



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital

II-2 Tarapoto, 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público**

AUTORA:

Isuiza Huansi, Sofia (orcid.org/0000-0002-0937-1962)

ASESORA:

Dra. Ruiz Correa, Sandra (orcid.org/0000-0003-2224-165X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TARAPOTO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi hija por ser mi motivo y fuerza para seguir superándome cada día en mi vida personal y profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida. A mi familia y amigos, quienes siempre han estado a mi lado, brindándome su apoyo incondicional y su amor. A mis docentes, por su paciencia y dedicación, por guiarme en este camino de aprendizaje y crecimiento. Este trabajo es el resultado de muchos años de esfuerzo y dedicación, y es un testimonio de mi pasión y compromiso con mi campo de estudio.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RUIZ CORREA SANDRA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesor de Tesis Completa titulada: "Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto, 2022", cuyo autor es ISUIZA HUANSI SOFIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

TARAPOTO, 05 de Diciembre del 2023

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|---|---|
| RUIZ CORREA SANDRA DNI: 01121307 ORCID: 0000-0003-2224-165X | Firmado electrónicamente por: SRUIZCSAN el 05- 12-2023 20:44:39 |

Código documento Trilce: TRI - 0684564

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, ISUIZA HUANSI SOFIA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis Completa titulada: "Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto, 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis Completa:

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 |
|--|---|
| SOFIA ISUIZA HUANSI DNI: 70880907 ORCID: 0000-0002-0937-1962 | Firmado electrónicamente por: IISUIZAHU2497 el 05- 12-2023 21:46:21 |

Código documento Trilce: TRI - 0684563

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|-------|
| CARÁTULA | |
| DEDICATORIA..... | ii |
| AGRADECIMIENTO..... | iii |
| DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR | iv |
| DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR | v |
| ÍNDICE DE CONTENIDO..... | vi |
| ÍNDICE DE TABLAS | vii |
| RESUMEN | viii |
| ABSTRACT | ix |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 6 |
| III. METODOLOGÍA | 19 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 19 |
| 3.2. Variables y operacionalización..... | 20 |
| 3.3. Población, muestra y muestreo..... | 21 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 22 |
| 3.5. Procedimientos | 23 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 23 |
| 3.7. Aspectos éticos..... | 24 |
| IV. RESULTADOS..... | 25 |
| V. DISCUSIÓN | 31 |
| VI. CONCLUSIONES | 37 |
| VII. RECOMENDACIONES | 38 |
| REFERENCIAS..... | 39 |
| ANEXOS | 46 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Control de inventario | 25 |
| Tabla 2 Gestión de ventas..... | 26 |
| Tabla 3 Prueba de normalidad de Shapiro Wilk | 27 |
| Tabla 4 Relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto..... | 27 |
| Tabla 5 Relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas..... | 28 |
| Tabla 6 Relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas..... | 29 |
| Tabla 7 Relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas | 30 |

RESUMEN

El estudio fue ejecutado con el propósito de determinar la relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. Investigación de tipo básica, diseño no experimental, la muestra estuvo conformada por 32 trabajadores, el instrumento fue el cuestionario. En los resultados se demostró que existe relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas (sig,0.001; rho,0.680), asimismo, existe relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas (sig,0.001; rho,0.660), además, existe relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas (sig,0.001; rho,0.724). Conclusión: Existe relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto porque la sig. fue 0.001 (menor a 0.01) con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva considerable en 0.733, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula. Además, el control de inventario influye en 54% en la gestión de ventas de la organización.

Palabras clave: Control, inventario, gestión, ingreso.

ABSTRACT

The study was carried out with the purpose of determining the relationship between inventory control and sales management in the Sub Cafae of Hospital II-2 Tarapoto 2022. Basic research, non-experimental design, the sample consisted of 32 workers, the instrument was the questionnaire. The results showed that there is a relationship between stock entry and sales management (sig,0.001; rho,0.680), likewise, there is a relationship between storage and sales management (sig,0.001; rho,0.660), and there is a relationship between stock outflow and sales management (sig,0.001; rho,0.724). Conclusion: There is a relationship between inventory control and sales management in the Sub Cafae of Hospital II-2 Tarapoto because the sig. was 0.001 (less than 0.01) with a significant positive Spearman's Rho correlation coefficient of 0.733, which allowed the null hypothesis to be rejected. In addition, inventory control has a 54% influence on the organization's sales management.

Keywords: Control, inventory, management, revenue.

I. INTRODUCCIÓN

La gestión de ventas y el sistema de control de inventario es crucial para mantener el funcionamiento del negocio. Un sistema de gestión de inventario efectivo ayuda a garantizar que haya suficientes productos en stock para cumplir con las demandas de los usuarios y aminorar las pérdidas por mercancía faltante o excedente. Por otro lado, la gestión de ventas ayuda a maximizar en nivel de las ventas y coadyuva a que el cliente se sienta más satisfecho con el servicio brindado, contribuyendo al éxito de la empresa. En conjunto, estos sistemas son fundamentales para mantener la rentabilidad y el crecimiento a largo plazo de una organización.

A nivel global, las deficiencias existentes por falta de control y manejo de existencias, ocasiono la pérdida de ventas e incumplimiento con los clientes, así lo evidencia la empresa Kontoor Brands, la cual se ha visto afectada debido al desequilibrio del inventario, debido a que sus ventas cayeron en 7%, descendiendo este en 9% a diferencia del último trimestre en 2022 por los malos manejos en el control de las existencias (Hansen et al., 2023, p. 45). Por otro lado, las empresas estadounidenses han venido enfrentando dificultades en el exceso de inventario, tal es el caso de los almacenes Macy's, con una caída del 20% en las ventas de sus productos, acontecimiento que se debe a la falta de planificación de las adquisiciones y el desconocimiento de las necesidades de sus compradores. (Gokbayrak & Kayis, 2023, p.56).

Además, en Ecuador, el 30% de empresas comercializadoras de productos no entregan a tiempo los pedidos a sus clientes, 80% carece de un sistema de control de existencias, 34% elabora los registros de ventas en un cuaderno, 27% no cuenta con un almacén amplio. Por otro lado, una de las empresas reportó que su solvencia bajó a diferencia del periodo anterior, con una diferencia entre \$1,710,283.00 a \$1,668,666.00, reportando así pérdidas considerables debido a la deficiente gestión de las mercancías que involucra el desabastecimiento, vencimiento de los productos y entregas tardías (Sánchez-Sánchez y Rodríguez-Basantés, 2021, p.48).

A nivel nacional, se evidenció la problemática de una empresa que no cuenta con un apropiado control de existencias, esto porque la comunicación con los

proveedores no es la adecuada, existe ausencia de un sistema de gestión de productos y falta de stock, el cual ha llevado a la pérdida de clientes. Asimismo, el 74.8% de su inventario pertenecen a artículos de necesidad, pero, no todos logran ser comercializados por los problemas acontecidos (Bermudes et al., 2022, p.65). De la misma manera, en una empresa comercial en la ciudad de Cusco, los problemas de manejo de mercancías fueron latentes, dado que no cuenta con un sistema de control, ocasionando un manejo deficiente de las adquisiciones y perjudicando las ventas debido a la baja rotación de stock. Por ende, se evidenció que existe deficiente gestión de compras en 86.7%, la salida de productos es deficiente en 53.3%, por lo cual necesita la implementación de un sistema eficiente que le permita incrementar sus ventas (Vásquez et al., 2021).

Por otro lado, en la ciudad de Jaén, se encontró la problemática de una empresa distribuidora, esto radica en la implementación de un sistema eficiente de control, pues ha experimentado muchas dificultades, impidiendo una determinación correcta de precios, en efecto, se desconoce el estado de los inventarios en 50%, el 90% sostuvo que el almacén no se encuentra debidamente implementado, el 40% de productos vencieron porque no tuvieron el control requerido y se encontraban en lugares no visibles (Coronel et al., 2021, p.78).

En un entorno local, las instituciones orientadas al sector salud, juegan un papel muy importante en la sociedad, hecho, que origina la exigencia de un control minucioso de los suministros médicos para el respectivo abastecimiento a la sociedad, sin embargo, el alto nivel de rotación del personal origina el desconocimiento real del inventario. Según el estudio efectuado, Castro (2022) en los establecimientos de salud en San Martín, carecen de registros actualizados en los sistemas y registros, que en determinadas oportunidades son extraviados. Asimismo, estas organizaciones disponen de almacén reducido que impide la ubicación correcta de los recursos y medicamentos, provocando que algunos de estos se extravíen o sufran desperfectos que imposibilitan su comercialización.

Los hechos manifestados previamente, no es ajeno a lo suscitado en la empresa Sub-Comité de Administración del Fondo de Asistencia y Estimulo del Hospital II-2 Tarapoto, denominado Sub Cafae, con dirección en Jr. Angel Delgado Morey N° 503, es la encargada de proveer artículos de salud, siendo este, proveedor

principal, quien cubre las necesidades primordiales del centro de salud. La organización tiene problemas que se asocian con la gestión de ventas y el sistema de control de inventarios, las que se detallan en los siguientes párrafos.

Con respecto al ingreso de existencias, las medicinas y otros instrumentos de salud no tienen una apropiada recepción, es decir, el personal a cargo no revisa la concordancia entre los documentos y la calidad de los artículos que han sido recepcionados. Asimismo, se reportó que las cantidades del stock físico no es igual al registro en las hojas de Kardex. En lo que se refiere al manejo de las existencias, la empresa cuenta con un espacio reducido para el almacenamiento de las mercancías, tampoco existe un responsable que verifique el estado de estos, por cuanto, en el último reporte del inventario, varios instrumentos han sufrido desmedro, tales como: Envases para recojo de análisis expuestos y sin rotos, medicamentos que, al exponerse a la humedad y el sol, pierden validez.

Por otra parte, en lo que se refiere a la salida de las existencias, las órdenes de salida no vienen siendo registradas de manera oportuna, generando malestar entre el área de logística del centro de salud, algunos precios no corresponden a los instrumentos y medicinas solicitadas, también, algunas medicinas entregadas no cuentan con el estado y calidad requerida, generando confusión entre ambas partes, trayendo como consecuencia el pago tardío de las ventas realizadas, mismo que evita el cumplimiento de pago con los principales proveedores. Además, según el reporte de los Estados Financieros de la organización, la empresa habría tenido un descenso del 20% de sus ventas a diferencia del año anterior, lo cual tendrá repercusión en las ganancias al final del periodo.

Ante el problema evidenciado, se planteó la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022?, los **problemas específicos** que se plantearon son los siguientes: ¿Cuál es la relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022?, ¿Cuál es la relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022?, ¿Cuál es la relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022?

La investigación se justifica por estos aspectos: **Conveniencia**, la realización del trabajo investigativo permitió reconocer la importancia que puede llevar un registro detallado y actualizado de las existencias de los productos en todo momento, logrando la eficiencia de las operaciones y, en efecto, el incremento de ventas. De la misma manera, se justifica por su **relevancia social**, dado que, a través del estudio, la organización fue beneficiada, logrando que esta pueda tener un control adecuado y oportuno de sus mercancías, también ayuda a que otras empresas similares, identifiquen sus problemas y apliquen estrategias de solución. Por otro lado, se justifica por su **implicancia práctica**, pues la implementación del sistema de inventarios otorgó a los encargados, la oportunidad de tomar una apropiada toma de decisiones, minimizar tiempo y reducir errores para satisfacer al cliente.

También, se justifica por su **aspecto teórico**, el estudio ha contribuido en el incremento de conocimientos, así como un contenido más en la comunidad de investigación, presentando información relevante y actualizada de las variables. Además, se justifica por su **aspecto metodológico**, se crearon los instrumentos teniendo en cuenta la evaluación de las variables, asimismo, las herramientas de recolección fueron validadas por expertos, también, podrá ser empleado por otros investigadores, quienes deseen desarrollar un estudio similar.

El **objetivo general** que se planteó fue: Determinar la relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. Los **objetivos específicos**: Identificar la relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. Establecer la relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. Evaluar la relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

La **hipótesis general** que responde al problema fue: H_i : Existe relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. H_0 : No existe relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. También, se presentaron como **hipótesis específicas**: H_1 : Existe relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. H_2 : Existe relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en el Sub Cafae del

Hospital II-2 Tarapoto 2022. H₃: Existe relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

II. MARCO TEÓRICO

El control de inventario y la gestión de ventas son vitales para el éxito de un negocio que vende productos porque esto permite que la entidad presente productos adecuados disponibles para sus consumidores, por ese motivo es de vital importancia presentar artículos científicos con base en las variables estudiadas. A **nivel nacional**, por ello, Lozano et al. (2021), Tarapoto, pretendieron determinar el efecto de la gestión de inventarios en la rentabilidad de una empresa de automotriz, el tipo de investigación fue de tipo descriptivo con diseño no experimental porque no se manipularon las variables, la muestra estuvo conformada por 2 trabajadores y los estados financieros del año 2017-2020, el instrumento de evaluación fue la entrevista, después de la recolección de datos concluyeron que la organización no contaba con un control de inventario generando pérdida en la inversión realizada haciendo caer a la empresa en adquisiciones excesivas, no obstante en el 2020 evidenciaron un crecimiento significativo de un 4.75% en las ventas a causa de la rotación de mercancías, por su parte el estudio concluyó que la gestión de mercadería tiene un impacto significativo en la rentabilidad de la empresa porque esta innovo estrategias para así desarrollar sus actividades de forma eficiente, del mismo modo, es necesario que el dueño de la empresa implemente un plan logístico para presentar una buena gestión de inventarios.

Asimismo, Pizzán-Tomanguillo et al.(2022), Manantay, señalaron como fin analizar el nivel de relación entre el control de inventario y rentabilidad de una organización local, la investigación fue de tipo aplicada con diseño no experimental y la muestra estuvo conformada por 48 estados financieros, los mismos que fueron analizados a través de una guía de análisis documental, después de investigar minuciosamente se revelaron como resultado que la rotación de inventario y la rentabilidad sobre los activos se relacionan de forma positiva porque mostró un valor de $p\text{-valor} = 0.027 < 0.05$, mientras un $p\text{-valor} = 0.048 < 0.05$ con la rentabilidad neta; sin embargo, identificaron que no existe relación entre la rotación de inventario y la rentabilidad sobre el capital, a causa de que la rotación no presenta repercusión en el capital; en conclusión, las variables se relacionan positivamente, por el motivo de que si existe una buena administración que asegura la satisfacción de los clientes, la organización podrá generar mayor rendimiento financiero.

