENTO DE INVENTARIO</b>													
01	Clasificación de inventario				X				X			X		
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>TIPO DE PEDIDO</b>													
01	Pedido por urgencia				X				X					X
02	Canal de pedido				X				X					X
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>MAXIMA POSICIÓN DE INVENTARIO</b>													
01	Ciclo de pedido				X				X					X
02	Tiempo de entrega				X			X						X
03	Stock de seguridad				X			X						X
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>CANTIDAD DE PEDIDO SUGERIDO</b>													
01	Stock real				X			X						X
02	Repuestos en pedido				X			X						X
03	Pedidos adicionales				X			X				X		
N°	<b>MESES DE STOCK</b>													
01	Stock expresado en meses				X			X						X

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Ninguno

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

Apellidos y nombres del juez validador. Sánchez Dávila Keller ..... DNI: ... 41997504.....

Especialidad del validador (a): ...Metodólogo .....

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

22 de 05 de 2023

  
 Dr. Keller Sánchez Dávila  
 DOCENTE POS GRADO

**MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS CONTROL DE INVENTARIO**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	<b>PROMEDIO DE DEMANDA MENSUAL</b>													
01	Demanda por producto			X				X				X		
Nº	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>CLASE DE MOVIMIENTO DE INVENTARIO</b>													
01	Clasificación de inventario			X			X					X		
Nº	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>TIPO DE PEDIDO</b>													
01	Pedido por urgencia			X			X				X			
02	Canal de pedido			X	X		X	X			X	X		
Nº	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>MÁXIMA POSICIÓN DE INVENTARIO</b>													
01	Ciclo de pedido			X			X				X		X	
02	Tiempo de entrega			X			X				X		X	
03	Stock de seguridad			X			X				X		X	
Nº	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>CANTIDAD DE PEDIDO SUGERIDO</b>													
01	Stock real			X			X	X			X		X	
02	Repuestos en pedido			X			X				X		X	
03	Pedidos adicionales			X			X				X		X	
Nº	<b>MESES DE STOCK</b>													
01	Stock expresado en meses			X			X				X		X	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Recuerde que la variable control de Inventario según su naturaleza es cualitativa y no una variable cuantitativa.*

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

Apellidos y nombres del juez validador: *Mayhuay Gonzalez, Johan Carlos* DNI: *44554780*

Especialidad del validador (a): *MBA, Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad*

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Dr. Mayhuay Gonzalez, Johan Carlos  
 Jefe General  
 Fundación Santa Rosa Perú

*02* de *06* de 2023

Firma del experto informante

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN INTERNA

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	<b>DEMANDA GENERAL</b>													
01	Demanda de venta externa			X					X				X	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>DEMANDA DE TALLER</b>													
01	Demanda de venta interna			✓				X					X	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>ALCANCE PORCENTUAL</b>													
01	Demanda general entre demanda interna				X			X				X		

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Recordo que la variable comercialización interna es una variable cuantitativa por su naturaleza*

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

Apellidos y nombres del juez validador: *Mayra Gonzales Idroba Carlos Idroba* DNI: *44504780*

Especialidad del validador (a): *MBA / Doctor en Gestión Pública y Gobernanza*

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

*06 de 06 de 2023*

Firma del experto informante

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS CONTROL DE INVENTARIO

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	<b>PROMEDIO DE DEMANDA MENSUAL</b>													
01	Demanda por producto			X					X				X	
N°	DIMENSIONES / ítems													
	<b>CLASE DE MOVIMIENTO DE INVENTARIO</b>													
01	Clasificación de inventario			X				X			X			
N°	DIMENSIONES / ítems													
	<b>TIPO DE PEDIDO</b>													
01	Pedido por urgencia			X				X			X			
02	Canal de pedido			X	X			X			X	X		
N°	DIMENSIONES / ítems													
	<b>MÁXIMA POSICIÓN DE INVENTARIO</b>													
01	Ciclo de pedido				X			X						
02	Tiempo de entrega				X			X						
03	Stock de seguridad				X			X						
N°	DIMENSIONES / ítems													
	<b>CANTIDAD DE PEDIDO SUGERIDO</b>													
01	Stock real				X			X			X			
02	Repuestos en pedido				X			X			X			
03	Pedidos adicionales				X			X			X		X	
N°	MESES DE STOCK													
01	Stock expresado en meses				X			X					X	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Se sugiere medir la variable con una Guía o ficha de datos

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Berlanga Kevans Diana DNI: 49507482

Especialidad del validador (a): Master en Administrador de Negocios Internacionales