Por su lado, Angulo-Rivera (2019), Yanacocha, tuvieron como finalidad examinar cómo la gestión de existencias se relaciona con el control interno, correlacional con diseño no experimental, por consiguiente, se aplicó el cuestionario a 18 trabajadores que participaron en la investigación. En el estudio se pudo demostrar que el 88,9% (16) de los participantes consideraban que la organización poseía un buen nivel de control interno. Por otro lado, el 11,1% (2) expresó una opinión opuesta. Estos datos indican que alrededor del 94,4% (17) de los empleados demostraron una gestión eficiente de los inventarios, mientras que el 5,6% (1) lo pensó deficiente. En conclusión, los investigadores determinaron que la empresa posee un control interno adecuado, lo cual contribuye a su rentabilidad en el mercado. En otras palabras, un control interno efectivo favorece el desarrollo de la gestión de los productos.

También, Cueva et al. (2021), Moyobamba, plantearon como finalidad establecer el nivel de incidencia de la rentabilidad y control interno en la empresa ALBIS PERU EIRL, la investigación fue de tipo correlacional - causal con diseño no experimental, donde los 45 sujetos del estudio fueron encuestados. Después del análisis, se reveló que existe una conexión directa entre el control interno y la rentabilidad de la empresa, con un coeficiente de conexión de Spearman de 0,440. En otras palabras, el 44% de los participantes informa que los planes de control son eficientes, mientras que el 22% indica que son moderadamente eficientes en lo que respecta a la gestión logística. Estos participantes mencionan que los factores que llegan a la rentabilidad son la deficiencia en la gestión logística y autodisciplina laboral. Por lo que, se confirma la incidencia entre las dos variables estudiadas, y esto se debe a un buen control y supervisión de las mercancías, puesto que, al llevar a cabo una adecuada supervisión, los accionistas alcanzan un rendimiento satisfactorio, lo cual a su vez contribuye a la rentabilidad económica de la compañía.

Además, Escobar et al. (2022), Chosica, tuvieron como fin describir cómo se relaciona el control interno con la rentabilidad, investigación aplicada con diseño no experimental y se encuestó a 16 trabajadores de diferentes áreas (contabilidad, tesorería, finanzas, logística y operaciones), cuya información fue necesaria para el análisis del estudio presentando, como resultado, los colaboradores evidenciaron

que nivel de control interno dentro de la organización es bajo con un 69%, mientras que el 31% lo consideró en el nivel medio, esto significa que la empresa necesita un planteamiento basado en el control de mercancías en conclusión se describieron que la aplicación de un adecuado control interno eficiente y bien implementado influye significativamente en la rentabilidad de la empresa de ese modo garantizar la estabilidad económica.

De igual forma es necesario la recopilación de información a **nivel internacional**, Durán et al.(2022), México, donde buscaron evaluar la gestión del control del inventario dentro de las Pymes, de tipo descriptivo-exploratorio con diseño no experimental, en la cual se encuestaron a 50 representantes de las empresas mexicanas, después del análisis de datos concluyeron que las empresas presentaron un bajo control de inventarios donde el 28% casi nunca revisa su control de mercaderías, el 18% lo hace siempre, el 14% nunca y el 10% algunas veces, frente a esta problemática, las empresas mencionaron que el responsable del control de inventario recae en el dueño de la empresa con un 73%, mientras que el 16% indican que es el contador, el 8% mencionan que es el encargado del almacén y el 3% comentan que es cualquier persona de la empresa, este problema se debe a la falta de control de las mercancías, en conclusión se identifica que la gestión de inventario incide de manera significativa en la gestión de ventas debido a que presentaron un incremento de los costos.

De la misma manera, Inegbedion & Eze (2019), Nigeria, señalaron como propósito estimar la influencia de las compras y ventas en el rendimiento del capital, en donde el tipo de investigación fue aplicada con diseño no experimental, los participantes del estudio fueron 80 empleados de la empresa, donde el instrumento fue un cuestionario, la investigación mostró como resultado que la organización no cuenta con apropiadas políticas de control de inventario en consecuencia, presenta escasez de suministros, pérdidas financieras, caducidad de productos, problemas de calidad en sus productos debido a la utilización de materiales de baja calidad para la producción, costos de almacenamiento innecesario, lo cual conlleva a no cumplir acuerdos con sus clientes en función a los pedidos. Los investigadores concluyeron que la organización no minimiza su costo de mercancías porque no cuenta con una política de venta, por ello la empresa necesita adoptar un plan

consciente con base en su política de gestión de inventario, de ese modo logrará disminuir su costo de almacenamiento.

Seguidamente, Akinlabi & Sonko (2021), Nigeria, en su artículo investigativo tuvieron como finalidad definir la asociación de la gestión de inventario en el crecimiento de las ventas, el tipo de estudio fue básica con diseño no experimental, donde recogieron los datos de 434 trabajadores mediante un cuestionario, después del análisis de datos, revelaron que la gestión de inventario tuvo un efecto positivo en cuanto al crecimiento de las ventas en las empresas seleccionadas con un (Adj = 0,390, F (4, 351) = 57,779, p < 0,05), esto significa que cuando mayor sea la rotación de inventario, tecnología de la información mayor será el crecimiento de las ventas, por lo tanto, la investigación concluyó que la primera variable de estudio tiene un impacto positivo con el incremento de ventas en las empresas; sin embargo, es necesario que estas empresas implementen un adecuado mecanismo de gestión de mercancías para que puedan incrementar sus ventas.

Por su parte, Meckrine (2020), República Unida de Tanzania, tuvo como fin examinar la influencia del control de inventario sistema de gestión sobre el desempeño financiero. El estudio tuvo una metodología descriptiva, con diseño experimental y participaron 20 colaboradores a través de cuestionarios y entrevistas. En los resultados se percibe que el 75% de los colaboradores indicaron que el control de mercadería influye en el desempeño de la organización financiera, mientras que el 12% mencionó que está relativamente de acuerdo, el 7% se mostró neutral y el 5% se mostró en desacuerdo dado que la empresa no tenía un control eficaz en las mercaderías, en conclusión el control de mercaderías tiene un impacto significativo sobre el desempeño financiero, sin embargo, asimismo, para evitar la falta de productos y un exceso de inventario, resulta imprescindible que la empresa implemente un sistema administrativo de control de mercadería.

Además, Ruzigana (2022), Kenia, tuvo como propósito estudiar el efecto de la gestión de ventas en el costo, la investigación fue de tipo básica con diseño no-experimental, asimismo, se aplicaron cuestionarios a 103 trabajadores, luego del análisis de datos se obtuvieron como resultado que el flujo del inventario es un sistema esencial para el correcto desarrollo de la empresa, sin embargo, los trabajadores indicaron que la organización presenta problemas para una buena

gestión de mercancías, debido a que evidenciaron escasez de mercadería y que no se utiliza todo el espacio del almacenamiento disponible que la empresa paga por la conservación de las existencias, conclusión los investigadores recalcaron que la empresa debe desarrollar estrategias basadas al control de suministros para reducir los costos de almacenamiento y minimizar el riesgo de obsolescencia.

Con el propósito de enriquecer el conocimiento de la variable, se presenta los siguientes **conceptos teóricos** con base en el **control de inventario**, por su parte, Pozo et al.(2020) indican que es el sistema que permite a las entidades realizar una gestión de existencias que almacena, determina los productos que deben moverse más rápidos, cuáles son escasos, cómo rotar su stock y dónde asignar más recursos para su correcto almacenaje. Sin embargo, Teunter & Kuipers (2022), menciona que el control de inventario es llevar registro de las existencias de la empresa para que así gestionen eficazmente los suministros y que estos se conserven en buenas condiciones, por ello el objetivo del control de inventarios es garantizar que la mercadería sea suficiente y se encuentren en buen estado para su debida distribución.

Por esa razón, Wang et al.(2018), determina que el control de inventario es un procedimiento crucial para cualquier empresa, dado que permite gestionar y monitorear las existencias de productos o materias, donde este proceso implica llevar un registro detallado de las entradas y salidas de inventario, con el fin de mantener actualizada la información sobre la disponibilidad de los productos. Por otra parte, Joshi et al. (2021), señala que la gestión del movimiento de almacenes y ventas puede optimizarse a través del control de inventario, uno de los sistemas de información logística favorables empleadas por diversas organizaciones, el cual permite medir a mayor detalle el método empresarial, esto ayudará a la empresa a tomar decisiones estrategias favorables para su rentabilidad en el mercado laboral.

Para la construcción del enfoque teórico del control de inventario es necesario presentar **teorías científicas**, tales como: *la teoría de Lote Económico de Compra (EOQ) desarrollada por For W. Harris y R.H Wilson* expuesta, Hoogerbrugge et al., (2023), esta teoría se basa en la idea de que hay dos tipos principales de costos asociados con la gestión de inventarios, los costos de pedido son los costos fijos incurridos cada vez que se realiza un pedido, mientras que los costos de

mantenimiento del inventario son los costos variables asociados con el almacenamiento y la administración de los productos en el almacén, esta teoría busca determinar el tamaño óptimo del pedido para lograr un equilibrio entre el costo de almacenamiento y el costo de realizar el pedido. Al encontrar este punto óptimo, se pueden reducir los costos de inventario y, por lo tanto, mejorar la eficiencia en la gestión del inventario.

Por su parte, Theodorou et al.(2023), expone la Teoría de Revisión continúa desarrollada por Harold W. Kuhn, esta teoría se basa en la idea de que el inventario debe ser revisado constantemente, en lugar de revisar una revisión periódica, es decir cuando el inventario llega un punto de reorden preestablecido, esta teoría ha sido empleada por muchas empresas y organizaciones para gestionar sus inventarios de forma efectiva debido a que ayuda a prevenir la escasez de inventario y los costos asociados con los pedidos urgentes, así como a reducir los niveles excesivos de inventario y los costos asociados con el almacenamiento, por ello la implementación de este modelo requiere la definición de un punto de reorden, que es el nivel de inventario mínimo en el que se debe realizar un pedido para reponer la mercancía Además, es necesario conocer el tiempo de entrega de los proveedores, ya que el pedido se realizará en función de este tiempo para que la existencia llegue a tiempo.

También Rios & Vera (2023), expusieron la teoría de inventario *Multiechelon desarrollada por Marshall*, esta teoría se basa en la optimización de los niveles de inventario para mejorar la eficiencia y eficacia de la cadena de suministro en términos de costo y servicio al cliente, donde la optimización del inventario permite a la empresa entregar la mercancía en un tiempo más corto que otros, por ello si el inventario se gestiona de manera uniforme en toda la cadena de suministro, se pueden producir excesos o faltantes de inventario, lo que puede aumentar los costos y reducir la satisfacción del cliente. En resumen, el Modelo de Inventario Multiechelon es una teoría que se utiliza para optimizar los niveles de inventario en múltiples niveles de almacenamiento de una cadena de suministro.

El control de inventario es de gran **importancia** para cualquier empresa porque implica que la gestión y monitoreo de los productos o materiales estén disponibles en todo momento para que, de ese modo, evitar la falta de existencias, lo que puede

llevar a la pérdida de ventas y clientes insatisfechos. Por otro lado, un exceso de inventario puede resultar en costos innecesarios de almacenamiento y disminuir la rentabilidad de la empresa. El objetivo principal del control de inventario es garantizar que la empresa tenga suficientes existencias para atender la demanda del cliente, el control de inventario también permite detectar posibles robos o fraudes en la gestión de los productos, además, ayuda a garantizar que la empresa cumpla con los requisitos legales y fiscales relacionados con la gestión de inventarios, lo que puede evitar multas y sanciones. (Guzmán et al. 2021, p. 52)

Un buen control de inventario debe contar con ciertas **características** clave para garantizar una gestión eficiente y efectiva de los productos o materiales de una empresa, por esa razón, Elhajjar (2023), indica las siguientes características, en primer lugar, la precisión, el inventario debe ser precisa y actualizada en todo momento para evitar errores y garantizar una toma de decisiones acertada. La organización es otra característica importante, el producto debe estar organizado y clasificado de manera lógica y coherente para facilitar su gestión y monitoreo. La automatización puede incluir el uso de sistemas de escaneo de códigos de barras, software de gestión de inventario y herramientas de análisis de datos. De esta manera, los procesos manuales y propensos a errores pueden ser reemplazados por sistemas más precisos y eficientes. La comunicación también es esencial en el control de mercadería, esto implica compartir información en tiempo real sobre los niveles de inventario, demandas y las necesidades de reabastecimiento. Por último, debe ser analítico, esto permite el control de mercancía debe ser analizado para identificar tendencias, patrones y oportunidades de mejora.

En cuanto a las **dimensiones del Control de inventario**, cómo primera dimensión **Ingresos de existencias**, es esencial para las empresas que se dedican a la venta de productos físicos, debido a que los ingresos generados por las ventas de inventarios representan una parte importante de sus ingresos totales. Pozo et al.(2020). Por esta razón es fundamental llevar un seguimiento adecuado de las existencias y gestionarlás de manera eficiente para asegurar una generación constante y sostenible de ingresos. Mesquita & Tomotani (2022), sus indicadores son: *revisión de documentos*; este indicador permite verificar que las cantidades y la calidad de la mercancía recibida coincidan con lo acordado en la transacción

comercial. *Revisión de cantidades*, consiste en la revisión física de las cantidades de existencias que llegan al almacén. *Revisión de calidad*, se caracteriza por verificar la calidad de las existencias recibidas. *Ingreso al sistema de almacén*, permite tener un seguimiento y control de las existencias disponibles en el almacén. *Firma por ingreso de existencias*, este indicador se refiere a la firma del responsable del almacén, él indica la conformidad con la recepción de las existencias y su ingreso al almacén (p.45).

Segunda **Almacenamiento**, es la gestión de los productos o materiales de una empresa, es decir, el proceso de guardar y proteger los productos en un lugar específico conocido como almacén Pozo et al.(2020), así mismo el almacenamiento es una parte importante de la cadena de suministro de una empresa para mantener un control y seguimiento de las existencias disponibles. Parlier & Lee (2023) , sus indicadores son los siguientes; *Ambiente adecuado*, es el control de la condición física del almacén, esto incluye el control de la temperatura, la humedad y la iluminación para evitar daños al producto. *Orden adecuado*, este indicador se refiere a la necesidad de mantener una disposición lógica y eficiente de los productos dentro del almacén. *Codificación de las existencias*, permite la identificación y codificación única de cada uno de los productos almacenados. La *Actualización de Kardex*, es el registro actualizado de los movimientos de entrada y salida de los productos en el sistema de gestión del almacén. *Mantenimiento adecuado*, esto garantiza la seguridad de los trabajadores como también el adecuado funcionamiento de los equipos, permitiendo una gestión eficiente y segura de las existencias.

Tercera **salida de Existencias**, es importante que la empresa lleve un adecuado control de los niveles de existencias para prevenir la falta de productos en el almacén y asegurar una gestión eficiente de los mismos, Pozo et al.(2020). Donde una correcta gestión de salidas de existencias permite a la empresa planificar mejor la producción y las compras, al tener una visión más clara de las necesidades del mercado, Koren et al.(2022). Sus indicadores son los siguientes, *Orden de salida*, trata de un documento que brinda información detallada sobre los productos requeridos, las cantidades, los plazos de entrega. *Emisión de guía de remisión*, acompaña el transporte de los productos y certifica que los mismos han sido

despachados. *Registro de Salida del sistema*, es el registro que se realiza en el sistema informático de la empresa para documentar la salida de los productos del almacén. *Revisión del buen estado de las existencias*, este indicador se refiere a la revisión de los productos antes de ser despachados para asegurarse de que se encuentren en buen estado y cumplan con los estándares de calidad. *Firma por salida de existencias*, es la firma del receptor de los productos al momento de la entrega.

Como segunda variable se encuentra la **gestión de ventas**, según Ernesto et al., (2022), es un conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta de un producto o servicio, esto implica el diseño y ejecución de planes para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes. Por su parte, Valladares et al.(2021) , la gestión de ventas implica identificar oportunidades de venta, investigar el mercado y la competencia, definir objetivos y elaborar planes y estrategias para alcanzarlos. Además, incluye la selección, capacitación y motivación de los vendedores, la gestión del ciclo de ventas, el seguimiento de las actividades de venta y el análisis de resultados para identificar áreas de mejora.

Por esa razón, Chatterjee et al.(2023), menciona que, para lograr los objetivos de ventas de una empresa, se debe organizar una colección de personas y activos de manera metódica, esto implica implementar un conjunto de pautas que ofrecen orientación a lo largo de los procedimientos, por ello, indica que la gestión de ventas es el proceso mediante el cual se hacen cumplir estas directrices. Sin embargo, Quevedo-Vázquez et al.(2019), menciona que es el proceso por el cual se desarrollan estrategias que se basan en implementar técnicas de venta para que las empresas logren alcanzar sus objetivos deseados. En definitiva, la gestión de ventas es esencial para cualquier negocio que desee tener éxito en la comercialización de sus productos o servicios.

A continuación, se sustenta mediante **teorías científicas** respecto a la gestión de ventas, Groza et al. (2021) expone la *Teoría del proceso de Rackham y Michael Bosworth*, esta teoría es una de las más aceptadas en la gestión de ventas, debido a que permite a los vendedores comprender mejor cómo se desarrolla el proceso de venta y les proporciona una estructura para llevar a cabo la venta de manera

más efectiva, por medio de un conjunto de etapas que deben ser seguidas para llevar a cabo una venta exitosa, la primera etapa es la identificación del prospecto, que es el proceso de encontrar posibles clientes para un producto o servicio específico, la segunda etapa de la presentación, en la que el vendedor presenta su producto o servicio al prospecto y trata de convencerlo de que es la solución adecuada para sus necesidades. Finalmente, la última etapa es el cierre de la venta, que es el proceso de asegurarse de que el cliente haya tomado la decisión de compra.

También Ullah et al.(2023), indica la *teoría de venta consultiva de Mack Hanan y Linda Richardson*, esta teoría se enfoca en la importancia de conocer profundamente las necesidades de los clientes y en proporcionar soluciones personalizadas que satisfagan dichas necesidades, donde los autores indican que las empresas deben establecer relaciones a largo plazo con sus clientes, en lugar de solo realizar una venta única, esta teoría desarrolla un proceso de venta consultiva basado en el análisis de la situación del cliente y en el uso de herramientas para identificar los motivos de compra, es decir, se basa en el diálogo y la interacción con el cliente, con el objetivo de comprender sus necesidades y preocupaciones donde el vendedor actúa como un asesor o consultor, y no solo como un vendedor que busca hacer una venta.

Asimismo, Gokbayrak & Kayis (2023), presenta la *teoría de la satisfacción del cliente de Philip Kotler y David Aaker*, esta teoría radica en el papel fundamental que desempeña la satisfacción de los clientes en la lealtad y la promoción positiva de una empresa, donde sostiene que la satisfacción del cliente es esencial para mantener una relación exitosa, duradera entre la empresa y sus clientes; sin embargo, para lograrlo, es fundamental que la empresa ofrezca productos y servicios de alta calidad, que satisfagan las necesidades y expectativas del cliente. Por ese motivo, los autores de la teoría enfatizan la importancia de escuchar al cliente, medir su satisfacción y tomar medidas para mejorarla continuamente, puesto que la satisfacción del cliente es un elemento clave para el éxito empresarial a largo plazo.

La gestión de ventas es **importante** para cualquier empresa, según indican Sumba et al.(2022), porque logra una ventaja competitiva en el mercado y aumenta sus

ingresos. A través de la gestión de ventas, se puede identificar oportunidades de negocio, comprender mejor a sus clientes y mejorar la satisfacción del mismo, lo que a su vez puede generar referencias y fidelización de sus consumidores, por ello, una buena gestión de ventas ayuda a optimizar sus procesos de venta, reducir costos y potencializar la efectividad en la determinación de los recursos, es decir, al tener un mayor conocimiento de la competencia y del mercado, una compañía puede ajustar sus estrategias de venta y aprovechar al máximo su potencial de crecimiento. En resumen, la gestión de ventas es un elemento fundamental para el éxito de cualquier empresa en la comercialización de sus productos o servicios, puesto que puede llevar a nuevas alturas de rentabilidad y crecimiento, mientras que una gestión de ventas deficiente puede llevar a una disminución en las ventas y pérdida de cuota de mercado.

Seguidamente, Pincay-Morales & Parra- Ferié (2020), menciona que la gestión de ventas se compone de varias **características** esenciales para su éxito, en primer lugar, se encuentra la planificación, permite definir los objetivos de ventas y desarrollar planes con estrategias efectivas. La orientación al cliente es otro aspecto fundamental de la gestión de ventas, ya que se deben comprender las necesidades y deseos de los clientes para poder ofrecer soluciones adecuadas. La gestión del ciclo de ventas también es otra de sus características, puesto que realiza un seguimiento de los prospectos y el proceso de venta desde el principio hasta el final para asegurar el éxito. Gestión del equipo de ventas, la empresa debe contar con vendedores competentes y comprometidos con el éxito de la empresa, por ello es necesario que la organización capacite y motive a sus vendedores. Por último, el análisis y la medición son aspectos cruciales de la gestión de ventas, ya que permiten identificar áreas de mejora y optimizar las estrategias de venta.

Luego de presentar información relevante sustentada por diversos expertos sobre el tema es indispensable mencionar las **dimensiones** sobre la gestión de ventas sustentadas por Ernesto et al. (2022), como primera dimensión se presenta **Enfoque hacia el cliente**, se basa en la perspectiva de una empresa u organización en la que el cliente es el centro de todas las actividades y decisiones empresariales, por ello el secreto es que la empresa brinde experiencias excepcionales a sus clientes, Kumar & Sharma (2022), la dimensión tiene los

siguientes indicadores, *aceptación de los productos*, se refiere a la medida en que los productos de una empresa son bien recibidos por el mercado y por los clientes, por ello este indicador permite evaluar la calidad y relevancia de los productos de la empresa. *Posicionamiento de los productos*, es donde los productos de una empresa son percibidos en el mercado en relación con la competencia, debido a que un buen posicionamiento puede ser calve para atraer nuevos clientes y retener a los clientes existentes. *Creación de estrategias*, es la capacidad de una empresa para desarrollar y ejecutar estrategias empresariales efectivas.

Segunda dimensión, **El equipo de ventas**, se evidencia en la habilidad de la empresa para gestionar y liderar a su equipo de ventas, Ernesto et al., (2022). El equipo de ventas es fundamental para la rentabilidad de la empresa, como también para atraer y retener a los clientes, Ho & Chang (2022) . Esta dimensión está compuesta por dos indicadores, *Personal capacitado*, un personal capacitado mejora la calidad de los productos o servicios, aumenta la eficiencia, la productividad y contribución con el éxito de la empresa. *Compromiso al trabajo*, este indicador se puede medir por la motivación, el entusiasmo y la dedicación de los empleados, como también la lealtad y la retención del personal.

Tercera dimensión, **el proceso de ventas** sustentada por Ernesto et al. (2022), se refiere a cómo una empresa maneja el proceso de ventas desde el primer contacto con el cliente hasta el cierre de la venta, es decir, todas las actividades y etapas involucradas en la venta. Sus indicadores son, *sistemas operativos*, son los sistemas informáticos y tecnológicos que se utiliza una empresa para apoyar sus procesos y operaciones. *Cientes satisfechos*, este indicador permite medir las calificaciones, reseñas de los clientes, la tasa de retención de clientes, la lealtad del cliente y la satisfacción del cliente.

Cuarta dimensión, **Comunicación en las ventas**, se refiere a cómo una empresa se comunica con su cliente y con sus propios equipos de ventas, es decir, por medio de una comunicación verbal como no verbal, permitiendo a la empresa a construir relaciones sólidas y duraderas con sus clientes Ernesto et al. (2022), esta dimensión tiene como indicadores, *Comunicación efectiva*, se basa en la habilidad de la empresa para comunicarse de manera clara y efectiva con los clientes dentro del equipo de ventas. *Publicidad y promoción*, es la estrategia de marketing que

utiliza una empresa para promocionar sus productos o servicios. *Control*, es la capacidad de la organización para supervisar y controlar el proceso de ventas y los resultados obtenidos, este indicador se puede medir por medio de la eficacia de la gestión de ventas, la identificación de áreas problemáticas en el proceso de ventas y la implementación de soluciones para mejorar la eficiencia y eficacia de las ventas.

A continuación, se presenta el enfoque conceptual del informe, el mismo que se da inicio definiendo costos de distribución, son costos que tienen vínculo con el resguardo, gestión y traslado de mercancías desde el punto de producción o almacenamiento hasta llegar al consumidor final (Zapata-Cortes et al. 2020, p.52). Lote económico, es la cantidad de materiales o productos que una compañía adquiere o fabrica en un solo proceso de producción o compra, buscando reducir al mínimo los costos totales de adquisición o almacenamiento (Contreras-Juárez et al., 2019, p.7). Multas de almacenaje, son sanciones económicas impuestas cuando se mantiene productos o mercancía en un almacén después de la fecha acordada (Marcillo & Zambrano, 2023, p.11).

También, patrones de control, son los enfoques y estrategias empleados para regular y supervisar los niveles de inventario de una organización (Rodríguez et al., 2019, p.19). Papeletas de control, son formularios o documentos que se emplean con el fin de supervisar y registrar procesos, transacciones o actividades específicas (Vásquez, Vela, et al., 2021, p.23). Registros de ingresos, son reportes, registros y documentos que se emplean para certificar y anotar los fondos o ingresos recibidos por las actividades financieras (Apaza et al., 2021, p.14). Suministro, procedimiento que garantiza que los materiales o productos requeridos estén a disposición y se distribuyan de manera puntual para cumplir con las solicitudes de los clientes (Santamaría et al. 2020, p.9).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

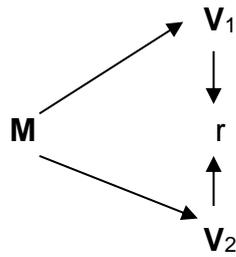
En el informe se aplicó una investigación de tipo básica, porque mediante de un análisis teórico y bibliográfico, los autores pudieron conocer de mejor manera las cualidades, propiedades y comportamiento de las variables, a partir de ello, estructurar herramientas de evaluación para la recolección de datos. Según Guevara, Guevara et al. (2020), estos estudios permitieron la generación de conocimiento mediante el estudio de teorías y conceptos de las variables (p.51).

3.1.2. Diseño de investigación

La estructuración del diseño del informe es **no experimental**, dado que solo evaluó el control de inventario y la gestión de ventas en su contexto natural, sin necesidad de que los resultados sufran manipulación alguna por parte del investigador, según a su conveniencia. Así también, Ñaupas et al. (2018) aseguró que los procedimientos metodológicos que se han aplicado en la investigación limitan el control sobre las variables por parte de los investigadores, mostrando de esa manera resultados de su contexto natural (p.23).

Así también, el informe mostró una naturaleza de **corte transversal** debido a que la información de los hechos ocurridos en el lugar de estudio, corresponden al año 2022. Por último, presentó un nivel **correlacional** dado que en el informe se mostraron elementos determinantes del control de inventario y la gestión de ventas, con la finalidad de identificar en qué medida se encuentran relacionadas entre sí. Monferrer et al. (2019) refieren que que este tipo de estudio organiza de manera detallada el cómo se desarrolla la problemática con la finalidad de identificar componentes y elementos principales que asegura la asociatividad de las variables (p.33).

Según las indicaciones metodológicas, el informe estuvo simbolizada por el siguiente esquema:



M: Muestra

V₁: Control de inventario

V₂: Gestión de ventas

r: Relación

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Control de inventario

Definición conceptual: Por su parte, Pozo et al.(2020) indicaron que es el sistema que permite a las entidades realizar una gestión de existencias que almacena, determina los productos que deben moverse más rápidos, cuáles son escasos, cómo rotar su stock y dónde asignar más recursos para su correcto almacenaje.

Definición operacional: El control de inventario fue evaluado por medio de la aplicación de un cuestionario que midió las dimensiones ingresos de existencias, almacenamiento y salida de existencias.

Indicadores: Los aspectos a tener en cuenta fueron: examen de documentos, verificación de cantidades, evaluación de calidad, registro en el sistema de almacenamiento, firma para el ingreso de las existencias, ambiente apropiado, organización adecuada, codificación de los productos, actualización del Kardex, mantenimiento adecuado, orden de salida, emisión de guía de remisión, registro de salida en el sistema, inspección del buen estado de las existencias, y firma para la salida de las existencias (Pozo et al., 2020).

Escala: Ordinal.

Variable 2: Gestión de ventas

Definición conceptual: Según Ernesto et al. (2022), es un conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta de un producto o servicio, esto implica el diseño y ejecución de planes para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes.

Definición operacional: Es el proceso de identificar, y mantener relaciones con los clientes actuales y potenciales, el cual fue evaluado por medio de un cuestionario que integra a las dimensiones: enfoque hacia el cliente, el equipo de ventas, el proceso de ventas, comunicación en las ventas.

Indicadores: Los enunciados se centraron en los siguientes aspectos: la aceptación de los productos, la posición de los productos en el mercado, el desarrollo de estrategias, el personal capacitado, el compromiso laboral, los sistemas operativos, la satisfacción de los clientes, la comunicación efectiva, la publicidad y promoción, y el control (Ernesto et al., 2022).

Escala: Ordinal.

Nota: La matriz de operacionalización de las variables fue presentada como Anexo.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Estuvo integrada por 32 trabajadores del Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto; en tanto, la población fue representada por una serie de sujetos, medios y objetos que cumplen con los criterios o cualidades mínimas para ser integradas en una investigación, esto con la finalidad de asegurar la realización de un estudio (Mucha-Hospinal et al., 2021).