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Xx de .... de 2023

  
Diana Sofia Berlanga Kevans

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS  
 MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN INTERNA

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	DEMANDA GENERAL													
01	Demanda de venta externa			X				X				X		
N°	DIMENSIONES / ítems													
	DEMANDA DE TALLER													
01	Demanda de venta interna				X			X					X	
N°	DIMENSIONES / ítems													
	ALCANCE PORCENTUAL													
01	Demanda general entre demanda interna				X			X					X	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Se sugiere medir el comportamiento de la variable con la Guía de análisis documental

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

Apellidos y nombres del juez validador: Berlanga Kevans Diana    DNI: 49507482

Especialidad del validador (a): Master en Administración de Negocios Internacional

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

06 de 06 de 2023

  
 Diana Sofia Berlanga Kevans

Firma del experto informante

**MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**  
**MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN INTERNA**

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	<b>DEMANDA GENERAL</b>													
01	Demanda de venta externa				x				x					X
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>DEMANDA DE TALLER</b>													
01	Demanda de venta interna				X				x					X
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>ALCANCE PORCENTUAL</b>													
01	Demanda general entre demanda interna				X				X					x

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Ninguno

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

Apellidos y nombres del juez validador. Sánchez Dávila Keller..... DNI:... 41997504.....

Especialidad del validador (a): Metodólogo .....

22 de 05 de 2023

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Dr. Keller Sánchez Dávila  
DOCENTE POS GRADO

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS CONTROL DE INVENTARIO

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	<b>PROMEDIO DE DEMANDA MENSUAL</b>													
01	Demanda por producto				x				x				x	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>CLASE DE MOVIMIENTO DE INVENTARIO</b>													
01	Clasificación de inventario				x				x				x	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>TIPO DE PEDIDO</b>													
01	Pedido por urgencia				x				x				x	
02	Canal de pedido				x				x				x	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>MÁXIMA POSICIÓN DE INVENTARIO</b>													
01	Ciclo de pedido				x				x				x	
02	Tiempo de entrega				x				x				x	
03	Stock de seguridad				x				x				x	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>CANTIDAD DE PEDIDO SUGERIDO</b>													
01	Stock real				x				x				x	
02	Repuestos en pedido				x				x				x	
03	Pedidos adicionales				x				x				x	
N°	<b>MESES DE STOCK</b>													
01	Stock expresado en meses				x				x				x	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio

2. Bajo nivel

3. Moderado nivel

4. Alto nivel

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Los indicadores contemplados generan suficiencia para ser aplicados en la investigación

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

**Apellidos y nombres del juez validador.** Juan Carlos Sánchez León    DNI: 70252785

**Especialidad del validador (a):** Maestría en Ciencias Económicas con mención en Finanzas

<sup>1</sup>**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

22 de Mayo de 2023



Juan Carlos Sanchez León  
 SUB GERENTE DE FINANZAS Y PLANEAMIENTO  
 Autonort Nor Oriente SAC

Firma del experto informante

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN INTERNA

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	<b>DEMANDA GENERAL</b> Demanda de venta externa				x				x				x	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>DEMANDA DE TALLER</b>													
01	Demanda de venta interna				x				x				x	
N°	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>ALCANCE PORCENTUAL</b>													
01	Demanda general entre demanda interna				x				x				x	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Con respecto a la demanda, la suficiente es de buen nivel para el desarrollo de la investigación.

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

**Apellidos y nombres del juez validador.** Juan Carlos Sánchez León      **DNI:** 70252785

**Especialidad del validador (a):** Magister en Ciencias Económicas con mención en Finanzas

<sup>1</sup>**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Juan Carlos Sánchez León  
 SUB GERENTE DE FINANZAS Y PLANEAMIENTO  
 Autonort Nor Oriente SAC

22 de Mayo de 2023

Firma del experto informante

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS CONTROL DE INVENTARIO

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	PROMEDIO DE DEMANDA MENSUAL													
01	Demanda por producto				X				X				X	
N°	DIMENSIONES / ítems													
	CLASE DE MOVIMIENTO DE INVENTARIO													
01	Clasificación de inventario				X				X				X	
N°	DIMENSIONES / ítems													
	TIPO DE PEDIDO													
01	Pedido por urgencia				X				X				X	
02	Canal de pedido				X				X				X	
N°	DIMENSIONES / ítems													
	MAXIMA POSICIÓN DE INVENTARIO													
01	Ciclo de pedido				X				X				X	
02	Tiempo de entrega				X				X				X	
03	Stock de seguridad				X				X				X	
N°	DIMENSIONES / ítems													
	CANTIDAD DE PEDIDO SUGERIDO													
01	Stock real				X				X				X	
02	Repuestos en pedido				X				X				X	
03	Pedidos adicionales				X				X				X	
N°	MESES DE STOCK													
01	Stock expresado en meses				X				X				X	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Los instrumentos cumplen con la suficiencia requerida, así también muestra coherencia entre los ítems.