- **Criterios de inclusión:** Personal que tenga conocimiento sobre el control de inventario y gestión de ventas.
- **Criterios de exclusión:** Personal que no conozca ni maneje asuntos asociados con el control de inventario y gestión de ventas; así como aquellos que no brinden su consentimiento para participar en el proceso de recojo de datos.

3.3.2. Muestra

Estuvo integrada por 32 trabajadores del Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto. En tanto, la muestra fue denominada como el subconjunto de la población en vista de que facilita el recojo de los datos requeridos de forma clara y coherente, para que los resultados se generalicen (Arrazola & Zavala, 2014).

3.3.3. Muestreo

El tipo de muestreo que se empleó fue no probabilístico de tipo censal, el cual permitió la selección de todos aquellos sujetos integrantes de la población, por lo que es viable la inclusión de estos para obtener información válida y relevante sobre la problemática (Hernández & Carpio, 2019).

3.3.4. Unidad de análisis

Un trabajador del Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Se utilizó la encuesta, la cual estuvo comprendida por una lista de preguntas que se formularon con el propósito de adquirir datos relevantes y claros sobre la opinión o punto de vista que tiene un grupo de personas que observa de manera directa los sucesos que forman parte de la problemática o fenómeno de estudio (Feria et al., 2020).

Instrumentos

Se empleó el cuestionario, puesto que ha favorecido el recojo de información directamente de los participantes. En ese sentido, ambos cuestionarios estuvieron constituidos por 20 ítems cada uno, cuyas respuestas podrán ser dadas a través de la escala: 1 (Nunca), 2 (Casi nunca), 3 (A veces), 4 (Casi siempre), 5 (Siempre). En tanto, el primer cuestionario ha clasificado sus ítems de la siguiente manera: Ingresos de existencias (1-7), Almacenamiento (8-13), Salida de existencias (14-

20); mientras que el segundo se clasificó de esta forma: Enfoque hacia el cliente (1-6), El equipo de ventas (7-10), El proceso de ventas (11-14), Comunicación en las ventas (15-20).

Validez

Los cuestionarios fueron validados por medio del juicio de los expertos, quienes en función a sus aptitudes y competencias calificaron si estos presentaron las cualidades o criterios metodológicos que requieren, siendo esta calificación representada por un puntaje promedio.

Confiabilidad

Se acreditó la confiabilidad de los cuestionarios a través del índice calculado por medio de la prueba de Alfa de Cronbach en el programa SPSS, donde el valor de este índice tuvo que ser superior al 0.700 determinado por regla. En efecto, los cuestionarios que evaluaron el control de inventario y la gestión de ventas en la empresa obtuvieron valores equivalentes a .930 y .922 respectivamente.

3.5. Procedimientos

Después de la definición del tema por investigar, se revisó la literatura que existe sobre este en las diversas bases de datos científicas, con el propósito de entender de manera profunda y evaluar las variables en el contexto de la investigación. Luego, se decidió el enfoque metodológico del estudio con la finalidad de conocer sus cualidades principales. En seguida, se ha recopilado la información siguiendo el diseño de la investigación y aplicando los métodos de análisis correspondientes para elaborar las tablas de frecuencias y figuras que representen de una manera resumida los datos extraídos, de modo que sean interpretados coherentemente. En última instancia, se plantearon las conclusiones de acuerdo con los hallazgos para que las recomendaciones permitan solucionar las falencias encontradas.

3.6. Método de análisis de datos

Se empleó el método de análisis descriptivo para el resumen, organización y presentación de los datos extraídos a través del uso de los cuestionarios. En

efecto, ha permitido conocer la tendencia que presenta la variable en función a sus cualidades principales; por lo cual se utilizó los programas Excel y SPSS. Así también, se ha utilizado el método de análisis inferencial para la elaboración de la prueba de normalidad (Shapiro-Wilk) y correlaciones (Rho de Spearman o r de Pearson), el cual favoreció al desarrollo de la prueba de hipótesis con el propósito de demostrar la veracidad de las hipótesis que se han presentado; por lo cual se usó el programa SPSS.

3.7. Aspectos éticos

Se consideraron las indicaciones dadas por la Universidad César Vallejo para elaborar el proyecto de investigación, por cuanto ello aseguró el cumplimiento del criterio de uniformidad en los productos académicos. Además, se aplicaron estos principios de investigación: Autonomía, se ha garantizado que los participantes posean la capacidad para decidir informada y libremente su participación en la investigación. Beneficencia, se maximizó los beneficios a favor de los participantes, contribuyendo además con la mejora del desempeño de la empresa objeto de estudio. No maleficencia, no se pretendió causar un daño a los sujetos implicados con la realización del estudio, es decir, se tomaron las precauciones necesarias para que los participantes eviten perjuicios. Justicia, se garantizó que los participantes puedan ejercer sus derechos de manera libre, además, este principio implica que las personas puedan acceder libremente a los resultados de la investigación.

IV. RESULTADOS

En primera instancia se desarrollará el análisis descriptivo del estudio:

Tabla 1

Control de inventario

| Nivel | Control de inventario | | Ingresos de existencias | | Almacenamiento | | Salida de existencias | |
|--------|-----------------------|------|-------------------------|------|----------------|-------|-----------------------|------|
| | Cant. | % | Cant. | % | Cant. | % | Cant. | % |
| Bajo | 6 | 19% | 3 | 9% | 4 | 12.5% | 4 | 13% |
| Medio | 17 | 53% | 18 | 56% | 13 | 40.6% | 18 | 56% |
| Alto | 9 | 28% | 11 | 34% | 15 | 46.9% | 10 | 31% |
| Total: | 32 | 100% | 32 | 100% | 32 | 100% | 32 | 100% |

Nota. Datos obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario sobre control de inventario.

Interpretación

La tabla respalda el nivel de control de inventario, donde 6 colaboradores, representando al 19% indicaron que es bajo, mientras que 17 colaboradores equivalente al 53% sostuvo que el nivel es medio y el 28% equivalente a 9 trabajadores refirió que el nivel es alto. Respecto a la dimensión ingresos de existencias el nivel ha sido bajo en 9%, medio en 56% y alto en 34% porque la recepción de medicamentos y otros dispositivos médicos presenta deficiencias, ya que el personal encargado no verifica la concordancia entre la documentación y la calidad de los productos recibidos por lo que existen discrepancias entre las cantidades del inventario físico y los registros en las hojas de Kardex.

En cuanto al almacenamiento, el nivel fue bajo en 12.5%, medio en 40.6% y alto en 46.9%, esto debido a que la empresa dispone de un espacio limitado para el almacenamiento de sus productos, no cuenta con una persona encargada de supervisar regularmente su condición. Por lo tanto, según el informe de inventario más reciente, varios artículos han experimentado deterioro. Referente a la salida de existencias, el nivel fue bajo en 13%, medio en 56% y alto en 31% porque las salidas de las mercancías no son registradas de manera puntual, lo que está causando incomodidad en el departamento de logística. Además, hay discrepancias en ciertos precios que no concuerdan con los instrumentos y medicamentos solicitados. Asimismo, se observó que algunas medicinas entregadas no cumplen con los estándares de calidad y estado requeridos.

Tabla 2*Gestión de ventas*

| Nivel | Gestión de ventas | | Enfoque hacia el cliente | | El equipo de ventas | | El proceso de ventas | | Comunicación en las ventas | |
|--------|-------------------|------|--------------------------|-----|---------------------|-------|----------------------|------|----------------------------|------|
| | Cant. | % | Cant. | % | Cant. | % | Cant. | % | Cant. | % |
| Bajo | 8 | 25% | 8 | 25% | 7 | 21.9% | 8 | 25% | 8 | 25% |
| Medio | 19 | 59% | 15 | 47% | 16 | 50.0% | 17 | 53% | 16 | 50% |
| Alto | 5 | 16% | 9 | 28% | 9 | 28.1% | 7 | 22% | 8 | 25% |
| Total: | 32 | 100% | 32 | 53% | 32 | 100% | 32 | 100% | 32 | 100% |

Nota. Datos obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario sobre la gestión de ventas.

Interpretación

En la tabla se evidencia el nivel de gestión de ventas, donde 8 colaboradores, representando al 25% indicaron que es bajo, mientras que 19 colaboradores equivalente al 59% sostuvo que el nivel es medio y el 16% equivalente a 5 trabajadores refirió que el nivel es alto. Referente al enfoque hacia el cliente, el nivel es bajo en 25%, medio en 47% y alto en 28% porque el posicionamiento de los productos pocas veces atrae nuevos clientes, las estrategias aplicadas a veces favorecen al desarrollo adecuado de actividades.

En cuanto al equipo de ventas, el nivel es bajo en 21.9%, medio en 50% y alto en 28.1% porque los responsables no poseen los conocimientos adecuados para el desarrollo de sus funciones a causa de que no reciben capacitaciones frecuentes. Respecto al proceso de ventas, el nivel fue bajo en 25%, medio en 53% y alto en 22% debido a que la satisfacción del cliente fue media y el índice de fidelización fue aceptable de manera parcial. Además, respecto a la comunicación en las ventas, el nivel fue bajo en 25%, medio en 50% y alto en 25%, por cuanto, algunos responsables no poseen habilidades para comunicarse de modo apropiado con los usuarios, tampoco existe una apropiada supervisión y control del proceso de ventas.

A continuación, se procede a desarrollar el análisis inferencial del estudio:

En la siguiente tabla, para conocer el tipo de prueba que determinará la relación entre las variables, se debe considerar la regla que refleja que; si el coeficiente es

menor a 0.05; entonces se empleará la prueba de Rho de Spearman. En cambio, si el coeficiente es mayor a 0.05, entonces se empleará la prueba de Pearson.

Tabla 3

Prueba de normalidad de Shapiro Wilk

| | Estadístico | Shapiro-Wilk gl | Sig. |
|-----------------------|-------------|--------------------|------|
| Control de inventario | .911 | 32 | .012 |
| Gestión de ventas | .946 | 32 | .112 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación

Los resultados de la tabla estiman que la variable control de inventario arrojó una sig. de 0.012, calificada como menor a 0.05; mientras que, la variable gestión de ventas arrojó una sig. de 0.112, calificada como mayor a 0.05. Con estos datos se evidencia que la primera variable no proviene de una distribución normal, a diferencia de la segunda variable que, si proviene de una distribución normal. Por lo tanto, al no haber concordancia entre ambas, se procede a trabajar con la prueba no paramétrica de correlación de Rho de Spearman.

Hipótesis general:

Hi: Existe relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

Ho: No existe relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

Tabla 4

Relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto

| | | | Control de inventario | Gestión de ventas |
|--------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Control de inventario | Coefficiente de correlación | 1.000 | .733** |
| | | Sig. (bilateral) | . | <.001 |
| | Gestión de ventas | Coefficiente de correlación | .733** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | <.001 | . |
| | | N | 32 | 32 |

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

Interpretación

Los datos insertados en el SPSS arrojaron una significancia igual a 0.001, inferior al valor 0.01, esto demuestra que existe relación entre el control de inventario y la gestión de ventas con un coeficiente de 0.733, calificado como positiva considerable. Con esta evidencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Para terminar, el coeficiente determinante reveló que, la incidencia entre los temas de investigación es del 54%.

Hipótesis específica 1:

H1. Existe relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

H₀: No existe relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

Tabla 5

Relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas

| | | | Ingresos de existencias | Gestión de ventas |
|-----------------|-------------------------|----------------------------|-------------------------|-------------------|
| Rho de Spearman | Ingresos de existencias | Coeficiente de correlación | 1.000 | .680** |
| | | Sig. (bilateral) | . | <.001 |
| | Gestión de ventas | N | 32 | 32 |
| | | Coeficiente de correlación | .680** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | <.001 | . |
| | | N | 32 | 32 |

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

Interpretación

Según revela la tabla, los datos arrojaron una significancia igual a 0.001, inferior al valor 0.01, esto demuestra que existe relación entre la dimensión ingresos de existencias y la gestión de ventas, de la misma manera, el coeficiente obtenido fue de 0.680, calificado como positiva considerable. Con este resultado, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además, si se desarrolla de modo apropiado la revisión de documentos, cantidad, calidad, ingresos al sistema y la firma de entrada, entonces la gestión de ventas será elaborada de manera correcta.

Hipótesis específica 2:

H2. Existe relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

H₀: No existe relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

Tabla 6

Relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas

| | | Almacenamiento | Gestión de ventas |
|-----------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
| Rho de Spearman | Almacenamiento | Coeficiente de correlación | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .660** |
| | Gestión de ventas | N | . |
| | | Coeficiente de correlación | 32 |
| | Sig. (bilateral) | <.001 | |
| | N | 32 | |

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

Interpretación

Tal como refleja la tabla, los datos obtuvieron una significancia igual a 0.001, siendo este, inferior al valor 0.01, esto evidencia que existe relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas, asimismo, el coeficiente obtenido fue de 0.660, calificado como positiva considerable. Por tal motivo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por otro lado, si el almacén posee un adecuado ambiente, se mantiene el orden y codificación de las existencias, se actualiza el Kardex y se ejecutan actividades de mantenimiento, entonces se verá reflejado en la eficiente gestión de ventas de la empresa.

Hipótesis específica 3:

H3. Existe relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

H₀: No existe relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

Tabla 7*Relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas*

| | | | Salida de existencias | Gestión de ventas |
|-----------------|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|-------------------|
| Rho de Spearman | Salida de existencias | Coefficiente de correlación | 1.000 | .724** |
| | | Sig. (bilateral) | . | <.001 |
| | Gestión de ventas | Coefficiente de correlación | .724** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | <.001 | . |
| | | N | 32 | 32 |

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

Interpretación

Según indica la tabla, los datos obtuvieron una significancia igual a 0.001, siendo este, menor al valor 0.01, con esto se evidencia que existe relación entre la dimensión salida de existencias y la gestión de ventas, del mismo modo, el coeficiente obtenido fue de 0.724, siendo este positivo considerable. En efecto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además, al ejecutar la orden de salida, guía de remisión, registro de la salida de existencias, revisión del estado de mercancías y la firma del egreso, se verá reflejado en la eficiente gestión de ventas de la empresa.

V. DISCUSIÓN

En el proceso de llevar a cabo este estudio, se procedió a administrar dos cuestionarios a un total de 32 trabajadores que forman parte del equipo del Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto. Estos cuestionarios se diseñaron de manera específica para abordar los temas de investigación. La investigación, se sustenta bajo el contenido teórico expuesto por Pozo et al.(2020), donde se examinó de manera detallada el control de inventario. Además, para comprender la gestión de ventas de manera más profunda, se utilizó el enfoque teórico presentado por Ernesto et al. (2022). Gracias a este enfoque integral, se ha podido obtener resultados significativos que arrojan luz sobre los aspectos que investigados.

En los resultados del **objetivo 1**, se ha identificado la relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en la organización, por cuanto el estadístico reveló una significancia de 0.001, asimismo, el coeficiente obtenido fue positivo considerable en 0.680. De la misma manera, en relación con los ingresos de inventario, se puede observar que el nivel ha sido categorizado como bajo en un 9%, como medio en un 56%, y como alto en un 34%. Esta variación se atribuye a problemas en el proceso de recepción de medicamentos y otros dispositivos médicos. En este contexto, se ha identificado que el personal a cargo no realiza una verificación adecuada para asegurar la concordancia entre la documentación y la calidad de los productos al momento de su recepción. Esto ha resultado en discrepancias entre las cantidades registradas en el inventario físico y los datos consignados en las hojas de Kardex.

Resultados similares se encontraron en el estudio de Pizzán-Tomanguillo et al.(2022), quienes concluyeron que la rotación de inventario y las ventas muestran una asociación positiva respaldada por análisis estadísticos. Esto se evidencia mediante un valor de p-valor de 0.027. De manera similar, la rentabilidad neta también presenta una relación significativa con la rotación de inventario, con un p-valor de 0.048, que se sitúa por debajo del umbral de significancia. En síntesis, las variables muestran una correlación positiva. Este fenómeno puede ser atribuido a una gestión efectiva que asegura la satisfacción del cliente, lo que a su vez potencia el desempeño financiero de la organización. No obstante, el estudio de Angulo-Rivera (2019) demostró diferencias en los resultados porque la gestión

de las existencias fue eficiente en 94.4%, destacando una adecuado ingreso de existencias, mismo que ha dado resultados óptimos en la gestión de las ventas.

Con estos resultados, se confirma que la administración y seguimiento constante de los productos o materiales al momento de su ingreso ayudará a prevenir situaciones donde la escasez pueda resultar en la pérdida de ventas y clientes descontentos (Guzmán et al. 2021). En efecto, el ingreso de existencias impacta en el nivel de inventario que se encuentra disponible en el establecimiento. Una gestión precisa de las ventas en concordancia con la recepción de mercancía contribuye a mantener un equilibrio entre el inventario disponible y las necesidades de los clientes. Por otro lado, una insuficiencia en el inventario podría resultar en una disminución de las ventas y la insatisfacción de los clientes.

En los resultados del **objetivo 2**, se estableció la relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en la organización, donde el estadístico arrojó una significancia bilateral de 0.001 con un coeficiente de correlación positivo considerable en 0.660. En lo que respecta al almacenamiento, se observó un nivel bajo en 12.5%, nivel medio en 40.6%, y nivel alto en 46.9%. Esta situación se debe a las restricciones de espacio con las que cuenta la empresa para guardar sus productos. Además, la ausencia de una supervisión constante sobre sus condiciones agrava esta circunstancia. Por consiguiente, el informe de inventario más reciente refleja el deterioro de varios artículos a causa de estas condiciones.

Estos resultados son semejantes al estudio elaborado por Lozano et al. (2021), quienes concluyeron que la carencia de un sistema de administración de inventario generó pérdidas en la inversión efectuada, lo que llevó a la empresa a realizar compras excesivas, ocasionando que el almacenamiento presente deficiencias. No obstante, durante el 2020 registró un incremento significativo del 4.75% en las ventas. El análisis subrayó además que la gestión de la mercancía tiene un impacto considerable en las ventas, con una significancia de 0.001. Resultados no coincidentes se encuentran en el trabajo de Cueva et al. (2021), al sostener que el control y supervisión de las existencias en el almacén se desarrollará de manera adecuada, sobre todo, cuentan con un espacio amplio para la conservación de la mercancía, situación que impacta de manera favorable en el rendimiento de la organización.

Estos resultados aprueban los señalado por Elhajjar (2023), al sostener que un apropiado método de almacenamiento asegura la disponibilidad de productos en el momento requerido por los clientes. La gestión de ventas se fundamenta en la habilidad para atender la demanda de los clientes de manera puntual. Si los productos no son almacenados adecuadamente, existe la posibilidad de escasez o falta de inventario, lo que potencialmente desencadenaría en pérdida de ventas y descontento por parte de los clientes. De la misma manera, permite una logística más fluida y eficiente en el proceso de entrega, donde es posible recolectar, enviar los productos con rapidez y precisión, lo que conduce a una experiencia gratificante para el cliente.

En los resultados del **objetivo 3**, se evaluó la relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas, esto se debe a que el estadístico revelo una significancia bilateral de 0.001 con un coeficiente de correlación positivo considerable en 0.724. De igual manera, en relación con la salida de las existencias, se pudo constatar que los niveles se distribuyeron de la siguiente manera: un 13% en la categoría baja, un 56% en la categoría intermedia y un 31% en la categoría alta. Esta variabilidad en los niveles se atribuye en gran medida a la falta de registro puntual de las salidas de mercancía, lo cual está generando molestias en el equipo de logística. Además, se han detectado discrepancias en algunos precios que no concuerdan con los valores de referencia de los instrumentos y medicamentos solicitados. Por otro lado, se ha observado que ciertos suministros médicos entregados no se ajustan a los estándares de calidad y estado requeridos, lo que subraya la importancia de abordar este tema de manera prioritaria.

Similitudes se encuentran en el estudio de Durán et al.(2022), quienes concluyeron que las compañías presentaron una deficiente gestión de inventario, con un 28% que rara vez examina sus registros de productos, un 18% que lo hace de manera constante. Ante esta situación, las empresas señalaron que el 73% de la responsabilidad en el control de inventario recae en el propietario, mientras que un 16% lo atribuye al contador, un 8% al encargado del almacén y un 3% a cualquier empleado de la empresa. Este problema surge debido a la falta de supervisión en el manejo de los productos. En tanto, es evidente que la eficacia

en la gestión de inventario tiene relación en el desempeño de las ventas. Asimismo, en la investigación de Inegbedion & Eze (2019), se encontró resultados similares al revelar que la organización presenta ciertas deficiencias en el manejo de sus existencias, ocasionando que no se cumplan con algunos pedidos solicitados por el cliente, visto que, la salida de estos presentan algunas dificultades.

Estos resultados resaltan el contenido teórico de Koren et al.(2022) al indicar que, cuando la salida de existencias se sincroniza con las estrategias de ventas, la empresa logra satisfacer de manera puntual las demandas de sus clientes. La satisfacción de los clientes se refleja en la posibilidad de adquirir los productos deseados sin experimentar demoras causadas por la insuficiencia de inventario. Mantener un equilibrio óptimo entre las ventas y la administración de inventario resulta fundamental para prevenir el exceso de almacenamiento. Cuando las ventas no se corresponden con el inventario en mano, surgen desafíos como problemas de almacenamiento, obsolescencia y gastos innecesarios. Además, una gestión de ventas eficaz posibilita la adaptación precisa de los niveles de inventario conforme a la demanda actual.

En los resultados del **objetivo general**, se determinó la relación entre el control de inventario y la gestión de ventas, donde el estadístico arrojó una significancia bilateral de 0.001 con un coeficiente de correlación positivo considerable en 0.733. Ante el resultado, se evidencia que el nivel de control de inventario fue calificado como medio en 53% y la gestión de ventas fue calificada como medio en 59% porque la atracción de nuevos clientes a través del posicionamiento de productos es poco frecuente. En ciertas ocasiones, las estrategias aplicadas contribuyen de manera positiva al desarrollo de actividades. No obstante, los responsables carecen de los conocimientos necesarios para desempeñar sus funciones debido a la falta de capacitaciones. La satisfacción del cliente se sitúa en un nivel intermedio y el grado de fidelización es aceptable hasta cierto punto. Algunos encargados muestran limitaciones en la comunicación con los usuarios.

Los resultados presentan semejanza con la investigación realizada por Akinlabi & Sonko (2021), quienes concluyeron que la optimización del manejo de inventario mostró un impacto positivo en el impulso de las ventas en las empresas evaluadas

con una sig. de 0.001. Este hallazgo sugiere que a medida que aumenta la rotación de inventario y se mejora la tecnología de la información, el crecimiento de las ventas también se incrementa. En resumen, la variable primordial bajo examen ejerce una influencia positiva en el aumento de las ventas empresariales. No obstante, es crucial que estas compañías establezcan un mecanismo de gestión de inventario efectivo para potenciar sus oportunidades de venta. De la misma forma, presenta similitud con la investigación elaborada por Meckrine (2020) al sostener que el control de las existencias presenta una relación significativa con el desempeño financiero en términos monetarios de una organización, de igual modo, genera un incremento en los ingresos por concepto de ventas realizadas.

También, presentan semejanza con la teoría científica de Revisión continua desarrollada por Harold W. Kuhn a indicar que es necesario mantener una constante supervisión del inventario en lugar de realizar revisiones periódicas programadas, es decir, cuando se alcanza un nivel de inventario predeterminado para reabastecer. Por ende, mantener un balance en el inventario resulta fundamental para reducir los gastos vinculados a almacenamiento, manipulación y la obsolescencia de artículos. Si los niveles de inventario son excesivos, los costos de almacenaje experimentan un incremento. En contraste, si son muy bajos, se puede dar lugar a mayores gastos al tener que realizar pedidos con frecuencia y urgencia. Una administración del inventario efectiva posibilita alcanzar el punto óptimo.

Para dar por concluido la discusión, se da a conocer las fortalezas del trabajo de investigación, resaltando que la investigación ha presentado información actualizada del tema, pues, mantener un equilibrio en el inventario es clave para mejorar la eficiencia en el manejo de los recursos financieros. Un exceso de productos almacenados puede retener una considerable suma de capital que sería más provechosa en otras áreas operativas de la organización. Por el contrario, contar con un inventario insuficiente puede dar lugar a gastos inesperados al tener que realizar adquisiciones urgentes. Asimismo, se rescata la facilidad que ha tenido el investigador en el recojo de información para el desarrollo del trabajo.

Sin embargo, se presentan algunas limitaciones, tales como la obtención de referencias locales que pudieron haber contribuido en una discusión profunda del estudio, así como la cantidad de la muestra, el cual solo se limita a una organización, de manera que, no es posible tratar de generalizar los resultados porque la muestra no fue amplia, ni se desarrolló en otros sectores.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1.** Existe relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto porque la sig. fue 0.001 (menor a 0.01) con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva considerable en 0.733, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula. Además, el control de inventario influye en 54% en la gestión de ventas de la organización.

- 6.2.** Existe relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto, debido a que la sig. bilateral ha sido 0.001 con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva considerable en 0.680, mismo que ha permitido rechazar la hipótesis nula.

- 6.3.** Existe relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto, esto porque la sig. obtenida fue 0.001 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue positiva considerable en 0.660, permitiendo, de esa manera, rechazar la hipótesis nula.

- 6.4.** Existe relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto, debido a que la sig. fue de 0.001 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva considerable en 0.724, con estos datos fue posible rechazar la hipótesis nula.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1.** Al responsable del control de inventario, revisar y mejorar las prácticas de control de inventario, a través de la implementación de sistemas de seguimiento para garantizar que los productos estén disponibles cuando se necesitan, evitando la falta de existencias como el exceso de inventario. Además, utilizar datos históricos de ventas y patrones de demanda para prever las tendencias futuras.
- 7.2.** Al responsable del control de ingreso de existencias, mantener un equilibrio adecuado entre la cantidad de existencias disponibles y la demanda de ventas para evitar excesos o faltantes, evaluar los procesos de compra y abastecimiento para asegurar de que estén optimizados. Asimismo, comprobar la coherencia entre la documentación y la calidad de los productos que son recibidos.
- 7.3.** A los responsables del área de almacenamiento, aplicar técnicas de gestión de inventario más eficientes, como el uso de sistemas de clasificación y etiquetado, para facilitar la ubicación rápida de productos y reducir el tiempo de búsqueda. Además, asignar un encargado que supervise de manera constante los productos almacenados para evitar deterioro.
- 7.4.** A los responsables del control de inventario de la organización, utilizar métodos de pronóstico de la demanda y técnicas de reordenamiento de inventario para garantizar que las existencias estén disponibles cuando sea necesario, registrar las salidas de mercancía a tiempo y verificar la calidad antes de ser despachadas al usuario.

REFERENCIAS

- Akinlabi, B., & Sonko, M. (2021). Influence of Inventory Management on Sales Growth of Food and Beverage Manufacturing Companies in Nigeria. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 5(6), 1207-1216. <http://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd47615.pdf>
- Angulo-Rivera, R. J. (2019). Control interno y gestión de inventarios de la empresa constructora Peter Contratistas S.R. Ltda. *Gaceta Científica*, 5(2), 129-137. <https://doi.org/10.46794/GACIEN.5.2.696>
- Apaza, O., Marín, P., & Cutipa, I. (2021). Factores que influyen en la liquidez de las Mypes en tiempos de pandemia por la covid-19. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 13024-13039. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1305
- Arrazola, J., & Zavala, J. (2014). Diseño metodológico para la selección de una muestra representativa de estudiantes universitarios. *Economía y Administración (E&A)*, 5(1), 54-67. <https://doi.org/10.5377/EYA.V5I1.4318>
- Bermudes, A., Sablón, N., & Escobar, E. (2022). Diseño de un sistema de control de inventario de una tienda de juguetes. *Ingeniería Industrial*, 43(43), 61-79. <https://doi.org/10.26439/ING.IND2022.N43.6109>
- Castro, L. S. (2022). Un breve diagnóstico sobre la actividad de supervisión del OSCE en las compras públicas. *Ius et Praxis*, 1(054), 239-257. <https://doi.org/10.26439/IUSETPRAXIS2022.N054.5449>
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Kadić-Maglajlić, S. (2023). Adoption of AI integrated partner relationship management (AI-PRM) in B2B sales channels: Exploratory study. *Industrial Marketing Management*, 109, 164-173. <https://doi.org/10.1016/J.INDMARMAN.2022.12.014>
- Contreras-Juárez, A., Escalante-Herrera, M., & Cortes-Maldonado, I. (2019). Modelo de lote económico de pedido EOQ en el inventario de partes de servicio automotriz. *Publicación semestral*, 12, 90-94. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/sahagun/article/view/4159/6378>
- Coronel, S., Gavidia, L., & Oblitas, R. (2021). Propuesta de sistema de control basado en método ABC para determinar el stock de mercaderías en kalito