**Opinión de aplicabilidad:** Aplicable       Aplicable después de corregir       No aplicable

**Apellidos y nombres del juez validador.** ALFARO SAAVEDRA POOL LINCOLN      DNI: 71462449

**Especialidad del validador (a):** MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

20 de Mayo de 2023

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ALFA INNOVACIONES S.A.C.  
 RUC: 2007411797  
  
 Pool Lincoln Alfaro Saavedra  
 GERENTE GENERAL

-----  
Firma del experto informante

### MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN INTERNA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	<b>DEMANDA GENERAL</b>													
01	Demanda de venta externa				X				X					
Nº	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>DEMANDA DE TALLER</b>													
01	Demanda de venta interna				X				X					X
Nº	<b>DIMENSIONES / ítems</b>													
	<b>ALCANCE PORCENTUAL</b>													
01	Demanda general entre demanda interna				X				x					x

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Los instrumentos cumplen con la suficiencia requerida, así también muestra coherencia entre los ítems.

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

**Apellidos y nombres del juez validador:** ALFARO SAAVEDRA POOL LINCOLN      DNI: 71462449

**Especialidad del validador (a):** MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

<sup>1</sup>**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

20 de Mayo de 2023

ALFA INNOVACIONES S.A.C.  
 RUC: 20601281797  
  
 Pool Lincoln Alfaro Saavedra  
 GERENTE GENERAL

-----  
**Firma del experto informante**

## Validez de Aiken

### Variable 1

		CLARIDAD					COHERENCIA					RELEVANCIA				
		J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5
<b>D1</b>	<b>P1</b>	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
<b>D2</b>	<b>P2</b>	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
<b>D3</b>	<b>P3</b>	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
	<b>P4</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>D4</b>	<b>P5</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
	<b>P6</b>	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
	<b>P7</b>	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
<b>D5</b>	<b>P8</b>	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
	<b>P9</b>	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
	<b>P10</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
<b>D6</b>	<b>P11</b>	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4

V de Ayken

0.93

**Variable 2**

		CLARIDAD					COHERENCIA					RELEVANCIA				
		J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5
<b>D1</b>	<b>P1</b>	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
	<b>P2</b>	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	<b>P3</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4

**V de Ayken**

**0.93**

## Confiabilidad de los instrumentos de investigación

### Variable control de inventario

---

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	15	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0
	Total	15	100.0

---

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

---

### Estadísticas de fiabilidad

---

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.783	6

---

### Variable comercialización interna

---

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	15	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	15	100.0

---

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

---

### Estadísticas de fiabilidad

---

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.813	3

---

## Constancia de autorización de donde se ejecutó la investigación

**POSGRADO**

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"

Tarapoto, 06 de Mayo de 2023

SEÑOR  
MAURO JESUS VASQUEZ CAMPOS  
GERENTE GENERAL ADJUNTO AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C

ASUNTO : Solicita autorización para realizar investigación y publicación del nombre de su organización en los resultados del estudio

REFERENCIA: Solicitud del interesado de fecha: 06 de Mayo de 2023

Tengo a bien dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo augurarle éxitos en la gestión de la institución a la cual usted representa.

El presente es para hacer de su conocimiento que la Unidad de Posgrado de la Universidad César Vallejo, Filial Tarapoto, tiene los Programas de Maestría y Doctorado, en diversas menciones, donde los estudiantes se especializan para obtener el Grados Académico de Maestro o de Doctor según el caso.

Para obtener el Grado Académico correspondiente, los estudiantes deben elaborar, presentar, sustentar y aprobar un Trabajo de Investigación Científica (Tesis). Además, contar con la autorización de la organización para publicar su identidad en los resultados de las Investigaciones.

Por tal motivo alcanzo la siguiente información:

- 1) Apellidos y nombres de estudiante: Zavaleta Suárez Javier
- 2) Programa de estudios : Maestría
- 3) Mención : Administración de negocios
- 4) Ciclo de estudios : III ciclo
- 5) Título de la Investigación : Control de inventario y comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto, 2022
- 6) Asesor : Encomenderos Bancallán Ivo Martín

Por tal motivo, solicito a usted se sirva autorizar la realización de la investigación en la institución que usted dirige; así como también, autorice la publicación de la identidad de la organización a su cargo en los resultados de la investigación, tal como lo establece el código de ética de Investigación de la UCV.