- distribuciones, Jaén 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 10575-10591. https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V5I6.1098
- Cueva, Y., Martínez, L., & Oblitas, R. (2021). Control interno y la rentabilidad de la empresa Albis Perú E.I.R.L. de Jaén - 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 10494-10513. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1093
- Durán, M., Calles, F., & Zolano, M. (2022). Gestión y control de inventario en pequeñas y medianas empresas (pymes) como herramienta de información para la toma de decisiones en tiempos de crisis. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 1(37), 1-12. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi37.468>
- Elhajjar, S. (2023). Factors influencing buying behavior of Lebanese consumers towards fashion brands during economic crisis: A qualitative study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71(2), 224-234. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2022.103224>
- Ernesto, J., Arístega, M., Elizabeth, S., Morejón, M., Andrés, M., Bayas, F., Johan, R., & Angulo, C. (2022). Gestión de ventas de los productos de comercialización compleja. *Revista Oratores*, 1(16), 108-126. <https://doi.org/10.37594/ORATORES.N16.691>
- Escobar, H., Surichaqui, L., & Calvanapón, F. (2022). Internal control in the profitability of a general services company – Peru. *Visión de Futuro*, 1(27, No 1 (Enero-Junio)), 182-198. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2023.27.01.005.en>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *Revista Didasc@lia*, 11(3), 62-79. <http://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992/997>
- Gokbayrak, E., & Kayis, E. (2023). Single item periodic review inventory control with sales dependent stochastic return flows. *International Journal of Production Economics*, 255(1), 108712. <https://doi.org/10.1016/J.IJPE.2022.108699>
- Groza, M. D., Zmich, L. J., & Rajabi, R. (2021). Organizational innovativeness and firm performance: Does sales management matter? *Industrial Marketing Management*, 97(2), 10-20. <https://doi.org/10.1016/J.INDMARMAN.2021.06.007>
- Guevara, G., Verdesoto, A., Castro, N., & Molina, N. (2020). Metodologías de

- investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173.
[https://doi.org/10.26820/RECIMUNDO/4.\(3\).JULIO.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/RECIMUNDO/4.(3).JULIO.2020.163-173)
- Guzmán, M., Reyes, S., & Chan Yu, R. (2021). Control eficiente de inventarios. *Reciamuc*, 5(2), 121-130.
[https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.\(2\).abril.2021.121-130](https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.(2).abril.2021.121-130)
- Hansen, O., Transchel, S., & Friedrich, H. (2023). Replenishment strategies for lost sales inventory systems of perishables under demand and lead time uncertainty. *European Journal of Operational Research*, 308(2), 661-675.
<https://doi.org/10.1016/J.EJOR.2022.11.041>
- Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta, Revista científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), 75-79.
<https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Ho, S. J., & Chang, H. W. (2022). Impacts of sharing business on production, sales, and rental markets. *International Journal of Production Economics*, 248(2), 108478. <https://doi.org/10.1016/J.IJPE.2022.108478>
- Hoogerbrugge, C., Van de Kaa, G., & Chappin, E. (2023). Adoption of quality standards for corporate greenhouse gas inventories: The importance of other stakeholders. *International Journal of Production Economics*, 260(1), 857-871.
<https://doi.org/10.1016/J.IJPE.2023.108857>
- Inegbedion, H., & Eze, S. (2019). The Journal of Social Sciences Research Inventory Management and Organisational Efficiency. *Academic Research Publishing Group*, 5(2411-9458), 756-763.
<https://arpgweb.com/journal/journal/7>
- Joshi, Y., Uniyal, D., & Sangroya, D. (2021). Investigating consumers' green purchase intention: Examining the role of economic value, emotional value and perceived marketplace influence. *Journal of Cleaner Production*, 328(2), 638-643. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2021.129638>
- Koren, M., Perlman, Y., & Shnaiderman, M. (2022). Inventory Management Model for Stockout Based Substitutable Products. *IFAC-PapersOnLine*, 55(10), 613-618. <https://doi.org/10.1016/J.IFACOL.2022.09.467>
- Kumar, B., & Sharma, A. (2022). Examining the research on social media in business-to-business marketing with a focus on sales and the selling process.

- Industrial Marketing Management*, 102, 122-140.
<https://doi.org/10.1016/J.INDMARMAN.2022.01.008>
- Lozano, M., Pezo, P., Soto, S., & Villafuerte, A. (2021). Gestión de inventarios y la rentabilidad de una empresa del sector automotriz. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(4), 205-219.
<https://doi.org/10.51798/sijis.v2i4.157>
- Marcillo, J., & Zambrano, E. (2023). Gestión de inventarios y su incidencia en las fiscalizaciones tributarias en el sector ferretero del cantón Manta, Ecuador. *Uniandes Episteme. Revista De Ciencia, Tecnología E Innovación.*, 10(2), 151–165.
<https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/2897>
- Meckrine, S. (2020). the Influence of Management System on Financial Organization Performance. *Resear Gate*, 6(1), 120-127.
<https://www.researchgate.net/publication/338867961%0ATHE>
- Mesquita, M., & Tomotani, J. (2022). Simulation-optimization of inventory control of multiple products on a single machine with sequence-dependent setup times. *Computers & Industrial Engineering*, 174(2), 793-811.
<https://doi.org/10.1016/J.CIE.2022.108793>
- Monferrer, D., Moliner, M. A., & Estrada, M. (2019). Increasing customer loyalty through customer engagement in the retail banking industry. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(3), 461-484. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2019-0042>
- Mucha-Hospinal, L., Chamorro-Mejía, R., Oseda-Lazo, M., & Alania-Contreras, R. (2021). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Desafios*, 12(1), 253.
<https://doi.org/10.37711/DESAFIOS.2021.12.1.253>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Ediciones de la U.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Parlier, J., & Lee, L. (2023). Inventory analytics: A teaching case using excel and Alteryx. *Journal of Accounting Education*, 63(2), 848-853.

<https://doi.org/10.1016/J.JACCEDU.2023.100848>

- Pincay-Morales, Y., & Parra- Ferié, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. *Occupational Therapy and Rehabilitation*, 23(5), 258-261. <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Pizzán-Tomanguillo, N., Rosales, C., & Ceron, C. (2022). Control de inventario y rentabilidad en una empresa ferretera de Manantay - Perú. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(1), 649-666. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i1.246>
- Pozo, M., Rodríguez, A., & Benalcázar, M. (2020). Análisis de control y medición de inventarios según el estándar internacional. *Revista Dilemas Contemporáneos, Política y Valores*, 1(3455-3442), 14. <https://all3dp.com/2/fused-deposition-modeling-fdm-3d-printing-simply-explained/>
- Quevedo-Vázquez, J. O., Giler-Escandón, L. V., Ormaza-Andrade, J. E., González-Rodríguez, R. O., & Quevedo-Barros, M. R. (2019). El plan de marketing como herramienta de gestión en los procesos de comercialización. *Polo del Conocimiento*, 4(1), 100. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i1.873>
- Rios, J., & Vera, J. (2023). Dynamic pricing and inventory control for multiple products in a retail chain. *Computers & Industrial Engineering*, 177(2), 65-74. <https://doi.org/10.1016/J.CIE.2023.109065>
- Rodríguez, L., Dora, A., Villavicencio, A., Cuenca, M., & Aldaz, R. (2019). Proceso contable y gestión de inventarios implementados en la compañía DETEICELI- Departamento Tecnológico Eléctrico Industrial y Comercial Cía. Ltda (Ecuador). *Espacios*, 40(30), 23-32. <http://www.ifac.portafolio.revistaespacios.com/a19v40n30/a19v40n30p23.pdf>
- Ruzigana, A. (2022). THE EFFECT OF INVENTORY MANAGEMENT ON THE INVENTORY TURNOVER RATIO OF ORGANIZATION " CASE OF ADMA. *Global Scientific*, 10(12), 1417-1436. http://www.globalscientificjournal.com/researchpaper/THE_EFFECT_OF_INVENTORY_MANAGEMENT_ON_THE_INVENTORY_TURNOVER_RATIO_OF_ORGANIZATION_CASE_OF_ADMA.pdf
- Sánchez-Sánchez, C., & Rodríguez-Basantes, V. (2021). Eficiencia de inventario en empresas de consumo masivo. *Polo del Conocimiento: Revista científico -*

- profesional*, 6(11), 718-741. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i11.3295>
- Santamaría, E., López, S., Miranda, R., & López, W. (2020). Cadena de suministro en servicios turísticos en Ecuador. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(91), 869-884. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i91.33171>
- Sumba, R., Toala, A., & García, H. (2022). Canales de comercialización en las ventas. *Recimundo*, 1(2588-073X), 92-108. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.92-108](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.92-108)
- Teunter, R., & Kuipers, S. (2022). Inventory control with demand substitution: new insights from a two-product Economic Order Quantity analysis. *Omega*, 113(2), 712-724. <https://doi.org/10.1016/J.OMEGA.2022.102712>
- Theodorou, E., Spiliotis, E., & Assimakopoulos, V. (2023). Optimizing inventory control through a data-driven and model-independent framework. *EURO Journal on Transportation and Logistics*, 12(2), 103-118. <https://doi.org/10.1016/J.EJTL.2022.100103>
- Ullah, A., Ayat, M., He, Y., & Lev, B. (2023). An analysis of strategies for adopting blockchain technology in the after-sales service supply chain. *Computers & Industrial Engineering*, 179, 109194. <https://doi.org/10.1016/J.CIE.2023.109194>
- Valladares, C., Sánchez, K., Ugando, M., Sabando, Á., & Villalón, A. (2021). Gestión de capital de trabajo y su efecto en la rentabilidad para el grupo de empresas del sector manufacturero Ecuatoriano. *South Florida Journal of Development*, 2(2), 2082-2101. <https://doi.org/10.46932/sfjdv2n2-075>
- Vásquez, C., Sumire, C., & Romero, R. (2021). Propuesta de un sistema de Control del Almacén. *Revista Hechos Contables*, 1(2), 95-114. <https://doi.org/10.52936/RHC.V1I2.78>
- Vásquez, C., Vela, J., & Moreno, J. (2021). El control de inventarios en el servicio de administración, en la Navegación Aérea Peruana. *Revista Hechos Contables. Revista de Investigación en Contabilidad*, 1(1), 36-48. <https://educas.com.pe/index.php/hechoscontables/article/view/58#:~:text=Se evidenció que el control,débiles del proceso%3B se recomienda>
- Wang, Q., Li, S., Dong, M., Li, W., Gao, X., Ye, R., & Zhang, D. (2018). VOCs emission characteristics and priority control analysis based on VOCs emission inventories and ozone formation potentials in Zhoushan. *Atmospheric*

Environment,

182(2),

234-241.

<https://doi.org/10.1016/J.ATMOSENV.2018.03.034>

Zapata-Cortes, J., Vélez-Bedoya, Á., & Arango-Serna, M. (2020). Mejora del proceso de distribución en una empresa de transporte. *Investigación administrativa*, 49(126), 1-17. <https://doi.org/10.35426/IAV49N126.08>

ANEXOS

Operacionalización de las variables

| Variables | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|-----------------------|---|---|----------------------------|--|--------------------|
| Control de inventario | Por su parte, Pozo et al.(2020) indican que es el sistema que permite a las entidades realizar una gestión de existencias que almacena, determina los productos que deben moverse más rápidos, cuáles son escasos, cómo rotar su stock y dónde asignar más recursos para su correcto almacenaje. | El control de inventario se evaluó por medio de la aplicación de un cuestionario que midió las dimensiones ingresos de existencias, almacenamiento y salida de existencias. | Ingresos de existencias | <ul style="list-style-type: none"> - Revisión de documentos - Revisión de cantidades - Revisión de calidad - Ingreso al sistema de almacén - Firma por ingreso de existencias | Ordinal |
| | | | Almacenamiento | <ul style="list-style-type: none"> - Ambiente adecuado - Orden adecuado - Codificación de las existencias - Actualización de Kardex - Mantenimiento adecuado | |
| | | | Salida de existencias | <ul style="list-style-type: none"> - Orden de salida - Emisión de guía de remisión - Registro de Salida del sistema - Revisión del buen estado de las existencias. - Firma por salida de existencias. | |
| Gestión de ventas | Según Ernesto et al. (2022), es un conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta de un producto o servicio, esto implica el diseño y ejecución de planes para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes. | Es el proceso de identificar, y mantener relaciones con los clientes actuales y potenciales el cual fue evaluado por medio de un cuestionario que integra a las dimensiones: enfoque hacia el cliente, el equipo de ventas, el proceso de ventas, comunicación en las ventas. | Enfoque hacia el cliente | <ul style="list-style-type: none"> - Aceptación de los productos - Posicionamiento de los productos - Creación de estrategias | Ordinal |
| | | | El equipo de ventas | <ul style="list-style-type: none"> - Personal capacitado - Compromiso al trabajo | |
| | | | El proceso de ventas | <ul style="list-style-type: none"> - Sistemas operativos - Clientes satisfechos | |
| | | | Comunicación en las ventas | <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación efectiva - Publicidad y promoción - Control | |

Matriz de consistencia

| Formulación del problema | Objetivos | Hipótesis | Técnica e Instrumentos | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|-----------|-------------|-----------------------|-------------------------|----------------|-----------------------|-------------------|--------------------------|---------------------|----------------------|--|
| <p>Problema general ¿Cuál es la relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>P1. ¿Cuál es la relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022?</p> <p>P2. ¿Cuál es la relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022?</p> <p>P3. ¿Cuál es la relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022?</p> | <p>Objetivo general Determinar la relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>O1. Identificar la relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.</p> <p>O2. Establecer la relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.</p> <p>O3. Evaluar la relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.</p> | <p>Hipótesis general Hi: Existe relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. H0: No existe relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>H1. Existe relación entre el ingreso de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.</p> <p>H2. Existe relación entre el almacenamiento y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.</p> <p>H3. Existe relación entre la salida de existencias y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.</p> | <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario</p> | | | | | | | | | | | |
| Diseño de investigación | Población y muestra | Variables y dimensiones | | | | | | | | | | | | |
| <p>El estudio de investigación fue de tipo básica con diseño no experimental de corte transversal, a nivel correlacional.</p> <p>Esquema:</p> <div style="display: flex; align-items: center; margin-left: 20px;"> <div style="margin-right: 20px;"> <p>M: Muestra V₁: Control de inventario V₂: Gestión de ventas r: Relación</p> </div> </div> | <p>Población Estuvo integrada por 32 trabajadores del Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto.</p> <p>Muestra Estuvo integrada por 32 trabajadores del Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto.</p> | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Variables</th> <th style="width: 50%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Control de inventario</td> <td>Ingresos de existencias</td> </tr> <tr> <td>Almacenamiento</td> </tr> <tr> <td>Salida de existencias</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Gestión de ventas</td> <td>Enfoque hacia el cliente</td> </tr> <tr> <td>El equipo de ventas</td> </tr> <tr> <td>El proceso de ventas</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Comunicación en las ventas</td> </tr> </tbody> </table> | | Variables | Dimensiones | Control de inventario | Ingresos de existencias | Almacenamiento | Salida de existencias | Gestión de ventas | Enfoque hacia el cliente | El equipo de ventas | El proceso de ventas | |
| Variables | Dimensiones | | | | | | | | | | | | | |
| Control de inventario | Ingresos de existencias | | | | | | | | | | | | | |
| | Almacenamiento | | | | | | | | | | | | | |
| | Salida de existencias | | | | | | | | | | | | | |
| Gestión de ventas | Enfoque hacia el cliente | | | | | | | | | | | | | |
| | El equipo de ventas | | | | | | | | | | | | | |
| | El proceso de ventas | | | | | | | | | | | | | |
| | Comunicación en las ventas | | | | | | | | | | | | | |

Instrumentos de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Cuestionario para evaluar el control de inventario

Buen día, presento este cuestionario para evaluar el control de inventario en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. Por ese motivo, debe responder las siguientes preguntas con sinceridad debido a que se mantendrán de manera confidencial.