Debo señalar que los resultados de la Investigación a realizar benefician al estudiante Investigador como también a la institución donde se realiza la investigación.

Atentamente,



Dra. Rosa Mabel Contreras Julián  
Jefa de la Unidad de Posgrado  
UCV – TARAPOTO

**Base de datos estadísticos**

	<b>control_inventario</b>	<b>Comer_interna</b>	<b>Promedio_demanda_mensual</b>	<b>clase_movimiento</b>	<b>tipo_pedido</b>	<b>máxima_posición</b>	<b>cantidad_sugerido</b>
1	1	3	1	3	3	3	3
2	2	3	2	3	3	3	3
3	2	3	2	3	3	3	3
4	1	3	1	3	3	3	3
5	2	1	2	3	3	2	2
6	2	2	2	3	3	3	3
7	2	3	1	3	3	3	3
8	2	2	2	3	3	3	3
9	3	3	3	2	3	2	2
10	2	1	3	3	3	1	1
11	3	2	3	3	3	1	1
12	2	3	2	3	3	2	2
13	2	3	2	3	3	2	2
14	1	3	1	2	3	1	1
15	1	3	1	3	3	1	1
16	2	1	2	3	3	2	2
17	2	3	3	3	3	2	2
18	2	3	2	3	3	2	2
19	2	3	3	3	3	2	2
20	1	3	1	3	3	1	1
21	2	3	2	3	3	2	2
22	2	3	2	3	3	2	2
23	2	2	2	3	3	2	2

24	1	1	1	3	3	1	1
25	1	2	1	3	3	1	1
26	1	1	1	3	3	3	1
27	2	3	2	3	3	2	2
28	2	2	2	3	3	2	2
29	1	3	2	3	3	3	1
30	1	3	1	3	3	3	1
31	1	3	1	3	3	3	3
32	1	3	1	3	3	3	2
33	2	2	2	3	2	2	3
34	2	3	2	3	2	3	3
35	3	3	3	3	2	3	3
36	2	3	3	3	2	3	3
37	2	3	2	3	2	3	2
38	3	3	3	3	2	2	2
39	3	3	3	3	2	2	2
40	2	3	2	3	2	2	3
41	2	3	2	3	2	3	3
42	2	3	2	3	2	3	3
43	1	2	1	3	2	3	3
44	1	1	2	3	2	3	2
45	1	1	1	3	2	2	1
46	2	3	2	3	2	3	2
47	2	3	2	3	2	3	2
48	2	3	2	3	2	3	2
49	3	3	3	3	2	3	3
50	3	3	3	3	2	3	3
51	2	3	2	3	2	2	2

52	3	3	3	3	2	1	3
53	1	3	1	3	2	2	1
54	2	2	2	3	2	3	2
55	2	3	2	3	2	3	2
56	2	3	2	3	2	2	2
57	1	1	1	3	2	1	1
58	1	3	1	3	2	1	1
59	2	3	2	3	2	2	2
60	3	2	3	3	2	3	3
61	2	3	2	3	2	2	2
62	3	3	3	3	2	3	3
63	3	3	3	3	2	3	3
64	3	3	3	3	2	3	3
65	1	3	1	3	2	1	1
66	2	3	2	3	2	2	2
67	2	3	2	3	2	2	2
68	1	3	1	3	2	1	1
69	2	3	2	3	2	2	2
70	2	3	2	3	2	2	2
71	2	3	2	3	2	2	2

## Autorización de la organización para publicar la identidad en los resultados de las investigaciones



### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

Nombre de la organización:	RUC: 20450384322
AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: MAURO JESUS VASQUEZ CAMPOS	DNI: 41077442

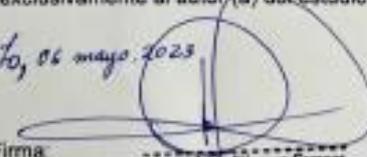
#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo <sup>(\*)</sup>, autorizo , no autorizo  publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Control de inventario y comercialización interna de repuestos en la empresa AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C., Tarapoto 2022	
Nombre del Programa Académico: MBA Administración de Negocios.	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
JAVIER ZAVALETA SUÁREZ	44357825

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Tarapoto, 06 mayo 2023

Firma:   
Mauro Jesús Vásquez Campos  
(Titular o Representante Legal de la Institución)

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, pero que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.