Instrucciones:

- Leer atentamente cada ítem.
- Responder con una X en los recuadros según su propio criterio.

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

| Ítem / Indicador | Escala | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D1: Ingresos de existencias | | | | | |
| 1. Se revisan los documentos que sustentan el ingreso de las existencias | | | | | |
| 2. Se revisa la cantidad de las existencias ingresadas | | | | | |
| 3. Se verifica que la cantidad de las existencias ingresadas coincida con lo requerido | | | | | |
| 4. Se revisa la calidad de las existencias ingresadas | | | | | |
| 5. Se verifica que la calidad de las existencias ingresadas cumpla las características especificadas | | | | | |
| 6. Se ingresa al sistema de almacén la información sobre las existencias | | | | | |
| 7. Se efectúa la firma por ingreso de existencias | | | | | |
| D2: Almacenamiento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. El almacén cuenta con un ambiente adecuado para conservar las cualidades de las existencias | | | | | |

| | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 9. El almacén presenta un orden adecuado | | | | | |
| 10. Se efectúa la codificación de las existencias de manera adecuada | | | | | |
| 11. Se lleva a cabo una constante actualización de Kardex | | | | | |
| 12. Existe un mantenimiento adecuado del almacén | | | | | |
| 13. Se aplican buenas prácticas de almacenamiento | | | | | |
| D3: Salida de existencias | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. Se emite de manera oportuna el orden de salida de las existencias | | | | | |
| 15. Se efectúa la emisión de la guía de remisión de manera adecuada | | | | | |
| 16. Se lleva a cabo el registro de salida del sistema de las existencias | | | | | |
| 17. Se realiza la revisión del buen estado de las existencias, antes de su salida de almacén | | | | | |
| 18. Se firma por la salida de existencias de manera oportuna | | | | | |
| 19. Se verifica la presentación de la documentación correspondiente para la salida de las existencias | | | | | |
| 20. Se realiza un seguimiento de las existencias que salieron del almacén | | | | | |

Gracias por su colaboración.



Cuestionario para evaluar la gestión de ventas

Buen día, presento este cuestionario para evaluar la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. Por ese motivo, debe responder las siguientes preguntas con sinceridad debido a que se mantendrán de manera confidencial.

Instrucciones:

- Leer atentamente cada ítem.
- Responder con una X en los recuadros según su propio criterio.

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

| Ítem / Indicador | Escala | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D1: Enfoque hacia el cliente | | | | | |
| 1. Existe una buena aceptación de los productos ofrecidos | | | | | |
| 2. La aceptación de los productos aumenta cada vez más | | | | | |
| 3. El posicionamiento de los productos es bueno | | | | | |
| 4. El posicionamiento de los productos permite atraer nuevos clientes | | | | | |
| 5. La creación de estrategias es continua | | | | | |
| 6. Las estrategias favorecen al óptimo desarrollo de las actividades | | | | | |
| D2: El equipo de ventas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Poseen los conocimientos y competencias básicas para desarrollar sus funciones adecuadamente | | | | | |
| 8. Reciben capacitaciones continuas con el propósito de aumentar sus destrezas | | | | | |
| 9. Se siente motivado a desempeñar sus actividades de manera efectiva | | | | | |
| 10. Se siente satisfecho con las responsabilidades que cumple | | | | | |

| D3: El proceso de ventas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 11. Considera que los sistemas operativos favorecen el desarrollo de las actividades | | | | | |
| 12. Utiliza sistemas informáticos y tecnológicos durante la ejecución de sus funciones | | | | | |
| 13. Percibe usted que los clientes se sienten satisfechos con los productos que reciben | | | | | |
| 14. Existe un alto índice de fidelización de los clientes | | | | | |
| D4: Comunicación en las ventas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. Posee la habilidad para comunicarse de forma efectiva con los usuarios | | | | | |
| 16. Tiene la capacidad para informar, orientar y motivar la compra de los clientes | | | | | |
| 17. Se publicita de forma continua los productos que ofrece | | | | | |
| 18. Se aplican de manera efectiva y continua estrategias de promoción | | | | | |
| 19. Se supervisa y controla efectivamente el procedimiento de ventas | | | | | |
| 20. Se evalúa continuamente la eficacia de los procesos de ventas | | | | | |

Gracias por su colaboración.

Confiabilidad de los instrumentos (Prueba piloto)

Variable 1: Control de inventario

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válido | 32 | 100.0 |
| | Excluido ^a | 0 | .0 |
| | Total | 32 | 100.0 |

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

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| .930 | 20 |

| Estadísticas de total de elemento | | | | |
|---|--|---|--|---|
| | Media de escala si el elemento se ha suprimido | Varianza de escala si el elemento se ha suprimido | Correlación total de elementos corregida | Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido |
| Se revisan los documentos que sustentan el ingreso de las existencias | 56.47 | 207.096 | .558 | .928 |
| Se revisa la cantidad de las existencias ingresadas | 56.84 | 215.555 | .451 | .929 |
| Se verifica que la cantidad de las existencias ingresadas coincida con lo requerido | 56.75 | 203.226 | .649 | .926 |
| Se revisa la calidad de las existencias ingresadas | 56.81 | 207.706 | .588 | .927 |
| Se verifica que la calidad de las existencias ingresadas cumpla las características especificadas | 56.81 | 202.673 | .770 | .924 |
| Se ingresa al sistema de almacén la información sobre las existencias | 57.06 | 208.770 | .551 | .928 |

| | | | | |
|---|-------|---------|------|------|
| Se efectúa la firma por ingreso de existencias | 57.19 | 203.190 | .693 | .925 |
| El almacén cuenta con un ambiente adecuado para conservar las cualidades de las existencias | 56.81 | 202.673 | .770 | .924 |
| El almacén presenta un orden adecuado | 56.72 | 205.951 | .592 | .927 |
| Se efectúa la codificación de las existencias de manera adecuada | 56.81 | 202.673 | .770 | .924 |
| Se lleva a cabo una constante actualización de Kardex | 56.84 | 215.555 | .451 | .929 |
| Existe un mantenimiento adecuado del almacén | 56.81 | 208.415 | .619 | .927 |
| Se aplican buenas prácticas de almacenamiento | 57.00 | 212.903 | .407 | .931 |
| Se emite de manera oportuna el orden de salida de las existencias | 56.81 | 199.835 | .763 | .923 |
| Se efectúa la emisión de la guía de remisión de manera adecuada | 57.03 | 206.547 | .609 | .927 |
| Se lleva a cabo el registro de salida del sistema de las existencias | 56.28 | 215.951 | .374 | .931 |
| Se realiza la revisión del buen estado de las existencias, antes de su salida de almacén | 56.72 | 205.951 | .592 | .927 |
| Se firma por la salida de existencias de manera oportuna | 57.16 | 203.878 | .659 | .926 |
| Se verifica la presentación de la documentación correspondiente para la salida de las existencias | 57.19 | 203.190 | .693 | .925 |
| Se realiza un seguimiento de las existencias que salieron del almacén | 56.91 | 208.281 | .596 | .927 |

Variable 2: Gestión de ventas

| Resumen de procesamiento de casos | | | |
|--|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válido | 32 | 100.0 |
| | Excluido ^a | 0 | .0 |
| | Total | 32 | 100.0 |

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

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| .922 | 20 |

| Estadísticas de total de elemento | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | Media de escala si el elemento se ha suprimido | Varianza de escala si el elemento se ha suprimido | Correlación total de elementos corregida | Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido |
| Existe una buena aceptación de los productos ofrecidos | 54.03 | 203.257 | .501 | .920 |
| La aceptación de los productos aumenta cada vez más | 54.00 | 207.161 | .417 | .921 |
| El posicionamiento de los productos es bueno | 53.81 | 197.577 | .647 | .916 |
| El posicionamiento de los productos permite atraer nuevos clientes | 53.84 | 195.684 | .685 | .916 |
| La creación de estrategias es continua | 53.88 | 194.177 | .682 | .916 |
| Las estrategias favorecen al óptimo desarrollo de las actividades | 53.69 | 194.867 | .754 | .914 |
| Poseen los conocimientos y competencias básicas para desarrollar sus funciones adecuadamente | 53.78 | 204.370 | .593 | .918 |

| | | | | |
|---|-------|---------|------|------|
| Reciben capacitaciones continuas con el propósito de aumentar sus destrezas | 53.53 | 203.354 | .639 | .917 |
| Se siente motivado a desempeñar sus actividades de manera efectiva | 53.94 | 200.641 | .571 | .918 |
| Se siente satisfecho con las responsabilidades que cumple | 53.84 | 195.684 | .685 | .916 |
| Considera que los sistemas operativos favorecen el desarrollo de las actividades | 53.78 | 204.951 | .387 | .923 |
| Utiliza sistemas informáticos y tecnológicos durante la ejecución de sus funciones | 53.38 | 199.210 | .605 | .917 |
| Percibe usted que los clientes se sienten satisfechos con los productos que reciben | 53.69 | 194.867 | .754 | .914 |
| Existe un alto índice de fidelización de los clientes | 53.38 | 201.726 | .469 | .921 |
| Posee la habilidad para comunicarse de forma efectiva con los usuarios | 53.94 | 200.641 | .571 | .918 |
| Tiene la capacidad para informar, orientar y motivar la compra de los clientes | 53.78 | 204.370 | .593 | .918 |
| Se publicita de forma continua los productos que ofrece | 53.97 | 206.096 | .381 | .922 |
| Se aplican de manera efectiva y continua estrategias de promoción | 53.72 | 196.273 | .613 | .917 |
| Se supervisa y controla efectivamente el procedimiento de ventas | 53.53 | 203.354 | .639 | .917 |
| Se evalúa continuamente la eficacia de los procesos de ventas | 53.19 | 201.254 | .601 | .918 |

Base de datos (Prueba piloto)

| N° | PRUEBA PILOTO DE CONTROL DE INVENTARIO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 |
| P1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| P2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 |
| P3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| P4 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 |
| P5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| P6 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| P7 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| P8 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| P9 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| P10 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| P11 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| P12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| P13 | 1 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| P14 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 |
| P15 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 |
| P16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| P17 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| P18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| P19 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| P20 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| P21 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| P22 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 |
| P23 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| P24 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 |
| P25 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| P26 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| P27 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| P28 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| P29 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| P30 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| P31 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| P32 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |

| N° | PRUEBA PILOTO DE LA GESTIÓN DE VENTAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 |
| P1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| P2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| P3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| P4 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 |
| P5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| P6 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| P7 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| P8 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| P9 | 1 | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 |
| P10 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| P11 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| P12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| P13 | 1 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| P14 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| P15 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 |
| P16 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| P17 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 |
| P18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| P19 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| P20 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| P21 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| P22 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| P23 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| P24 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| P25 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| P26 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| P27 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| P28 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| P29 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| P30 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| P31 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| P32 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 |

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

| | | | |
|---|--|----------------|-------|
| Nombres y Apellidos del juez: | ENILMA GARCÍA CASTILLO | | |
| Grado profesional: | Maestría () | Doctor | (X) |
| Área de formación académica: | Clínica () | Social | () |
| | Educativa (X) | Organizacional | () |
| Áreas de experiencia profesional: | DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN | | |
| Institución donde labora: | DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN SAN MARTÍN | | |
| Tiempo de experiencia profesional el área: | 2 a 4 años | () | |
| | Más de 5 años | (X) | |

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: CUESTIONARIO DE CONTROL DE INVENTARIOS Y GESTIÓN DE VENTAS

| | |
|------------------------------|--|
| Nombre de la Prueba: | Cuestionario en escala ordinal |
| Autor(es): | Isuiza Huansi Sofia |
| Procedencia: | Autoría propia del investigador |
| Administración: | (Personal) |
| Tiempo de aplicación: | 15 minutos |
| Ámbito de aplicación: | Sub Comité de Administración del Fondo de Asistencia y Estimulo del Hospital II-2 Tarapoto. |
| Significación: | <p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable (Control de Inventarios) contiene 3 dimensiones, de 15 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable (Gestión de Ventas) contiene 4 dimensiones, de 11 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. |

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Control de Inventarios
Por su parte, Pozo et al.(2020) indican que es el sistema que permite a las entidades realizar una gestión de existencias que almacena, determina los productos que deben moverse más rápidos, cuáles son escasos, cómo rotar su stock y dónde asignar más recursos para su correcto almacenaje.
- **Variable 2:** Gestion de Ventas

Según Ernesto et al. (2022), es un conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta de un producto o servicio, esto implica el diseño y ejecución de planes para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes.

| Variable | Dimensiones | Definición |
|-----------------------|---|---|
| Control de inventario | Ingresos de existencias, almacenamiento, salida de existencias. | Por su parte, Pozo et al.(2020) indican que es el sistema que permite a las entidades realizar una gestión de existencias que almacena, determina los productos que deben moverse más rápidos, cuáles son escasos, cómo rotar su stock y dónde asignar más recursos para su correcto almacenaje. |
| Gestión de ventas | Enfoque hacia el cliente, el equipo de ventas, el proceso de ventas, comunicación en las ventas | Según Ernesto et al. (2022), es un conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta de un producto o servicio, esto implica el diseño y ejecución de planes para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes. |

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022"; elaborado por Isuiza Huansi, Sofia, en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría | Calificación | Indicador |
|--|---|---|
| CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro. |
| | 2. Bajo Nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
| | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada. |
| COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo. | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. |
| | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión. |
| | 3. Acuerdo (moderado nivel) | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo. |
| | 4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel) | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo. |
| RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido. | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. |
| | 2. Bajo Nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. |
| | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido. |

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 |

Variable del instrumento: Control de Inventarios

- Primera dimensión: Ingresos de existencias

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|----------------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Revisión de documentos | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Revisión de cantidades | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Revisión de calidad | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Ingreso al sistema de almacén | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Firma por ingreso de existencias | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Segunda dimensión: Almacenamiento

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|---------------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Ambiente adecuado | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Orden adecuado | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Codificación de las existencias | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Actualización de Kardex | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Mantenimiento adecuado | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Tercera dimensión: Salida de existencias

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|--|------|----------|------------|------------|-------------|
| Orden de salida | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Emisión de guía de remisión | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Registro de Salida del sistema | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Revisión del buen estado de las existencias. | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Firma por salida de existencias. | 3 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

Variable del instrumento: Gestión de ventas

- Primera dimensión: Enfoque hacia el cliente

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|----------------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Aceptación de los productos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Posicionamiento de los productos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Creación de estrategias | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Segunda dimensión: El equipo de ventas

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|-----------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Personal capacitado | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Compromiso al trabajo | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |





- Tercera dimensión: El proceso de ventas

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|----------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Sistemas operativos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Clientes satisfechos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Tercera dimensión: Comunicación en las ventas

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Comunicación efectiva | 4 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Publicidad y promoción | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |


 DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN

ENILMA GARCÍA CASTILLO
 DIRECTORA DE PROGRAMA SECTORIAL I
 DIRECTORA DE GESTIÓN PEDAGÓGICA

DNI 00828290

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

| | | |
|--|--|---------------------|
| Nombres y Apellidos del juez: | JOSÉ LUIS TRIGOSO PAREDES | |
| Grado profesional: | Maestría () | Doctor (X) |
| Área de formación académica: | Clínica () | Social () |
| | Educativa (X) | Organizacional () |
| Áreas de experiencia profesional: | DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN | |
| Institución donde labora: | DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN SAN MARTÍN | |
| Tiempo de experiencia profesional en el área: | 2 a 4 años () | Más de 5 años (X) |

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: CUESTIONARIO DE CONTROL DE INVENTARIOS Y GESTIÓN DE VENTAS

| | |
|------------------------------|--|
| Nombre de la Prueba: | Cuestionario en escala ordinal |
| Autor(es): | Isuiza Huansi Sofia |
| Procedencia: | Autoría propia del investigador |
| Administración: | (Personal) |
| Tiempo de aplicación: | 15 minutos |
| Ámbito de aplicación: | Sub Comité de Administración del Fondo de Asistencia y Estimulo del Hospital II-2 Tarapoto . |
| Significación: | <p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable (Control de Inventarios) contiene 3 dimensiones, de 15 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable (Gestión de Ventas) contiene 4 dimensiones, de 11 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. |

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Control de Inventarios
Por su parte, Pozo et al.(2020) indican que es el sistema que permite a las entidades realizar una gestión de existencias que almacena, determina los productos que deben moverse más rápidos, cuáles son escasos, cómo rotar su stock y dónde asignar más recursos para su correcto almacenaje.
- **Variable 2:** Gestion de Ventas
Según Ernesto et al. (2022), es un conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta de un producto o servicio, esto implica el diseño y ejecución de planes para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes.

| Variable | Dimensiones | Definición |
|-----------------------|---|---|
| Control de inventario | Ingresos de existencias, almacenamiento, salida de existencias. | Por su parte, Pozo et al.(2020) indican que es el sistema que permite a las entidades realizar una gestión de existencias que almacena, determina los productos que deben moverse más rápidos, cuáles son escasos, cómo rotar su stock y dónde asignar más recursos para su correcto almacenaje. |
| Gestión de ventas | Enfoque hacia el cliente, el equipo de ventas, el proceso de ventas, comunicación en las ventas | Según Ernesto et al. (2022), es un conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta de un producto o servicio, esto implica el diseño y ejecución de planes para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes. |

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022"; elaborado por Izuiza Huansi, Sofia, en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría | Calificación | Indicador |
|--|---|---|
| CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro. |
| | 2. Bajo Nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
| | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada. |
| COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo. | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. |
| | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión. |
| | 3. Acuerdo (moderado nivel) | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo. |
| | 4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel) | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo. |
| RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido. | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. |
| | 2. Bajo Nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. |
| | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido. |

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 |

Variable del instrumento: Control de Inventarios

- Primera dimensión: Ingresos de existencias

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observacio |
|----------------------------------|------|----------|------------|------------|------------|
| Revisión de documentos | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Revisión de cantidades | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Revisión de calidad | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Ingreso al sistema de almacén | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Firma por ingreso de existencias | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Segunda dimensión: Almacenamiento

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|---------------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Ambiente adecuado | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Orden adecuado | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Codificación de las existencias | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Actualización de Kardex | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Mantenimiento adecuado | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Tercera dimensión: Salida de existencias

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|--|------|----------|------------|------------|-------------|
| Orden de salida | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Emisión de guía de remisión | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Registro de Salida del sistema | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Revisión del buen estado de las existencias. | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Firma por salida de existencias. | 3 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |


Variable del instrumento: Gestión de ventas

- Primera dimensión: Enfoque hacia el cliente

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|----------------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Aceptación de los productos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Posicionamiento de los productos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Creación de estrategias | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Segunda dimensión: El equipo de ventas

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|-----------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Personal capacitado | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Compromiso al trabajo | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |



- Tercera dimensión: El proceso de ventas

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|----------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Sistemas operativos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Clientes satisfechos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Tercera dimensión: Comunicación en las ventas

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Comunicación efectiva | 4 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Publicidad y promoción | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |



GOBIERNO REGIONAL DE SAN MARTÍN
Dirección Regional de Educación

Dr. José Luis Trigoso Paredes
Especialista de Educación - Secundaria

DNI N° 00839326

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

| | | |
|---|--|----------------------|
| Nombres y Apellidos del juez: | JEISY ELVITH RÍOS CULQUI | |
| Grado profesional: | Maestría (X) | Doctor () |
| Área de formación académica: | Clínica () | Social () |
| | Educativa () | Organizacional (X) |
| Áreas de experiencia profesional: | MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA | |
| Institución donde labora: | DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN SAN MARTÍN | |
| Tiempo de experiencia profesional el área: | 2 a 4 años (X) | Más de 5 años () |

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: CUESTIONARIO DE CONTROL DE INVENTARIOS Y GESTIÓN DE VENTAS

| | |
|------------------------------|--|
| Nombre de la Prueba: | Cuestionario en escala ordinal |
| Autor(es): | Isuiza Huansi Sofia |
| Procedencia: | Autoría propia del investigador |
| Administración: | (Personal) |
| Tiempo de aplicación: | 15 minutos |
| Ámbito de aplicación: | Sub Comité de Administración del Fondo de Asistencia y Estimulo del Hospital II-2 Tarapoto . |
| Significación: | <p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable (Control de Inventarios) contiene 3 dimensiones, de 15 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable (Gestión de Ventas) contiene 4 dimensiones, de 11 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. |

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Control de Inventarios
Por su parte, Pozo et al.(2020) indican que es el sistema que permite a las entidades realizar una gestión de existencias que almacena, determina los productos que deben moverse más rápidos, cuáles son escasos, cómo rotar su stock y dónde asignar más recursos para su correcto almacenaje.
- **Variable 2:** Gestion de Ventas
Según Ernesto et al. (2022), es un conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta de un producto o servicio, esto implica el diseño y ejecución de planes para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes.

| Variable | Dimensiones | Definición |
|-----------------------|---|---|
| Control de inventario | Ingresos de existencias, almacenamiento, salida de existencias. | Por su parte, Pozo et al.(2020) indican que es el sistema que permite a las entidades realizar una gestión de existencias que almacena, determina los productos que deben moverse más rápidos, cuáles son escasos, cómo rotar su stock y dónde asignar más recursos para su correcto almacenaje. |
| Gestión de ventas | Enfoque hacia el cliente, el equipo de ventas, el proceso de ventas, comunicación en las ventas | Según Ernesto et al. (2022), es un conjunto de estrategias y técnicas que se emplean para planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta de un producto o servicio, esto implica el diseño y ejecución de planes para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes. |

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022"; elaborado por Isuiza Huansi, Sofia, en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría | Calificación | Indicador |
|--|---|---|
| CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro. |
| | 2. Bajo Nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
| | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada. |
| COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo. | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. |
| | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión. |
| | 3. Acuerdo (moderado nivel) | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo. |
| | 4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel) | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo. |
| RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido. | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. |
| | 2. Bajo Nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. |
| | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido. |

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 |

Variable del instrumento: Control de Inventarios

- Primera dimensión: Ingresos de existencias

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|----------------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Revisión de documentos | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Revisión de cantidades | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Revisión de calidad | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Ingreso al sistema de almacén | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Firma por ingreso de existencias | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Segunda dimensión: Almacenamiento

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|---------------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Ambiente adecuado | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Orden adecuado | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Codificación de las existencias | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Actualización de Kardex | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Mantenimiento adecuado | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Tercera dimensión: Salida de existencias

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|--|------|----------|------------|------------|-------------|
| Orden de salida | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Emisión de guía de remisión | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Registro de Salida del sistema | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Revisión del buen estado de las existencias. | 1 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Firma por salida de existencias. | 3 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |


Variable del instrumento: Gestión de ventas

- Primera dimensión: Enfoque hacia el cliente

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|----------------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Aceptación de los productos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Posicionamiento de los productos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Creación de estrategias | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Segunda dimensión: El equipo de ventas

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|-----------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Personal capacitado | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Compromiso al trabajo | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |



- Tercera dimensión: El proceso de ventas

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|----------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Sistemas operativos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Clientes satisfechos | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

- Tercera dimensión: Comunicación en las ventas

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observación |
|------------------------|------|----------|------------|------------|-------------|
| Comunicación efectiva | 4 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |
| Publicidad y promoción | 2 | 4 | 4 | 4 | NINGUNA |

MG. JEISY ELVITH RÍOS CULQUI
DNI N° 46412532

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



ANEXO 4a

Formato para la obtención del consentimiento informado

Título de la investigación: Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

Investigador principal: Isuiza Huansi, Sofia

Asesor: Dra. Ruiz Correa, Sandra

Propósito del estudio

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: “Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022”, cuyo propósito es Determinar la relación entre el control de inventario y la gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de la carrera profesional de Contabilidad o programa PFA, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Tarapoto, aprobado por la autoridad correspondiente de la universidad y con el permiso de la institución Sub Comité de Administración del Fondo de Asistencia y Estímulo del Hospital II – 2 Tarapoto.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales sobre usted como edad, zona de domicilio, lugar de nacimiento y otros, no es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.
2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente 15 minutos, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

Información general: se le brindará a cada persona, la información para cumplimiento de los principios de ética, se permitirá cualquier interrupción de parte del entrevistado para esclarecer sus dudas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar

incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Información específica: Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación: los datos que se requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina, células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De desearlo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor Dr. Ruiz Correa, Sandra al correo electrónico sruizco@ucv.edu.pe, sruizcsan@ucvvirtual.edu.pe o con el Comité de Ética cp.contabilidad.tarapoto@ucv.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].



Sofia Isuiza Huansi

DNI: 70880907

ANEXO 6

Ficha de evaluación de los proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de Contabilidad

Título del proyecto de Investigación: Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022.

Autor(es): Isuiza Huansi, Sofia

Especialidad del autor principal del proyecto: Estudiante de la carrera de Contabilidad

Programa: SUBE

Otro(s) autor(es) del proyecto: Ninguno

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Tarapoto – Perú

Código de revisión del proyecto:

| N.º | Criterios de evaluación | Cumple | No cumple | No corresponde |
|-----------------------------------|---|--------|-----------|----------------|
| I. Criterios metodológicos | | | | |
| 1 | El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación | | | |
| 2 | El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios. | | | |
| 3 | Menciona el tamaño de la población / participantes, criterios de inclusión y exclusión, muestra y unidad de análisis, si corresponde. | | | |
| 4 | Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde. | | | |
| 5 | Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde. | | | |
| 6 | Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde. | | | |
| II. Criterios éticos | | | | |
| 6 | Evidencia la aceptación de la institución a desarrollar la investigación, si corresponde. | | | |
| 7 | Incluye la carta de consentimiento (Anexo 3) y/o asentimiento informado (Anexo 4) establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV), si corresponde. | | | |
| 8 | Las citas y referencias van acorde a las normas de redacción científica. | | | |
| 9 | La ejecución del proyecto cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética en Investigación vigente en especial en su Capítulo III Normas Éticas para el desarrollo de la Investigación. | | | |

Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de la evaluación

[Ciudad], [día] de [mes] de [año]

| Nombres y apellidos | Cargo | DNI N.º | Firma |
|----------------------------|-----------------|----------------|--------------|
| | Presidente | | |
| | Miembro 1 | | |
| | Miembro 2 | | |
| | Miembro 3 | | |
| | Miembro externo | | |



Anexo N.º 7

Dictamen del Comité de Ética en Investigación

El que subscribe, presidente del Comité de Ética en investigación de **Dr. Rosio Elizabeth Acosta Limay**, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “ **Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II – 2 Tarapoto**”, con código N° , presentado por el autor **Isuiza, Huansi Sofia**, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen, favorable1() observado() desfavorable().

Lima, Junio del 2023

Dra. Rosio Elizabeth Acosta Limay
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Programa Académico de Contabilidad

C/c

• Sr., investigador principal.

¹ El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto.



ANEXO 5:

Ficha de derivación al comité de ética en investigación

A :

Presidente del Comité de Ética en Investigación

De :

Presidente del Comité de Ética en Investigación

Asunto : Solicita revisión de producto de investigación

Datos informativos:

| | | | | |
|---|------------------|--------------------------------------|-----------------|--------------|
| Tarapoto | Pregrado | Diseño del proyecto de investigación | 2023 - I | IX |
| Campus o sede | Nivel (*) | Programa Académico | Semestre | Ciclo |
| https://drive.google.com/drive/folders/1mK-Fw1IIZSArmytVpS9XWt45pGrK6h-d?usp=drive_link | | | | |
| Link donde se alojan los productos de investigación (*) | | | | |

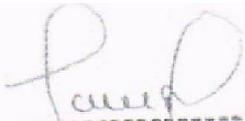
| Nro. | Apellidos y Nombres (**) | Título del Producto de Investigación | Evaluación del Comité de Ética en Investigación (***) |
|-------------|---------------------------------|---|--|
| 1 | Isuiza Huansi, Sofia | Control de inventario y gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022 | |

Datos del Proyecto:

(*) Pregrado o Posgrado

(**) El archivo en el drive debe corresponder a los apellidos y nombres de los autores

(***) Revisión o VºBº



Dr. CPCC. Sandra Ruiz Correa
Nº de Matricula 190510



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Anexo 6

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

Datos Generales

| | |
|--|------------------|
| Nombre de la Organización: | RUC: 20542257840 |
| SUB COMITE DE ADMINISTRACION DEL FONDO DE ASISTENCIA Y ESTIMULO DE LA U.E. HOSPITAL II-2 TARAPOTO | |
| Nombre del Titular o Representante legal: | |
| Javier García Mendoza | DNI: 01073575 |

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal "c" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) (*), autorizo [X] 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 gestión de ventas en el Sub Cafae del Hospital II-2 Tarapoto 2022. | |
| Nombre del Programa Académico: | |
| Contabilidad | |
| Autor: | DNI: |
| Isuiza Huansi, Sofia | 70880907 |

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 23 de mayo del 2023.

Firma: _____

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal "c" **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, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

